



**Instituto Politécnico Nacional
Escuela Superior de Comercio y Administración
Unidad Santo Tomás**



Seminario

**“El quehacer del empresario mexicano: Retos y perspectivas en
el Ámbito Legal”**



Que para obtener el título de:

Licenciado en Relaciones Comerciales

Silva Torres María Soledad

Nava Vega Luis Orlando

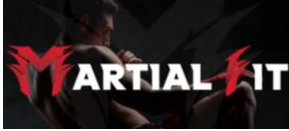
Contador Público

Acevedo Flores Vanessa Ivonne

Asesora: Dolores María del Rocío Cuevas Romero

CDMX

Mayo 2022



AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradecemos al Instituto Politécnico Nacional por habernos brindado la oportunidad de formar parte de tan honorable casa de estudios, así mismo a nuestra profesora y asesora de proyecto, la Lic. Rocío Cuevas, persona que, con su conocimiento, experiencia y esfuerzo, nos guio hasta la en todo momento para la culminación de este proyecto.

Sencillo no ha sido el proceso, pero gracias a las ganas de transmitirnos sus conocimientos y dedicación que la ha regido, ha logrado importantes objetivos como culminar el desarrollo de nuestra tesis con éxito y obtener una afable titulación profesional.

Sus alumnos

Agradezco profundamente a mi padre por su incondicional apoyo y motivación, a mi madre por su paciencia y generosidad, quienes me complementaron de forma gradual para conformar este proyecto, el cual dedico totalmente a mi padre, quien me enseñó e inculco el compromiso, la responsabilidad y la ambición por superarme día con día.

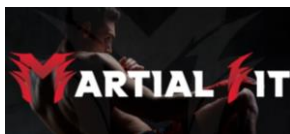
Vanessa Ivonne Acevedo Flores

Agradezco y dedico este proyecto de tesis a mis padres, esposo y hermano, por su comprensión motivación, y apoyo que me han brindado para lograr todas y cada una de mis metas, así como me impulsan a lograr mis sueños y mis anhelos.

María Soledad Silva Torres

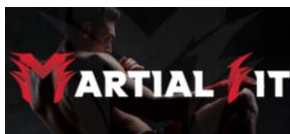
Agradezco a Dios. Agradezco a mis padres y a mi hermano por su apoyo y acompañamiento que como familia nos damos, dedicándoles la culminación de este proyecto.

Luis Orlando Nava Vega



ÍNDICE

CARTA DE CESIÓN DE DERECHOS	2
AGRADECIMIENTOS	3
OBETIVO	6
JUSTIFICACIÓN	7
METODOLOGÍA	8
INTRODUCCIÓN	10
UNIDAD I EL EMPRENDEDOR, EL EMPRESARIO Y LA EMPRESA	12
1.1 CONCEPTO DE EMPRENDEDOR	
1.2 ESPÍRITU EMPRENDEDOR	
1.3 CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR	
1.4 HABILIDADES DE UN EMPRENDEDOR CON ÉXITO	
1.5 COACHING EN LA EMPRESA	
1.6 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	
UNIDAD II ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA	41
2.1 ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA CONCEPTOS Y DEFINICIONES	
2.2 PROCESO DE ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA	
UNIDAD III LA FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA	75
3.1 REGULACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA	
3.2 ATRIBUTOS DE LAS SOCIEDADES MERCANTILES	
3.3 SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	
3.4 REGULACIONES FISCALES	
3.5 TRÁMITES PARA EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD Y MARCA	
UNIDAD IV ESTRUCTURA LEGAL Y FORMALIDAD DE LA EMPRESA	114
4.1 UBICACIÓN DEL DERECHO MERCANTIL, CONCEPTO, NATURALEZA Y ANTECEDENTES	
4.2 LIMITACIONES AL EJERCICIO DEL COMERCIO, INHÁBILES, QUEBRADOS NO REHABILIDADADOS	
4.3 LA EMPRESA COMO INSTITUCIÓN	



UNIDAD V ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL Y SU IMPORTANCIA

EN LAS ORGANIZACIONES	132
5.1 OBJETIVOS Y FUNCIONES DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PERSONAL	
5.2 TALENTO MANAGER EN EL ÁREA DE RECURSOS HUMANOS DE UNA EMPRESA	
5.3 MARCO JURÍDICO, FUNDAMENTO LEGAL ART. 123 CONTITUCIONAL APARTADO A Y B, LEYES REGLAMENTARIAS DEL ART 123.	
5.4 TRASCENDENCIA DE LAS REFORMAS A LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO	
CONCLUSIÓN	157
ANEXOS	159
BIBLIOGRAFÍA	169
CIBERGRAFÍA	174



OBJETIVO

Aplicar la normatividad mercantil, laboral, fiscal, entre otras para llevar a cabo la formalidad de nuestra empresa, MARTIAL FIT.

En el logro de nuestra competencia a través de este proyecto integrador constituyendo un elemento primordial la constitución en los negocios, identificados para no incurrir en riesgos de tipo legal.



JUSTIFICATION

En la pandemia generada por el COVID 19 y sus variantes que México y el mundo están atravesando, se hizo notorio que las personas más vulnerables a contraer el virus son aquellas que no tienen hábitos saludables en su vida cotidiana.

Así mismo destacamos que el equilibrio físico, mental y emocional juega un rol importante en la vida del ser humano y es necesario que las personas desarrollen valores y filosofía que les sea útil en su vida diaria. El arte marcial desarrolla en las personas el compromiso, responsabilidad, entrega y pasión que les permite llegar a ese equilibrio, al mismo tiempo que desarrollan técnica de defensa personal que les pueda ayudar a mantener seguros en situaciones críticas.



METODOLOGÍA

El desarrollo del proyecto se basó en la investigación documental y descriptiva cuyo propósito es catalogar y clasificar el objeto de estudio, es específica ya que se registran casos del comportamiento y el entorno cualitativos y cuantitativos, como son la observación, encuestas y en este casos que registran el comportamiento y el entorno habitual del sujeto, como la definición de condiciones de observación, objetividad, procedimientos de rigor físico de comportamientos de la persona, de forma natural y que se registra lo que se observa.

Existe un método cualitativo que tiene por objeto el estudio del comportamiento en un ámbito natural y de manera, correlacionado y asociativo en un valor causal que se basa en el conjunto de hechos o variaciones simultaneas de las variables.

De manera correlacionada de los rubros antes anotados, tomando en cuenta el método Inductivo (que va de lo general a lo particular) para dar ejemplo de cómo los emprendedores pueden iniciar una empresa real a partir de su idea creativa y apoyándose de todas las herramientas legales que harán lícito su desempeño empresaria.

El proyecto integrador surge de la inquietud de salvar guardar nuestra integridad física y mental considerado a través del análisis el giro social de la empresa observando su carácter innovador sustentable y socialmente responsable.

Se consideró realizar encuestas para recabar información al respecto de la idea de negocio necesidad de las personas en un rubro específico, con esto se estableció el modo de operación y giro para nuestra empresa, ya que una de los puntos primordiales es cubrir las necesidades de nuestros clientes, de manera oportuna y eficaz.

En el cuerpo del trabajo se establecen parámetros en cuanto al enfoque legal de nuestra empresa considerando, la administración estratégica, el emprendimiento, la naturaleza jurídica de la empresa, el contexto de los actos de comercio en su especulación comercial,



así como la práctica contractual en las organizaciones en las condiciones la contratación del talento humano.



INTRODUCCIÓN

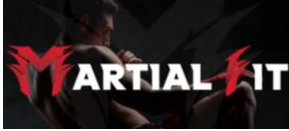
El emprendimiento es una vía esencial para la salud de la sociedad no solo porque promueve la innovación, la productividad y el empleo, sino porque responde a los desafíos como acabar con la pobreza, reducir la desigualdad, crear oportunidades y soluciones al cambio climático, es decir, la cultura del emprendimiento se basa en torno a las posibilidades de formación que abren caminos para que las empresas nacientes se fortalezcan.

Crear un negocio exitoso es el sueño de toda persona emprendedora, sin embargo, el llevarla a cabo conlleva muchos riesgos y responsabilidades. Su perfecta constitución es el resultado de un control y administración impecable que todo empresario debe aprender. Todas las personas desean el éxito, pero pocos entienden qué se debe hacer para lograrlo.

A lo largo de este proyecto estructurado se ha plasmado el paso a paso de cómo llegar al éxito empresarial, enfrentando el reto profesional y asumiendo las perspectivas a las que se enfrentan los nuevos empresarios en el país y en el mundo entero.

Este proyecto se fundamenta en el estudio del marco jurídico en el país para la creación de una empresa, proyectando todos los aspectos teóricos y prácticos del mismo, teniendo en cuenta los requisitos y trámites que se deben cubrir para constituir un ente social, de tipo de prestación de servicio; delimitar la capacidad económica y técnica requerida para su pleno funcionamiento y, conocimiento de todos los factores ajenos a la empresa los cuales sirven de apoyo para iniciar la actividad comercial. A su vez, el proyecto muestra una iniciativa que contribuye el desarrollo de nuevas tecnologías que promueven la responsabilidad social y la sustentabilidad en todo negocio, mismas que son una necesidad importante para toda comunidad hoy en día.

A través del desarrollo de cada unidad se indica desde lo que es realmente un emprendedor, un empresario y como su participación en la creación de la empresa es fundamental; también con sus características, así como la oportuna aplicación de la administración estratégica para la toma de decisiones, aprenderemos completamente el proceso de apertura y constitución de nuestro ente social y el cómo será regulado por el



derecho mercantil y laboral con relación a todas las relaciones que tenemos con las personas dentro y fuera de la empresa.

Unidad I

El Emprendedor, el Empresario y la Empresa



Unidad de competencia

Fundamenta el papel del emprendedor y empresario en la creación de proyectos originales e innovadores a partir de su clasificación, tamaño, filosofía, su misión y visión de la empresa.



1. Concepto de emprendedor

Ser emprendedor significa lanzarse a un mundo de críticas, de desafíos, de aventuras y caídas que crean fortalezas. El emprendedor es la persona que descubre una oportunidad de negocio, toma el riesgo económico y emocional, y empieza con una idea y concluye con un negocio propio con el fin de obtener ganancias y un negocio exitoso.

Ser emprendedor no solo es importante para una empresa, también lo es para un grupo, familia, amigos y personas que te rodean debido a que el hecho de tener un espíritu emprendedor, conlleva a ser un líder y hacer que las demás personas te tomen como ejemplo para poder alcanzar sus metas y sueños; también es considerado un líder empresarial, ya que es capaz de crear un plan de negocios exitoso para su producto y a la vez incentivar a otras personas para que sea parte de su proyecto, ya sea invertir capital para el negocio o como capital humano¹.

El político estadounidense Gifforg Pinchot en la década de los ochenta popularizó el término emprendedor. Para él, “un emprendedor es una persona que sueña y logra hacer realidad lo que imagina, es decir, que pueda tomar una idea, innovar y generar resultados increíbles a partir de sus acciones².”

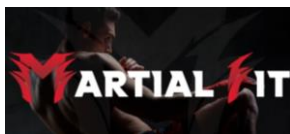
Algunos ejemplos de emprendedores son: Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple), Carlos Slim (Grupo Carso), Xavier López Ancona (KidZania), Miguel Quintana Pali (Xcaret).

Todos ellos tienen algo en común: se han atrevido a seguir sus sueños, incluso tras muchas caídas, fracasos y adversidades, pero han insistido y logrado el éxito.

MARTIAL FIT surge de la experiencia de uno de los socios actuales. Actualmente se observa que las nuevas generaciones ya no están tan interesadas en practicar una actividad que les tome años desarrollar como el Jiu Jitsu o el Muay Thay, es decir, la sociedad está más enfocada en la apariencia física y capacidad de fuerza. Debido a la

¹ Natalia Romero. (2016). La importancia de ser un emprendedor . Revista Recursos Humanos.com

² Rita Colina. (s.f.). Emprendiendo Historias Obtenido de <https://www.emprendiendohistorias.com>



situación actual de inseguridad que se vive día a día en el país se considera importante que las personas desarrollen habilidades de seguridad y defensa personal.

Por este motivo surge la idea de cómo negocio en el cual se combinan elementos de distintas disciplinas para que con este método se atiendan todas las necesidades del mercado desarrollando en ellos una apariencia atlética y un cuerpo funcional para sus actividades diarias y al mismo tiempo sepan defensa personal.

1.2 Espíritu emprendedor

Como mencionaba el estadounidense Pynchot el emprendedor es la persona que sueña. Al igual es una cuestión de actitud y un enfoque de pensamiento positivo que busca activamente el cambio y el éxito, en lugar de esperar para adaptarse al cambio busca la manera de sobresalir y ser mejor. Es una mentalidad que abarca el cuestionamiento crítico, la innovación, el servicio y la mejora continua.

Ser emprendedor te hace cambiar los hábitos y estilos de vida inclusive hasta cambiar de amigos. Ser emprendedor también te exige tener pasión y disciplina. Siguiendo el significado del refrán “La perseverancia todo lo alcanza”.

MARTIAL FIT *tiene el espíritu de ser una academia diferente, buscando sobresalir a los demás con la combinación de las artes marciales y ejercicio funcional, buscando la vanguardia en el mercado y sobre todo la satisfacción, salud y seguridad de nuestros clientes.*

1.3 Características de un emprendedor

Sin importar cuál sea el tipo de negocio, hay cualidades que son básicas entre las personas que deciden emprender algunas de ellas son las siguientes³.

³ Servicio Nacional de Empleo . (s.f.). Cualidades que necesitas para ser un buen emprendedor. Obtenido de Observatorio Laboral: <https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/preparate-empleo/>



Confianza: Nadie confiará en el negocio si el empresario no lo hace. Las demás personas deben verlo seguro de sí mismo. Si duda en algún momento, eso se reflejará en el entorno y podría repercutir en el proyecto.

- ❖ **Toma de decisiones:** Todos los proyectos de emprendimiento, tarde o temprano, llegan a una de las tareas más importantes: tomar decisiones. Si analizas las ventajas y desventajas de una situación, siendo lo más objetivo posible, las decisiones que tomes serán acertadas.
- ❖ **Motivación:** Estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta del empresario hacia metas o fines determinados; es el impulso que mueve a la persona a realizar determinadas acciones y persistir en ellas para su culminación
- ❖ **Optimismo:** Es la actitud o tendencia de ver y juzgar las cosas en su aspecto positivo, o más favorable. El empresario debe de caracterizarse siempre con esta filosofía.
- ❖ **Pasión:** Bien dicen que cuando amas lo que haces, el éxito llega solo. Y para emprender, se necesita tener motivación. La única manera de enfrentar y lidiar con las dificultades que surjan en el camino es amando lo que haces.
- ❖ **Creatividad:** Para emprender es tener una idea, ya que a partir de ésta es donde surgen proyectos nuevos y se puede revolucionar el mercado o sector.
- ❖ **Visión:** Tú negocio y cúmplelo. No basta con tener ideas o sueños, es importante buscar los medios para llevarlos a cabo. Recuerda que, si tú no lo haces, nadie lo hará por ti.
- ❖ **Empatía:** Ponerte en el lugar de los otros para entender sus necesidades te ayudará a crear vínculos con las personas. Si eres empático, serás capaz de conectarte con tus clientes.
- ❖ **Tomar riesgos:** nos impulsa a una decisión: acertada o no. No obstante, la aversión al riesgo puede provocar en el ser humano la tendencia a la pasividad y a la no



acción. Así, si temo que me rechacen en una oferta de trabajo, no me arriesgo a pedirla.

En **MARTIAL FIT** nos caracteriza la confianza de nuestra idea de negocio y el método de entrenamiento que impartimos, así como la pasión con la que enseñamos a nuestros alumnos.

La motivación y optimismo que nuestro grupo de trabajo tiene cada día a día, nos impulsa a ser una academia diferente y vanguardista.

1.4 Habilidades de un emprendedor con éxito

Todos los grandes emprendedores de nuestro tiempo tienen ciertas habilidades en común que los hacen únicos y creativos. Sin embargo, también debieron incorporar conocimientos y herramientas para convertir sus innovadoras ideas en realidad. Algunas de ellas son las siguientes⁴:

- Tener ganas de lograr grandes cosas.
- Tener coraje. Para que la gente que nos rodea crea en nosotros en nuestros proyectos debemos demostrar ser personas valientes.
- Ser competentes. Los profesionales que están a la cabeza de las empresas nunca dejan de formarse de convertirse en cada vez más competentes para desempeñar su rol.
- Saber negociar. En el mundo real, las cosas no son blancas o negras por lo que hay que saber enfrentar los problemas y negociar para encontrar posibles soluciones.
- Motivar a los que te rodean. Algunas personas tienen la especial habilidad de contagiar su entusiasmo y ganas de progresar a todo el equipo tienen a su cargo.
- Saber tomar decisiones. Aunque muchas veces las decisiones deben ser tomadas de forma rápida, también debes pensar muy bien lo que haces antes de ejecutarlas.

⁴ Universia. (12 de julio de 2020). 16 habilidades de un emprendedor de éxito. Obtenido de Universia:
<https://www.universia.net/co/actualidad/habilidades/16-habilidades-emprendedor-exito->



- Tener capacidad de adaptación. El mundo de los negocios se mueve de forma cada vez más rápida, por lo que es imprescindible poder adaptarse a estos cambios.
- Iniciativa. Si quieres ser un emprendedor exitoso, no puedes dejar que los demás tomen el mando y dirijan el rumbo de tus proyectos.
- Humildad. Los jefes arrogantes y amenazadores ya pasaron de moda. Motiva a quienes te rodean a ser cada día mejores y verás cómo tu emprendimiento crece a pasos agigantados.

En **MARTIAL FIT** nos ha caracterizado una imagen seria, respetable, la formalidad con la que enseñamos a nuestros alumnos son virtudes que aportan credibilidad a la academia.

Siendo competentes, formando un gran equipo de trabajo con iniciativas y capacidad de adaptación.

1.4.1 Creatividad

La creatividad es un elemento indispensable de todo ser humano; gracias a ella han evolucionado la sociedad, los individuos y organizaciones. Se considera que la creatividad es un proceso dinámico, fuerza viva y cambiante del ser humano; es decir, es el motor del desarrollo personal ya que ha sido la base del progreso de toda una cultura⁵.

En **MARTIAL FIT** la creatividad tiene una importante repercusión ya que es la base del desarrollo del método de entrenamiento combinando elementos de Jiu Jiutsu, defensa personal y ejercicio funcional, la cual brinda una mayor ventaja competitiva dentro del mercado.

5 Concepto de(2013-2020). Creatividad. Obtenido de Concepto de <https://concepto.de/creatividad>



1.4.2 Liderazgo

Conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser y actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos. También se entiende como la capacidad de delegar, tomar la iniciativa, gestionar, convocar, promover, incentivar, motivar y evaluar un proyecto, de forma eficaz y eficiente, sea este personal, gerencial o institucional (dentro del proceso administrativo de la organización⁶.

Liderazgo no entraña una distribución desigual del poder, porque los miembros del grupo no carecen de poder, sino que dan forma a las actividades del grupo de distintas maneras. Aunque, por regla general, el líder tendrá la última palabra.

*En **MARTIAL FIT** el liderazgo lo lleva Oswaldo González, quien ha desarrollado el sistema de entrenamiento y actualmente lleva la administración ya que cuenta con las habilidades y el conocimiento del negocio, lo cual permite que el resto de los socios confíen en él y su criterio para la toma de decisiones.*

1.4.3 Manejo de conflictos

Manejo de conflictos es un proceso en el que se gestiona un desacuerdo entre varias partes con el propósito de minimizar el impacto negativo del problema, aliviar la tensión entre los involucrados y alcanzar un acuerdo satisfactorio.

⁶ Sánchez, I. R., Pérez, Y. A., & Gómez, S. T. (agosto de 1999). Scielo. <http://scielo.sld.cu/scielo>.



Emprendedor debe saber manejar conflictos ya que derivado de ellos puede encontrar varias áreas de oportunidad con clientes, empleados y socios de negocios⁷.

En **MARTIAL FIT** se busca solucionar los conflictos de la manera clara, objetiva y con una solución rápida para no atrasar los avances de las actividades.

Equipo de trabajo de **MARTIAL FIT** se ha enfrentado a ciertos conflictos con gente externa que ha ocasionado un retraso en los avances de las actividades los cuales fueron solucionados de manera exitosa.

1.4.4 Concepto de empresa y emprendedor

Vivimos en un entorno dinámico y cambiante, en el que las nuevas tecnologías crean oportunidades exponenciales de negocio y las tecnologías de la información y la comunicación, en concreto, facilitan todo tipo de colaboraciones a nivel global. En este escenario, las compañías necesitan tener dinamismo y velocidad de innovación para adaptarse, es decir, los emprendedores inician su proyecto empresarial a partir de la identificación de un negocio, de la necesidad de un producto o servicio o simplemente tienen el entusiasmo para iniciar una empresa.

Los emprendedores constituyen la base de la pirámide empresarial y para materializar sus iniciativas en negocios rentables, requieren estructurar un esquema completo de apoyos que facilite la constitución de empresas, la permanencia de estas y su crecimiento en el mercado.

La empresa es uno de los tres agentes económicos de toda sociedad que combina los factores productivos (tierra, capital y trabajo) y que su principal función es de la producir bienes servicios que satisfagan necesidades.

⁷ Douglas da Silva. (17 de febrero de 2021). *Manejo de conflictos: estrategias prácticas de resolución*.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/manejo-de-conflictos-estrategias-practicas-de-resolucion/>



MARTIAL FIT surge como una idea de emprendimiento que después por la experiencia de los socios, de observar las condiciones del mercado y la oportunidad que se visualizó, el proyecto se volvió una empresa.

1.5 Coaching en la empresa

Coaching empresarial es un conjunto de esfuerzos y técnicas enfocadas al equipo humano de una empresa u organización según Gestipolis (s. f.). Su objetivo es lograr la eficiencia en los resultados, la motivación y la satisfacción personal de los trabajadores, independientemente de su nivel.

Principalmente ofrecen sus colaboradores son las herramientas clave y conocimiento para aprovechar las oportunidades de negocios del sector. Así cada uno aporta los conocimientos propios y en conjunto se adaptaron a lo que se requiere. Periódicamente se hacen reuniones donde los socios checan el avance del proyecto y se da retroalimentación.

1.6 Clasificación de las empresas

En México hay diferentes categorías en las que una empresa se puede clasificar. La clasificación de las empresas, entre otras cosas, para determinar los derechos y obligaciones que éstas tienen al pertenecer a cierta categoría. Estos derechos pueden ser estímulos fiscales, apoyos económicos, exclusividad de comercialización etc. A su vez, las obligaciones que una empresa puede tener al pertenecer a cierta categoría son pago de impuestos, restricciones comerciales, obligaciones gubernamentales, etc.

Clasificación de las empresas también sirve para medir el desarrollo empresarial de un país. De esta forma cada cierto periodo se puede evaluar el crecimiento o disminución de cierta categoría.





La correcta clasificación empresarial de nos indica derechos y obligaciones tenemos que cumplir y respetar para el correcto funcionamiento legal y contable de esta.

1.6.1 Por su capital

Empresas se pueden clasificar dependiendo del origen de su capital:

- **Públicas:** En estas empresas el capital que las forma pertenece al Estado. La principal función de estas empresas es satisfacer necesidades sociales sin buscar una ganancia económica principalmente.
- **Privadas:** En estas empresas el capital que las forma es privado, es decir que una persona o un grupo de socios particulares aportó el capital para formar la empresa. Uno de los principales objetivos de estas empresas es obtener rendimientos para los socios.

De acuerdo con lo anterior, es una empresa privada; el capital que la integra con aportaciones de los socios.

1.6.2 Por su actividad o giro

La principal actividad con la que la empresa obtiene ganancias también sirve para clasificarla:

- **Industriales:** Son las empresas que se dedican a la producción de bienes mediante la extracción y transformación de materias primas.
- **Comerciales:** Son las empresas que se dedican a la compra de productos a las empresas industriales para después venderlos a los consumidores obteniendo una ganancia.



- **Servicios:** Son las empresas que brindan un servicio a los consumidores, es decir, no hay un producto físico que se intercambie entre la empresa y los clientes.

*La idea principal de es ser una empresa de servicios. El servicio que ofrece son sistemas de entrenamiento **MARTIAL FIT** físico. Aunque también se comercializarán productos físicos como guantes, uniformes y equipo de gimnasio estos no son la principal fuente de ingresos.*

1.6.3 Por su tamaño, grande pequeña-mediana empresa

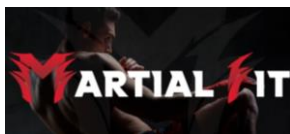
Las empresas se pueden clasificar como Microempresas, Pequeñas, Medianas y Grandes. Hay diversos criterios que se usan para determinar el tamaño de una empresa, estos pueden ser por el monto de sus ventas anuales o por el número de empleados que tenga⁸

Según el número de empleados que tenga el tamaño de las empresas se clasifica en:

- **Microempresa:** Tienen menos de 10 empleados y generan ventas hasta de 4 millones de pesos anuales.
- **Pequeña:** Tienen entre 11 y 30 trabajadores y generan ventas anuales superiores a los 4 millones y hasta 100 millones de pesos.
- **Mediana:** Tiene desde 31 hasta 100 trabajadores y generan anualmente ventas que van desde los 100 millones y pueden superar hasta 250 millones de pesos.
- **Grande:** Tienen desde 101 hasta 251 trabajadores y tienen ventas superiores a los 250 millones de pesos.

*Se tiene contemplado a **MARTIAL FIT** como una microempresa ya que pretende emplear solamente a 5 personas como parte de la plantilla laboral. Contratando servicios externos a diferentes proveedores, por ejemplo: Servicios de Marketing Digital.*

⁸ Secretaria de Economía. (s.f.). *Empresas*. Obtenido de Economía: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas>



1.6.4 Misión, Visión y Valores de la empresa.

La empresa necesita tener claro directrices que le indiquen la dirección a la que debe guiar sus actividades y el logro de objetivos. Así mismo la empresa debe tener parámetros en los cuales se fundamentan sus actividades⁹.

Misión y Visión de la empresa sirven de guía para el desarrollo de las actividades y la búsqueda de objetivos, a su vez, los valores son los parámetros en los que se debe fundamentar sus actividades.

Misión describe el propósito fundamental de la empresa, para lo que fue creada. La misión informa de principal actividad que desarrolla, el mercado en el que esta y los consumidores que busca satisfacer.

Visión es lo que la empresa quiere lograr en el futuro. Esta debe indicar el plazo de tiempo en lo que lo quiere lograr y un parámetro numérico que sirva para medir si lo logro o no.

Valores de una empresa sirven para determinar el comportamiento de esta y de sus empleados.

Estos tres términos son muy importantes dentro de las empresas ya que por lo regular la Misión, Visión y Valores es lo primero que los empleados y clientes conocen de la empresa.



Misión

Enseñar artes marciales en combinación con ejercicios funcionales bajo los principios básicos del Budo alineando la conexión entre cuerpo, mente y espíritu. Potencializamos la seguridad, disciplina y salud forjando un físico funcional y fitness.

Visión

Ser la academia con el método de entrenamiento más eficaz a nivel nacional.

⁹ Steiner, G. A. (2016). *Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber* (2nda. ed.). México: Grupo editorial Patria.



Valores

-  *Integridad*
-  *Valentía*
-  *Compasión*
-  *Honor*
-  *Poder*
-  *Lealtad*
-  *Pasión*



CULTURA ORGANIZACIONAL

MISIÓN
Enseñar artes marciales en combinación con ejercicios funcionales bajo los principios básicos del Budo alineando la conexión entre cuerpo, mente y espíritu. Potencializamos tu seguridad, disciplina y salud, forjando un físico funcional y fitness.

VISIÓN
Ser la escuela con el método de entrenamiento más eficaz a nivel mundial.

VALORES
Integridad en el ser.
Valentía para vencer.
Compasión para enseñar.
Honor al servir.
Poder para trascender.
Lealtad a la unión.
Pasión en cada latido.

04

*Cultura organizacional Martial Fit
Creación propia.*

1.6.5 Recursos Básicos de una empresa

Para que una empresa pueda operar indispensablemente necesita recursos. Se dividen en materiales, financieros, técnicos y humanos. Sin uno de estos recursos la empresa no puede comenzar a operar de forma óptima.

1.6.6 Recursos materiales

Son los recursos físicos que la empresa necesita para desarrollar su actividad y varían dependiendo de esta. Los recursos materiales básicos que una empresa necesita pueden ser: Oficinas, equipo de cómputo, instalaciones para su fábrica, maquinaria etc.

El equipo material básico que necesita  para operar es:

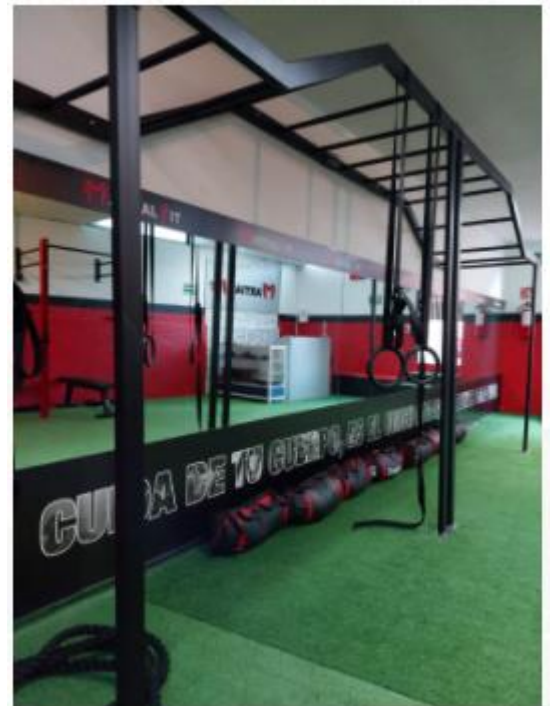


✓ **Establecimiento**

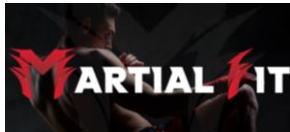
Local de 140 metros cuadrados
60 metros cuadrados equipados con pasto sintético para Crossfit
60 metros cuadrados equipados con tatami para Artes Marciales
Recibidor para Recepción
Mesas
Computadora y silla
Software para administración
Cámaras de seguridad
Baño para hombre
Baño para mujeres
Regadera y vestidor para hombre
Regadera y vestidor para mujer
Lockers (12)
Dispensador automático de gel antibacterial
Checador de temperatura



*Recepción Martial Fit
Creación propia.*

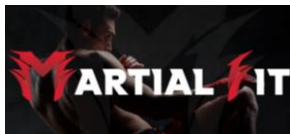


*Área para ejercicio funcional
Creación propia.*



✓ *Equipo básico para área de ejercicio Funcional*

Descripción	Cantidad
Estructura metálica pasamanos de 5 metros	1
Disco para mancuerna de 10 libras	2
Disco para mancuerna de 15 libras	2
Disco para mancuernas de 25 libras	2
Pesa Rusa 2 kg	1
Pesa Rusa 4kg	1
Pesa Rusa 6kg	2
Pesa Rusa 10kg	2
Pesa Rusa 12kg	2
Pesa Rusa 14kg	2
Pesa Rusa 16kg	2
Pesa Rusa 18kg	2
Pesa Rusa 20kg	2
Barra olímpica	2
Par de seguros para barra	2
Base para uso con barra	1
Cuerda para saltar metálica	12
Set de cuerda TRX	2
Par de aros olímpicos	1
Pelota de yoga	2
Tapete para abdomen	12
Par Mancuernas Hexagonales 5 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 10 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 15 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 20 libras	1



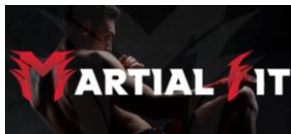
Par Mancuernas Hexagonales 25 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 30 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 35 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 40 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 45 libras	1
Par Mancuernas Hexagonales 50 libras	1
Rack para Mancuernas Hexagonales	1
Escalera de Agilidad	1
Balón medicinal 4 kg	1
Balón medicinal 6 kg	1
Balón medicinal 8 kg	1
Balón medicinal 10 kg	1
Sand Bag	12
Set de ligas de resistencia	2
Cuerda para azote de 12 metros	1
Cuerdas para escalar de 6 metros	2
Set de Peg Board para CrossFit	1
Caja Pliométrica	1
Cronometro digital	1
Rack para barra y poleas con banco	1
Bocina	1



*Equipo para ejercicio funcional
Creación propia*



*Equipo para ejercicio funcional
Creación propia*

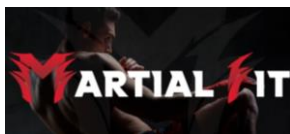


Equipo básico para área de Artes Marciales

Descripción	Cantidad
Estaciones de trabajo de estructura metálica	12
Costales para boxeo	12
Domis de cuerpo entero	2
Bocina	1
Cronómetros digitales	1
Bocina	1



***“El Dojo” Área para practicar artes
Creación propia***



1.6.7 Recursos Financieros

Los recursos económicos que la empresa necesita para sus actividades. Estos recursos pueden ser dinero en efectivo que aporten los socios o créditos que proveedores o instituciones financieras le concedan a la empresa.

Para la constitución de **MARTIAL FIT** se aportó una cantidad de dinero por parte de los socios. Para determinar esta cantidad se analizaron los recursos materiales que la empresa necesitaba para su operación, los gastos de mantenimiento y renta del local y los sueldos de los empleados de los primeros tres meses. Así se determinó la cantidad necesaria y cada socio aportó la parte correspondiente de su participación.

MARTIAL FIT					
Estado de situación Financiera al 31 de diciembre 2021					
ACTIVO			PASIVO		
Circulante			A Corto Plazo		
Caja		\$ 10,000.00			
Bancos		\$ 63,719.00			
Anticipo a proveedores		\$ 42,196.00			
	Suma activo circulante	\$ 115,915.00		Suma a corto plazo	
Fijo			A Largo Plazo		
Maquinaria y equipo		\$ 121,173.00			
<i>Depreciación acumulada de Maquinaria y equipo</i>					
Mobiliario y equipo de oficina		\$ 11,932.00			
<i>Depreciación acumulada Mobiliario y equipo</i>					
Equipo de computo		\$ 12,300.00			
<i>Depreciación de equipo de computo</i>					
Adaptaciones y mejoras		\$ 93,235.00			
<i>Amortización de adaptaciones y mejoras</i>					
	Suma activo fijo	\$ 238,640.00			
	TOTAL ACTIVO	\$ 354,555.00		TOTAL PASIVO	\$ -
				CAPITAL CONTABLE	
				Capital Social	\$ 354,555.00
				Capital Ganado	
				Utilidad / Pérdida del ejercicio	
				SUMA DE PASIVO MAS CAPITAL	\$ 354,555.00

Estado de situación financiera de Martial Fit

1.6.8 Recursos Técnicos

Recursos técnicos de una empresa son los recursos inmateriales que la empresa necesita para realizar su principal actividad. Por ejemplo: patentes, software, conocimientos, procesos. Los recursos la empresa no puede operar y en muchos casos estos recursos técnicos representan una ventaja competitiva para la empresa.



En **MARTIAL FIT** el recurso técnico de es el sistema de entrenamiento que se desarrolló. Este sistema de entrenamiento tiene como base las artes marciales japonesas, defensa personal y ejercicio funcional.

- El entrenamiento consiste en sesiones de 1:15 minutos. Los primeros 30 minutos se destinan a entrenamiento funcional y de fuerza utilizando ejercicios con el propio peso del cuerpo, ejercicios de crossfit, calistenia, movilidad, coordinación y resistencia. Estos 30 minutos de entrenamiento se realizan en la zona de ejercicio funcional de las instalaciones.



**Alumna practicando artes marciales
Creación propia.**

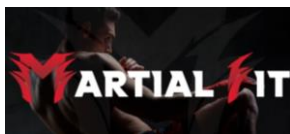
- Los siguientes 30 minutos se destinan a la práctica de Artes Marciales y Defensa personal donde se realizan prácticas y técnicas de golpes, patadas, derribes y llaves. Esta práctica se realiza en la zona de las instalaciones llamada El Dojo. En esta zona se encuentran los costales y piso de lona para amortiguar las caídas.



**Alumna realizando ejercicio funcional
Creación propia.**

- Los últimos 15 minutos del entrenamiento se destinan a practicar ejercicios de respiración, estiramiento y meditación.

Los alumnos irán avanzando de nivel conforme se vuelvan mejores. La identificación de niveles entre alumnos se hará con cintas de diferentes colores donde cada color representa un nivel alcanzado por el alumno.



MARTIAL FIT

El objetivo del sistema de entrenamiento es que los alumnos desarrollen habilidades de defensa personal a través de la práctica de las Artes Marciales mientras forman un cuerpo atlético, fuerte, sano y funcional para sus actividades diarias por medio de la combinación de ejercicios funcionales de diferentes disciplinas buscando al final una vida más saludable y disciplinada bajo los principios básicos del Budo.






Acerca del Sensei Oswaldo González

Es practicante de arte marcial desde hace 28 años. Desde los 10 años aprendió los principios básicos de defensa personal utilizando los puños y el pateo, posteriormente entrenó karate por un año, box por dos años y unos años después empezó a practicar Aikido, un arte marcial japonés que lo atrapó y permaneció por un lapso de 15 años practicando y enseñando, obteniendo un grado de cinturón negro 3er Dan.

Sin embargo, en búsqueda de mayor conocimiento, práctico varias disciplinas por medio de seminarios y talleres que lo llevaron a abrir su visión del arte marcial. En ese mismo proceso entrenó otra disciplina marcial de origen japonés llamada JiuJitsu por un lapso de 12 años obteniendo el grado de Cinturón negro 2° Dan.

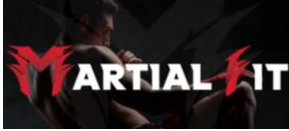
Software de administración de gimnasios

MARTIAL FIT utiliza el software de administración llamado ProGym que es un software integral desarrollado para la gestión de gimnasios, clubes deportivos y cualquier centro de acondicionamiento físico. Este software realiza las siguientes funciones:

-  Reconocimiento facial, palma, toma temperatura y detección cubrebocas.
-  Control de aforo por franjas de horario
-  Reserva de ingreso a las instalaciones
-  Transmisión de clases en vivo
-  Gestión de clases on demand



- ❑ *Control de acceso facial, dactilar, proximidad y QR*
- ❑ *Control de inventario*
- ❑ *Reserva de clases*
- ❑ *Pago en línea*
- ❑ *Pago recurrente (domiciliación/débito automático)*
- ❑ *Facturación electrónica*



MENSUALIDAD

\$1,500^{.00}

| APARTA TU CLASE MUESTRA



NUESTROS HORARIOS

LUNES A VIERNES

6:00 A 7:15 AM ADULTOS
7:30 A 8:45 AM ADULTOS
9:00 A 10:15 AM ADULTOS

LUNES A JUEVES

5:00 A 6:00 PM CLASE DE NIÑOS DE 10 A 14 AÑOS
6:00 A 7:15 PM ADULTOS
7:30 A 8:45 PM ADULTOS



(VIERNES POR LA TARDE NO HAY CLASES)

PARQUE DE ALCÁZAR N.1, PALO SOLO, NAUCALPAN, 52778

*Folleto para la promoción de Martial Fit
Creación propia*



1.6.9 Recursos Humanos

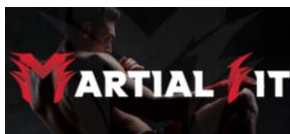
Recursos humanos son las personas empleadas en la empresa para encargarse de las diferentes actividades y departamentos de esta.

MARTIAL FIT Solo cuenta con dos empleados; el entrenador y una recepcionista. Cuando se necesiten más entrenadores, Oswaldo González, quien actualmente es el entrenador, será el responsable del proceso de reclutamiento, selección y capacitación.

El perfil y las actividades para realizar de cada puesto son las siguientes:


Entrenadores:

Perfil	Actividades a Realizar
<ul style="list-style-type: none">• <i>Edad de 25 a 55 años.</i>• <i>Sexo indistinto</i>• <i>Mínimo 3 años practicando algún Arte Marcial.</i>• <i>Certificación por alguna institución deportiva en Crossfit o Ejercicio funcional.</i>• <i>Haber tomado cursos o capacitaciones en defensa personal.</i>• <i>Mínimo 3 años de experiencia en la enseñanza de alguna actividad física.</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Impartir las sesiones de entrenamiento a los alumnos en los horarios asignados.</i>• <i>Supervisar el uso correcto del material de entrenamiento para evitar lesiones en los alumnos o maltrato del material.</i>• <i>Asesorar y guiar a los alumnos en la práctica de los ejercicios durante el entrenamiento.</i>• <i>Monitorear el avance y desempeño de los alumnos para motivarlos y que vayan progresando.</i>• <i>Colaborar en la planeación semanal de las rutinas de entrenamiento que se impartirán.</i>



	<ul style="list-style-type: none">• <i>Acomodar el material de entrenamiento ocupado durante la clase para dejar todo en orden para el siguiente entrenador.</i>
--	--

Recepcionistas:

Perfil	Actividades a Realizar
<ul style="list-style-type: none">• <i>25 a 35 años</i>• <i>Practicante de alguna actividad deportiva</i>• <i>Preparatoria terminada</i>• <i>Saber utilizar equipo de cómputo y paquetería de Office</i>• <i>Deseable pero no indispensable tener experiencia actividades de caja y cobro.</i>	<ul style="list-style-type: none">• <i>Abrir y/o cerrar las instalaciones en el horario establecido</i>• <i>Realizar la limpieza de las instalaciones</i>• <i>Atender y dar información a los nuevos clientes interesados que llegan al establecimiento.</i>• <i>Llevar el control del ingreso de los alumnos en su horario establecido.</i>• <i>Levar el control de pagos e inscripciones.</i>• <i>Recibir las quejas y sugerencias que haya por parte de los alumnos.</i>• <i>Responder llamadas y mensajes que lleguen a los medios de contacto de</i> 



ORGRANIGRAMA



1.6.10 Las políticas empresariales

Una empresa haya orden y congruencia en sus actividades debe haber lineamientos, reglas y prohibiciones que seguir. Estos forman las políticas de la empresa que todos los empleados deben seguir.

Políticas empresariales se basarán en la correcta implementación del sistema de entrenamiento y el respeto a los clientes, debiéndose cumplir los siguientes puntos:

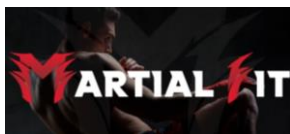
- ❑ Las instalaciones **MARTIAL FIT** de son exclusivamente para practicar y enseñar el sistema de entrenamiento antes mencionado.
- ❑ Los entrenadores de **MARTIAL FIT** deberán tomar capacitación sobre el sistema de entrenamiento para poder ser empleados como tal.
- ❑ El material y equipo de las instalaciones no está disponible para usarse o prestarse a los alumnos fuera de las instalaciones.



- ❑ *Los nuevos alumnos tendrán derecho a una clase muestra sin costo. Después de esta clase deberán cubrir su cuota de inscripción para poder tener acceso.*
- ❑ *Los alumnos se comprometen a cubrir el pago de su mensualidad ya sea por tarjeta de crédito, débito o efectivo en el día señalado para evitar retrasos.*
- ❑ *Los alumnos deben respetar la hora de entrada y salida y asistir en su horario correspondiente.*
- ❑ *Por ningún motivo **MARTIAL FIT** hace devoluciones o reembolsos de mensualidades a los alumnos que ya no asistan a clase.*
- ❑ *Los alumnos son conscientes de los riesgos de lesiones que se pueden presentar al usar las instalaciones, por lo que **MARTIAL FIT** no tiene ninguna responsabilidad de los incidentes que se puedan presentar.*
- ❑ *En caso de ser menor de edad se deberá acudir acompañado del padre o tutor y firmar una carta responsiva.*
- ❑ *Tanto los entrenadores, recepcionistas y alumnos deberán comportarse de manera respetuosa y amable entre ellos dentro de las instalaciones.*
- ❑ *Los alumnos deberán presentarse con el uniforme proporcionado o con ropa deportiva que les permita realizar la actividad física. Queda prohibido el uso de ropa, accesorio o indumentario que pueda dañar las instalaciones. En caso de ocasionar algún daño el alumno deberá cubrir la cuota de reparación establecida por **MARTIAL FIT***
- ❑ *Cualquier incumplimiento de estas políticas puede ser sancionado con la expulsión de la academia sin reembolso y la prohibición de volverse a unir.*

1.6.11 Responsabilidad social de la empresa

Responsabilidad social de la empresa son las actividades que realiza apoyando y agradecimiento al público en general. La responsabilidad social también implica que la empresa actúe con ética en sus actividades. Las acciones de responsabilidad social incluyen la formación de fundaciones, actividades por el medio ambiente, donaciones o regalos a personas vulnerables.



MARTIAL FIT está comprometido con el desarrollo e inclusión del deporte en la población. Es por eso que después de 1 año de operaciones formales se gestionarán visitas a centros de rehabilitación de adicciones donde se entrenará de forma gratuita a los interesados para así introducir el deporte en su vida y no recaigan en las adicciones. Estas visitas se harán cada 15 días a centros de rehabilitación que acepten la ayuda. En estas visitas se enseñará a los interesados a realizar las rutinas de ejercicio y se programarán rutinas para que las realicen por su cuenta hasta el día de la siguiente visita.

MARTIAL FIT también está comprometido con la salud integral de sus alumnos, por eso, se harán alianzas con nutriólogos para canalizar a los alumnos que requieran asesoría nutricional para completar su desarrollo. De igual forma, los nutriólogos con los que se hagan alianzas nos recomendarán a sus pacientes que necesiten una rutina de entrenamiento para que se inscriban a **MARTIAL FIT**

UNIDAD II:

Administración estratégica



Unidad de competencia:

Diseña sistema estratégico de la empresa a crear con base en el proceso administrativo de una sociedad mercantil.



2.1 Administración estratégica concepciones y definiciones

Planeación Estratégica es una herramienta de gestión que permite establecer el quehacer y el camino que deben recorrer las empresas para alcanzar las metas previstas, teniendo en cuenta los cambios y demandas que impone su entorno. En este sentido, es una herramienta fundamental para la toma de decisiones al interior de cualquier empresa¹⁰.

Las planificación estratégica es un proceso de formulación y establecimiento de objetivos y, especialmente, de los planes de acción que conducirán a lograr los objetivos.

En el libro Planeación Estratégica de George A. Steiner define que la esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligro que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros. Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas de lograrlo¹¹.

En el libro de Conceptos de Administración Estratégica del autor Fred R. David menciona que; La administración estratégica se define como el arte y la ciencia de formular implementar y evaluar decisiones multidisciplinarias que permite que una empresa alcance sus objetivos. Como lo sugiere esta definición, la administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas y la contabilidad, la producción y las operaciones, la investigación y el desarrollo de los sistemas de información, para lograr el éxito de la organización. El termino administración estratégica en este texto se utiliza como sinónimo del término planeación estratégica. Este último se utiliza con más frecuencia en el mundo de los negocios, en tanto el primero se utiliza más en el campo académico. Algunas veces se terminó administración estratégica se emplea para referirse a la formulación de estrategias. El propósito la administración estratégica es crear y aprovechar oportunidades nuevas y diferentes para el futuro en contrataste, la planeación a largo plazo

¹⁰ Gabriel Roncancio. (2022). Que es la planeación estratégica y para sirve. Obtenido de Pensemos S.A.: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>



¹¹ Steiner, G. A. (2016). Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber (2nda. ed.). México: Grupo editorial Patria.



busca optimizar las tendencias de hoy para mañana. El término planeación estratégica se originó en la década de 1950 y gozo de gran popularidad entre mediados de la década de los sesenta hasta mediados de los setenta. En ese entonces se pensaba que la planeación estratégica era la solución de todos los problemas y muchas de las corporaciones estadounidenses estaban "obsesionadas" con ella. Sin embargo, después de ese auge la planeación estratégica se dejó de lado durante la década de 1980, pues los diversos modelos de planeación no generaron rendimientos mayores. No obstante, la década de 1990 trajo consigo el resurgimiento de la planeación estratégica, y en la actualidad, este proceso de práctica ampliamente en el mundo de los negocios.

En esencia, un plan estratégico es el plan de juego de empresa. Así como un equipo de futbol necesita un buen plan de juego para tener la oportunidad de triunfar, una empresa debe de contar con un buen plan estratégico para competir con éxito. Los márgenes de utilidad entre las empresas de la mayoría de las industrias son tan pequeños que el plan estratégico no admite la posibilidad de error. Un plan estratégico es el resultado del difícil proceso de elegir entre numerosas buenas alternativas e indica un compromiso con ciertos mercados, políticas, procedimientos y operaciones específicos y no con otros cursos de acción "menos deseables"¹².

Proceso de planeación

Para desarrollar la planeación estratégica de  se tomarán elementos de la planeación formal e informal. Tomando como punto de partida que los socios, dueños y directores son las mismas personas se usaría una planeación informal donde el dueño empresario toma todas las decisiones, la mayoría a corto plazo y como resultado de su experiencia y criterio. Sin embargo, la planeación estratégica de  será a largo plazo estableciendo estrategias y tácticas con base en los resultados que se quieren conseguir, la información que se recopilará y analizará y la experiencia de los socios.

¹² David, F. R. (2013). *Conceptos de administración estratégica* (14 ed.). Pearson.



2.1.1 Objetivo y características de la administración estratégica

El objetivo de la Administración Estratégica es identificar, evaluar, crear nuevas y mejores oportunidades al futuro. Optimizando los procesos de Gestión, el producto, mayor conocimiento y satisfacción del cliente, contar con buen clima organizacional, mejores usos de los recursos y de la tecnología.

Administración Estratégica tiene como objetivo general, el concebir la necesidad actual de desarrollar una estrategia organizacional, como parte de la labor administrativa pendiente hacia el logro de la mayor efectividad en el cumplimiento de los objetivos organizacionales y con el apoyo de las áreas funcionales.

La definimos como el proceso que se realiza para asegurarse que una organización una estrategia organizacional apropiada y se beneficie de su uso.

Existen demasiados riesgos para que el ejecutivo trabaje en base a su intuición para determinar cursos de acción, Los estrategas exitosos se organizan en identificar el lugar donde se encuentre y hacia donde deseen llegar en un tiempo determinado.

Las empresas planifican por anticipado para facilitar y lograr objetivos. Un buen estrategia formula y evalúa planes constantemente.

El éxito de los negocios depende cada vez más de la oferta de productos y servicios que sean cada vez competitivos a nivel mundial y no solo local. Si el precio y la calidad de los productos y servicios no son competitivos fracasarán en el mercado en donde se encuentren¹³

*El principal propósito que la planeación estratégica busca lograr es establecer el rumbo y las acciones a llevar a cabo para que tenga 3 **MARTIAL IT** sucursales y posteriormente sea un modelo de franquicia apto para poderse comercializar entre los inversionistas interesados y tener presencia en la mayoría de los estados de la república.*

¹³ David, F. R. (2013). Conceptos de administración estratégica (14 ed.). Pearson.



2.1.2 Importancia y beneficios

Administración estratégica permite que una organización sea más proactiva que reactiva en lo que se refiere a dar forma a su futuro; permite que una empresa inicie e influya las actividades (en vez a ellas) y, de esta manera, ejercer control sobre su propio destino. Los dueños de pequeñas empresas, directores generales, presidentes y gerentes de muchas organizaciones con y sin fines de lucro han reconocido y comprendido los beneficios de la administración estratégica.

Sus orígenes, el principal beneficio de la administración estratégica ha sido ayudar a las empresas a formular mejores estrategias a través del uso de un enfoque más sistemático, lógico y racional para la elección estratégica. Éste, sin duda, sigue siendo un beneficio importante de la administración estratégica, pero las investigaciones más recientes indican que el proceso, más que la decisión o el documento, son la contribución más importante de la administración estratégica. La comunicación es la clave para una administración estratégica exitosa. A través de la participación en el proceso, es decir, a través del diálogo y la participación, tanto los gerentes como los empleados se comprometen a apoyar a la organización. Cabe mencionar que todas las organizaciones necesitan que todos sus empleados se entreguen a la misión de lograr el éxito de la organización. Por tanto, la manera en que se lleva a cabo la administración estratégica es excepcionalmente importante. Uno de los objetivos fundamentales del proceso es lograr la comprensión y el compromiso por parte de todos los gerentes y empleados. La comprensión podría ser el beneficio más importante de la administración estratégica, seguida por el compromiso. Cuando gerentes y empleados comprenden lo que la organización hace y por qué lo hace, suelen sentirse parte de la empresa y se comprometen a ayudarla. Esto sucede en especial cuando los empleados entienden la relación que existe entre su remuneración y el desempeño de la empresa. Los gerentes y empleados se vuelven sorprendentemente creativos e innovadores cuando comprenden y apoyan la misión, los objetivos y las estrategias de la empresa. Por ende, un importante beneficio de la administración estratégica es la oportunidad de que el proceso confiera poder a los individuos. Empoderamiento es el acto de fortalecer el sentimiento de eficacia en los empleados, el cual los alienta a participar en la toma de decisiones y a ejercer su iniciativa e imaginación,



y se les recompensa por hacerlo. La planeación estratégica es un proceso de aprendizaje, ayuda, educación y apoyo, no sólo una actividad de papeleo entre los altos ejecutivos. El diálogo que se provoca en el proceso de la administración estratégica es más importante que un documento bien empastado. Lo peor que pueden hacer los estrategas es desarrollar ellos solos los planes estratégicos y después presentarlos a los gerentes operacionales para que los ejecuten. Mediante la participación en el proceso, los gerentes se “apropian” de la estrategia. El sentimiento de propiedad de las estrategias en las personas que tienen que ejecutarlas es la clave de su éxito. Aunque tomar buenas decisiones estratégicas es la principal responsabilidad del dueño o director general de una organización, tanto los gerentes como los empleados deben participar en las actividades de formulación, implementación y evaluación de las estrategias. La participación es una de las claves para lograr el compromiso para realizar los cambios necesarios. Cada vez más corporaciones e instituciones están utilizando la administración estratégica para tomar decisiones efectivas. Pero la administración estratégica no garantiza el éxito; podría resultar disfuncional si se conduce de forma desordenada.

Beneficios financieros

Las investigaciones indican que las organizaciones que utilizan los conceptos de la administración estratégica son más rentables y exitosas que aquellas que no lo hacen. Las empresas que utilizan los conceptos de administración estratégica muestran una mejoría significativa en áreas como ventas, rentabilidad y productividad con las empresas que no cuentan con actividades sistemáticas de planeación. Las organizaciones de alto desempeño tienden a llevar a cabo una planeación sistemática como preparación ante futuras fluctuaciones en sus ambientes externos e internos. Las empresas que cuentan con sistemas de planeación que se asemejan. Más a la teoría de la administración estratégica, por lo general, exhiben un desempeño financiero a largo plazo superior, en relación con su industria. Las empresas de alto rendimiento parecen tomar decisiones mejor informadas con una correcta previsión de las consecuencias a corto y largo plazo. En contraste, las empresas con un desempeño mediocre a menudo se involucran en actividades cortoplacistas, que no reflejan una previsión de las condiciones futuras. Los estrategas de



organizaciones con bajo desempeño a menudo se preocupan por resolver los problemas internos y por cumplir los tiempos del papeleo. Por lo general, subestiman las fortalezas de sus competidores y sobreestiman las fortalezas de sus organizaciones. Con frecuencia atribuyen el bajo desempeño a factores incontrolables como la mala economía, los cambios tecnológicos o la competencia de otros países. Cada año, más de 100 000 empresas estadounidenses fracasan. Los fracasos empresariales se presentan en forma de quiebras, ejecuciones, liquidaciones, y suspensiones de pagos judiciales. Aunque hay muchos factores aparte de la falta de una planeación estratégica efectiva que pueden ocasionar el fracaso de un negocio, los conceptos de planeación y las herramientas descritas en este texto pueden producir beneficios financieros importantes para cualquier organización.

Beneficios no financieros

Además de ayudar a evitar un fracaso financiero, la administración estratégica ofrece otros beneficios tangibles, como una mayor conciencia sobre las amenazas externas, mejor comprensión de las estrategias de los competidores, aumento en la productividad de los empleados, menor resistencia al cambio y comprensión más clara de las relaciones entre el desempeño y las recompensas. La administración estratégica mejora las capacidades organizacionales de prevención de problemas, ya que fomenta la interacción entre los gerentes de todos los niveles divisionales y funcionales. Las empresas que han procurado a sus gerentes y empleados, que han compartido con ellos los objetivos organizacionales, que los han empoderado para mejorar los productos o servicios y que han reconocido sus contribuciones, podrán contar con ellos en caso de necesitar su ayuda, gracias a esta interacción. Además de empoderar a gerentes y empleados, la administración estratégica a menudo ordena y disciplina una empresa que, de otra manera, estaría en peligro de fracasar. Puede ser el inicio de un sistema administrativo eficiente y eficaz. Estratégicamente puede renovar la confianza en la estrategia actual de la empresa o resaltar la necesidad de aplicar acciones correctivas. El proceso de administración estratégica sienta las bases para que gerentes y empleados identifiquen y racionalicen la necesidad de un cambio; les ayuda a ver el cambio como una oportunidad y no como una



amenaza. Greenley afirmó que la administración estratégica ofrece los siguientes beneficios.¹⁴

- Permite identificar, jerarquizar y explotar las oportunidades.
- Proporciona una visión objetiva de los problemas administrativos.
- Es un modelo para una mejor coordinación y control de las actividades.
- Minimiza los efectos de las condiciones y los cambios adversos.
- Permite que se tomen decisiones importantes en apoyo de los objetivos establecidos.
- Permite una mejor asignación de tiempo y recursos a las oportunidades identificadas.
- Permite que se destinen menos recursos y tiempo a corregir decisiones erróneas o improvisadas.
- Crea un marco para la comunicación interna entre el personal.
- Ayuda a conjugar el esfuerzo individual en uno total.
- Proporciona una base para aclarar las responsabilidades individuales.
- Fomenta el pensamiento innovador.
- Ofrece un enfoque cooperativo, integrado y entusiasta para enfrentar los problemas y las oportunidades.
- Motiva una actitud favorable hacia el cambio.
- Dota de disciplina y formalidad a la administración de un negocio.

¹⁴ David, F. R. (2013). Conceptos de administración estratégica (14 ed.). Pearson.



En **MARTIAL FIT** somos responsables en el desarrollo de nuestra identidad y filosofía nuestra principal inspiración es:

- M** INTEGRIDAD
- M** RESPETO
- M** VALOR
- M** HONOR
- M** COMPASIÓN
- M** HONESTIDAD
- M** LEALTAD



Nuestros entrenadores son vistos como líderes y ellos están orgullosos de ser punto de inspiración para los alumnos.

Brindando:

- M** Estabilidad emocional para los alumnos ya que practicando con nosotros además de realizar acondicionamiento físico practican artes marciales por ellos la seguridad en sus actividades diarias.
- M** Objetivo se ser mejor como persona
- M** Autonomía
- M** Administración del tiempo
- M** Aumento de creatividad.
- M** Al tratarse de muchas disciplinas, las artes marciales ofrecen muchos tipos de beneficios, pero en general se puede lograr una reducción del peso, tonificación muscular y un aumento en la resistencia cardiovascular a través de sesiones intensas de ejercicios.
- M** Mejorar el estado de ánimo.
- M** Aumento de energía



2.1.3 Naturaleza y alcances

En el proceso de administración estratégica es importante considerar los siguientes planteamientos¹⁵

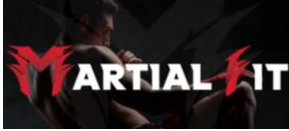
- ❑ La comunicación, representa la clave del éxito en las interacciones humanas y sistémicas de la institución. Una adecuada comunicación entre trabajadores de confianza y sindicalizados bajo la participación de procesos sinérgicos y empáticos, repercutirá en una mayor participación de la organización impulsando el conocimiento, la calidad, la productividad, la corresponsabilidad y el compromiso necesarios para alcanzar la misión y los objetivos.
- ❑ La globalización y la capacidad de adaptación a los nuevos cambios que exige el entorno repercute en adoptar adecuadas decisiones estratégicas. Las fronteras entre los países ya no nos imponen límites, el contemplar nuestras actividades desde una perspectiva global será estratégico para el adecuado desarrollo institucional.
- ❑ El ambiente es un elemento clave de la estrategia. Resulta prioritario concientizar a la empresa sobre el ambiente.

Es necesario conocer los alcances de la planeación para poder determinar las fronteras de las distintas alternativas y restricciones a las que nos enfrentamos; así, seremos capaces de generar mejores soluciones a los problemas. Los fines que podemos alcanzar son:

- ❑ Meta
- ❑ Objetivos
- ❑ Ideales

En **MARTIAL FIT** abrimos las puertas al público a las 6:00 am es la primera clase. Antes de comenzar la clase el personal operativo y encargado realizamos una reunión de motivación y objetivos de día se realiza esta dinámica antes de cada bloque de clases.

¹⁵ Strickland, T. A. (s.f.). Gestión Empresarial. Obtenido de Dirección y Administración Estratégicas México. McGraw-Hill.: <https://sites.google.com/site/materiageestionestrategica1/>



Las clases se dividen en dos bloques matutino y vespertino:

M *Mañana:*

6:00 a 7:15 am

7:30 a 8:45 am

9:00 a 10:15 am

M *Tardes:*

5:00 am a 6:00 p.m (niños de 10 a 14 años)

6:00 a 7:15 pm

7:30 a 8:45 pm





Al igual el equipo administrativo está al pendiente de las campañas de mercadotecnia que se realizan en redes sociales para ver su difusión e impacto. Nos mantenemos al pendiente de la competencia, escuchamos sugerencia y críticas de los alumnos y mamá de los alumnos, ya que estamos conscientes que el mercado cambia y las necesidades y expectativas de los alumnos se vuelvan más competitivas cada día. Por ello buscamos ser una academia diferente combinar varios criterios para buscar la satisfacción y recomendación de los alumnos.

Mejorando el servicio tanto en las clases, como realizando campañas de inscripción, promociones y retos personales con un adecuado entrenamiento.



2.1.4 Elementos de la administración estratégica

Consta de cuatro elementos básicos:

-  Análisis ambiental
-  Formulación de la estrategia
-  Implementación de la estrategia
-  Evaluación y control

Análisis ambiental

Implica la observación, evaluación y difusión de información desde los ambientes externo e interno hasta el personal clave de la corporación. Su propósito es identificar los factores estratégicos, es decir, los elementos externos e internos que determinarán el futuro de la corporación. La forma más sencilla de conducir el monitoreo ambiental es a través del análisis FODA.

Formulación de la estrategia

Es el desarrollo de planes a largo plazo para administrar de manera eficaz las oportunidades y amenazas ambientales con base en las fortalezas y debilidades corporativas (FODA). Incluye los siguientes elementos:

Implementación de la estrategia

La implementación de la estrategia es un proceso mediante el cual las estrategias y políticas se ejecutan a través del desarrollo de programas, presupuestos y procedimientos. Este proceso podría implicar cambios en la cultura general, en la estructura o en el sistema administrativo de toda la organización. La implementación de la estrategia, denominada en ocasiones planificación operativa, implica con frecuencia la toma diaria de decisiones en la distribución de recursos.



Evaluación y control

Un proceso en el que se supervisan las actividades corporativas y los resultados del desempeño de tal manera que el rendimiento real se compare con el rendimiento deseado. La evaluación y control es el último elemento importante de la administración estratégica, también puede señalar las debilidades de planes estratégicos implantados anteriormente y estimular así todo el proceso para comenzar de nuevo.

La evaluación y el control sean eficaces, los administradores deben obtener información clara, oportuna e imparcial del personal que está por debajo de ellos en la jerarquía de la corporación. Con esta información, comparan lo que sucede en realidad con lo que se planificó originalmente en la etapa de formulación¹⁶.

2.1. 5 Desafíos de la administración estratégica

La dirección estratégica se encarga de la complejidad derivada de situaciones ambiguas y no rutinarias con implicaciones sobre la totalidad de la organización más que sobre operaciones específicas.

“Esto es uno de los principales desafíos para los directivos, que están acostumbrados a administrar día a día los recursos bajo su control”

Esta puede llegar a construir un serio problema, debido a la formación típica que han podido recibir los directivos durante años para realizar funciones operativas y tomar responsabilidades de este tipo y por eso debemos tomar en cuenta otros desafíos que a continuación se presenta en la administración estratégica¹⁷.

En **MARTIAL FIT** nuestro principal desafío es la pandemia ya que mucha gente que realizaba ejercicio ya no sale de sus casas, personas que después de trabajar acudían a clases. Este ha sido nuestro principal desafío.

Nuestros competidores lanzan promociones por internet, descuentos en inscripciones, convenios con empresas de la zona, gimnasios escolares.

¹⁶ Hernández, M. d. (12 de febrero de 2017)
<http://itmadministracionestrategica.blogspot.com/2017/02/12-elementos-de-administracion.html>

¹⁷ Conocimientos web.net. (10 de diciembre de 2014)



La rivalidad que tenemos con escuela de artes marciales ya que piensan que nuestro método es vanguardista.

La adaptación al cambio ya que es muy constante y tenemos que estar preparados para todo cambio tanto financiero, estratégico, climático.

2.2 Proceso de la Planeación estratégica

Planeación estratégica formal e informal

Existen dos formas generales en la que los directores de empresas o las personas encargadas de la dirección toman sus decisiones. La primera y más común en pequeñas empresas es la planeación intuitiva en el día a día. Este tipo de planeación lo desarrolla una sola persona en la empresa, puede o no estar por escrito, los objetivos y las acciones a realizar son en un periodo de tiempo corto. Este tipo de planeación está basado en la experiencia, el instinto y el juicio del director¹⁸

El otro tipo de planeación es la formal, esta está basada en una serie de procedimientos organizados y sistematizados, la desarrollan un grupo de personas que está integrado por los directores, gerentes y socios. Esta planeación es común en empresas grandes y está fundamentada en la investigación. Los objetivos y acciones a realizar están planeados a largo plazo.

Ningún tipo de planeación es mejor que otro. Cada empresa debe adaptar estos dos tipos o hacer una combinación de ambos que mejor se adapte a ella. Además, en las empresas existen una serie de factores que influyen en que tan formal o informal se hace la planeación. De ahí la importancia de que la planeación estratégica sea flexible. En la siguiente tabla podemos observar la relación de diferentes factores con lo formal o informal que puede ser la planeación:

¹⁸ Steiner, G. A. (2016). *Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber* (2nda. ed.). México: Grupo editorial Patria.



Factores que influyen en el tipo de planeación formal e informal de una empresa

Planeación Formal	Planeación Informal
Empresas grandes	Empresas pequeñas
Medio ambiente estable	Medio ambiente cambiante
Poca competencia	Mercado grande y mucha competencia
Proceso de producción largo	Proceso de producción corto
Mucha tecnología	Poca Tecnología
Enfrentamientos a largo plazo	Enfrentamientos a corto plazo
Empresas con socios	Empresas donde el director es el dueño

El enfoque de planeación que se usará en **MARTIAL FIT** será una combinación de los enfoques descendente y comité de planeación. Los socios formarán el comité donde se establecerán los principales intereses y objetivos que se quieren conseguir, a su vez, ellos mismos serán los encargados de desarrollar las estrategias para lograrlos.



Propósitos de la Planeación estratégica

Antes de definir el proceso de planeación en una empresa es muy importante que se establezca que es lo que se quiere lograr con la Planeación Estratégica. Solo así las personas encargadas de la planeación, es decir los directores y gerentes, sabrán cual es el resultado que se espera de esta labor y tendrán una base que oriente su diseño.

Los siguientes son algunos objetivos que se pueden buscar con la planeación estratégica:

- Cambio de dirección en la empresa
- Mejorar la rentabilidad y el crecimiento
- Administrar y destinar mejor los recursos
- Establecer asuntos estratégicos de prioridad
- Conocer y determinar el ambiente y la industria en el que está la empresa
- Determinar las acciones a corto y largo plazo
- Establecer los objetivos que se deben lograr

Manuales de Planeación Estratégica

Entendiendo que tan formal o informal necesita ser la planeación estratégica en la empresa y cuales con los objetivos que se quieren lograr con esta, se pueden establecer manuales que nos orienten en el desarrollo de la Planeación estratégica.

Estos documentos normalmente llevan el nombre de “Manuales de Planeación” y proporcionan a nuevos directores, gerentes o inversionistas los lineamientos básicos para la planeación en la empresa, las tareas y obligaciones de cada puesto en la planeación, las fuentes de información que se deben consultar y los resultados o antecedentes que se han logrado con planeaciones pasadas¹⁹

¹⁹ Steiner, G. A. (2016). Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber (2nda. ed.). México: Grupo editorial Patria.



También es importante incluir información acerca de la filosofía de la empresa y una breve explicación de las condiciones en las que los diferentes departamentos como finanzas, ventas, compras, mercadotecnia, producción se encuentran. Como ya se mencionó anteriormente la planeación estratégica es flexible, por lo tanto, el contenido de los Manuales de Planeación es sumamente diferente entre empresa y empresa y entre menos formal sea la planeación menos se necesitan manuales.

MARTIAL FIT *no tendrá un manual escrito de planeación ya que por ahora no hay más personal al que se le tenga que comunicar y enseñar el proceso, sin embargo, los elementos del proceso de planeación sí estarán por escrito para corroborar que se mantenga el orden y cumplimientos de estos.*

Enfoques de diseño en la Planeación Estratégica

De acuerdo con Steiner (2016) existen 4 enfoques que las empresas pueden seguir para desarrollar su planeación estratégica formal:

Enfoque descendente

La alta dirección determina hacia donde quiere llevar a la compañía y los gerentes se alinean a las guías específicas que ella dicte. Esta es una planeación centralizada en los niveles más altos de la compañía. La alta dirección planea las metas junto con las estrategias que toda la empresa debe seguir para alcanzarlas. Una desventaja de este tipo de enfoque es que la alta dirección puede no estar preparada para desarrollar estrategias tan especializadas o específicas a cada departamento como lo harían los gerentes.

Enfoque ascendente

Para solucionar las desventajas que tiene el enfoque anterior existe el enfoque ascendente. En este la alta dirección no da un enfoque a toda la empresa, por el contrario, pide a los gerentes que presenten planes para desarrollar los objetivos con base en estos. Una ventaja de este enfoque es que los gerentes se sienten más libres y pueden preparar mejores planes.



■ Combinación de los dos

El tercer enfoque es la combinación de los dos anteriores. En este la alta dirección indica lineamientos a las demás divisiones, pero con la libertad y flexibilidad para que los gerentes diseñen sus propias estrategias para lograr los objetivos. En este enfoque es muy importante la comunicación entre todos los involucrados, por eso es importante que se programen juntas periódicas donde se revise el desarrollo de la planeación. Este enfoque tiene como ventaja que la libertad proporcionada a la creación de estrategias estimula la creatividad.

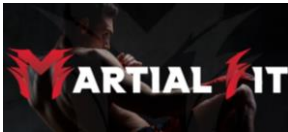
■ Comité de planeación

En este enfoque el director y los gerentes se reúnen para hacer un comité donde se desarrolle la planeación. En este comité se tratan los problemas de la empresa y su solución, pero la mayor parte del tiempo se destina al desarrollo de la planeación estratégica. Para que este enfoque de resultados debe haber una relación de igualdad entre todos los integrantes, pero siempre considerando la autoridad que tiene el director.

Como ya sabemos, el proceso de planeación es flexible. La empresa puede determinar que enfoque usar y diseñarlo con base a sus características y necesidades para obtener los mejores resultados.

Independientemente del proceso o flujo que determinemos para desarrollar la planeación estratégica, podemos tomar como punto de partida algún suceso, hecho, oportunidad o necesidad para comenzar el proceso de planeación estratégica (Steiner, 2016). Estos puntos de partida se muestran a continuación:

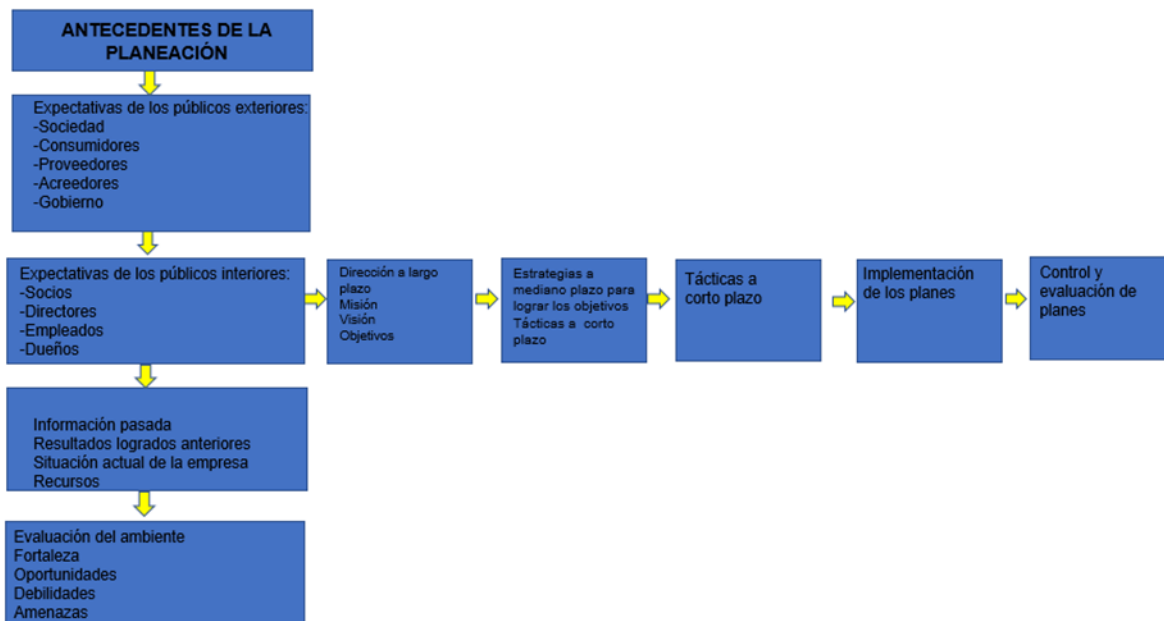
- Misión de la empresa**
- Información del FODA**
- Objetivos**
- Un problema**
- Intuición**
- Nueva información**
- Productos y mercados**
- Oportunidad**



Estructura de la Planeación Estratégica

La Planeación estratégica ya sea formal o informal, ascendente o descendente o independientemente de si algún suceso o hecho la originó, tiene una estructura que seguir que sirve de modelo, cronograma y orientación en el desarrollo de esta. No importa la naturaleza de la planeación, todos los puntos en el modelo deben ser desarrollados.

El siguiente es el modelo común de planeación estratégica usado en la mayoría de las empresas, pero como ya sabemos, cada empresa puede desarrollar el modelo que mejor se acomode a ella:



Modelo de planeación estratégica (Steiner, 2016)

Este modelo está dividido en 6 grandes bloques; antecedentes de la planeación, dirección a largo plazo, estrategias a mediano plazo, tácticas a corto plazo, implantación y evaluación.



Antecedentes de la planeación.

Como su nombre lo indica, este segmento lo integran la información y conocimiento que ya tenemos y su posición en el modelo nos muestra que es la base y el comienzo de la planeación estratégica.

En las empresas grandes es común que se tomen en cuenta los intereses y opinión de públicos externos, pero en las empresas pequeñas no, la opinión e intereses de los públicos internos son los que cobran mayor importancia y a donde hay que destinar la mayoría de los esfuerzos y recursos para cumplirlos.


Los antecedentes de la planeación también incluyen la información que la empresa ha podido generar y reunir con el paso del tiempo. La fuente de esta información pueden ser bases de datos, informes de ventas, información de finanzas, resultados de planeaciones pasadas.

Por último, la situación actual de la empresa en el ambiente nos da los elementos necesarios para poder tomar decisiones. Esta situación está conformada por las oportunidades y amenazas, fortalezas y debilidades.

Estructura de la planeación estratégica de


Antecedentes de la planeación

Expectativas de los públicos internos:

 *Llegar a un gran número de consumidores*

 *Obtener rendimientos sobre su inversión*

Información pasada:

Debido a que  acaba de iniciar operaciones, no hay información estadística de resultados anteriores. Sin embargo, por la experiencia de algunos de los socios fundadores en negocios relacionados al entrenamiento y artes marciales, es que se diseñó el sistema de entrenamiento combinando disciplinas para obtener un producto apto para las necesidades de la población actual. De esta experiencia pasada es que también se obtuvo conocimiento para seleccionar la ubicación física de las instalaciones y el costo por los servicios que se ofrecen.




Situación actual de la empresa

La empresa está en la etapa de introducción al mercado. Todavía no se alcanza el punto de equilibrio por lo que se está operando en números rojos necesitándose más aportaciones de los socios. La aceptación por parte de los consumidores es positiva, la mayoría de las personas que toman una clase muestra se inscriben.

Dirección a Largo Plazo

Con la información y conocimientos que obtuvimos de los antecedentes, se está preparado para poder desarrollar el siguiente punto en la planeación; los intereses a largo plazo. En esta parte se tratan la misión, visión, objetivos e intereses a largo plazo más importantes y buscados por los socios y directores y por los que todos en la empresa deben trabajar para lograrlos. Así que esta parte de la planeación estratégica dicta la dirección que la empresa debe tomar.

Dirección a largo plazo de 

Misión


Formar una comunidad de personas saludables, conscientes de sus capacidades físicas, con autocontrol y criterio de sus acciones mediante el entrenamiento físico, técnicas de artes marciales y meditación.

Ser accesibles económica y geográficamente a los consumidores para que formen parte de la comunidad de alumnos 

Visión

Ser la academia de artes marciales con el método de entrenamiento más útil, reconocido y preferido para la población del área metropolitana de la Ciudad de México y el Estado de México.

Objetivos

 *Para el tercer trimestre del 2024 tener una comunidad de 250 alumnos inscritos*

en 



- *Para el tercer trimestre del 2024 contar con 3 academias de entrenamiento en diferente ubicación estratégica de la zona metropolitana.*

Estrategias a mediano plazo

Una vez que se determinan los intereses y objetivos por los que la empresa debe trabajar, es necesario establecer como se pretende lograr realizar estos objetivos. Las estrategias son el camino que se debe tomar para llegar a la dirección establecida. En esta parte se proponen y establecen los objetivos y las acciones a mediano plazo que se deben lograr para contribuir a alcanzar la misión y visión de la empresa en el tiempo establecido.

En  nos esforzamos en:

- *Estrategias a mediano plazo*
- *Establecer una fuerza de ventas en ambiente digital y tradicional para captar nuevos alumnos*
- *Desarrollar un esquema de inversión de nuevos socios para la expansión en el mercado y la apertura de nuevas sucursales*
- *Maximizar el uso de las instalaciones reduciendo costos, desarrollando y comercializando nuevos productos.*

Tácticas a corto plazo

Las tácticas son acciones más específicas que cada departamento debe realizar para lograr el objetivo a mediano plazo que se estableció en las estrategias. Para desarrollar las tácticas el gerente comunica a su personal la dirección y el camino a seguir que se estableció para que juntos determinen que acciones específicas en el corto tiempo deben desarrollar. Cada departamento desarrolla sus propias tácticas.



Tácticas a corto plazo

Tácticas para la estrategia 1:

- Desarrollar un plan de contenidos para las canales digitales de comunicación*
- Establecer campañas publicitarias digitales para la captación de prospectos interesados*
- Identificar y hacer alianzas con influencers de nuestro público objetivo*
- Realizar alianzas con negocios específicos para intercambiar contactos y prospectos*
- Realizar alianzas con organizaciones de vecinos y administradores de condominios ofreciendo comisiones y descuentos en nuestros servicios*

Tácticas para la estrategia 2:

- Establecer el modelo de inversión, capital y rendimientos*
- Formalizar y establecer los procesos operativos*
- Registrar la marca y el método de entrenamiento*
- Establecer el modelo de capacitación de nuevos entrenadores*
- Constituir la empresa formalmente*
- Delimitar las zonas geográficas donde habrá sucursales y el rango de exclusividad*

Tácticas para la estrategia 3:

- Desarrollar programas y capacitaciones específicas impartidos por especialistas para comercializarlas como un producto extra y complementario al entrenamiento Martial Fit*
- Tener inventario suficiente de uniformes y guantes*



- *Desarrollar artículos promocionales para comercializarlos en las sucursales y reafirmar el sentido de pertenencia*
- *Eliminar los horarios de clase donde no haya el mínimo de alumnos presentes*

Implantación de planes

Después de que toda la planeación está desarrollada, revisada y aprobada por la dirección, es momento de llevarla a la acción. La parte de implantación está estrechamente ligada a la motivación, compensación y orientación por parte de la empresa y los directivos a todo el personal. Es muy importante que esta planeación y la dirección que la empresa está tomando sean comunicados a todo el personal independientemente de su puesto para que entiendan los motivos y la filosofía por los que la empresa y ellos están trabajando.

Control y evaluación de planes

Este punto se encuentra al final de la planeación estratégica, el control y evaluación se deben realizar periódicamente para detectar acciones que no están dando resultado y poder reorientarlas antes de que sea tarde. Como ya lo hemos mencionado, la planeación estratégica es flexible, por lo que todo en ella se puede cambiar y modificar para anticipar errores o buscar mejores resultados. Evaluación se debe hacer en todos los niveles, desde operacional hasta estratégico y se debe comunicar al personal la forma en cómo se evaluarán sus acciones.

*Control y Evaluación de los planes de **MARTIAL FIT**.*

La medición del progreso, desarrollo y resultados de los planes se hará de forma bimestral. Se evaluarán las acciones realizadas y su contribución al logro de los objetivos. Si después de la evaluación se considera que se pueden obtener mejores resultados cambiando o eliminando ciertas acciones se diseñarán nuevas tácticas.



2.2.1 Análisis del entorno (importancia)

Saber las condiciones en las cuales se encuentra la empresa nos dará una visión más clara de hacia donde debemos ir y como llegar allá.

Análisis del entorno es la base primordial sobre la que desarrollaremos toda la planeación, por ello, es sumamente importante realizar un análisis de todos los elementos internos y externos que conforman el entorno de la empresa, así como las expectativas de los públicos internos y externos de la empresa.

Aparte de sentar las bases para el desarrollo de la planeación estratégica, el análisis de la situación también tiene como propósito principal identificar tendencias, fuerzas y fenómenos que impactarán en la formulación de estrategias.

La flexibilidad de la planeación estratégica también recae sobre el análisis de la situación. Cada empresa tiene la libertad de realizar este análisis de la mejor forma que satisfaga sus necesidades dándole más importancia a los elementos que consideren claves. Del mismo modo, las empresas y sus directores son libres de utilizar las fuentes de información que consideren más oportunas, coherentes y confiables.

Es importante recalcar que el análisis de la situación no es un proceso estático si no dinámico, por lo que constantemente se debe estar analizando el entorno para identificar cambios o novedades que puedan afectar a la empresa o de los cuales se puedan obtener ventajas.

2.2.2 Externo e interno (recursos, competencias y capacidad estratégica)

Análisis de la situación debe dar como resultado una matriz donde se determinen las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la empresa. (Steiner, 2016)

Entorno externo se analizan los elementos que no están en control de la empresa como:

- Competencia (Quiénes son, Qué cantidad del mercado poseen, Qué acciones están realizando)
- Gobierno (Que leyes y políticas están vigentes, Que regulaciones hay, Que ideología tienen las personas en el poder)



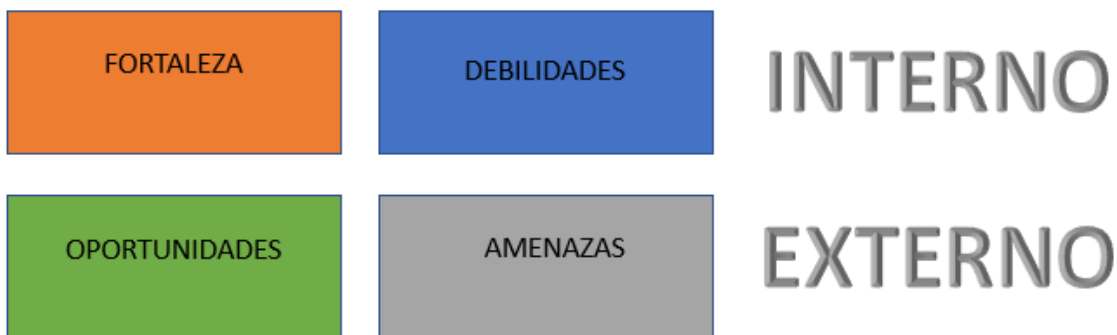
- ❑ Consumidores (Quienes son nuestros clientes, Donde se encuentran, Que posicionamiento tenemos en ellos)
- ❑ Población (Que costumbres y tradiciones hay en la población donde la empresa tiene presencia, que ideología, que características demográficas y psicográficas.
- ❑ Proveedores (Que tanto dependemos de ellos, Que capacidad tienen para abastecernos, Que riesgos hay de terminar relaciones con ellos)

En el entorno interno se analizan los elementos que la compañía puede controlar con sus acciones:

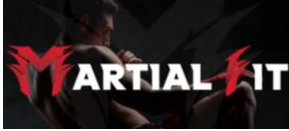
- ❑ Expectativas de los socios y directores (Que objetivos esperan que se cumplan en la compañía)
- ❑ Principales departamentos: Ventas, Finanzas, Mercadotecnia, Producción (Principales indicadores como su desempeño y resultados pasados, Capacidades y Crecimiento real)
- ❑ Recursos de la empresa (Recursos humanos, financieros y productivos, fabricas, oficinas, inventario, cartera de clientes)

Con el análisis de todos estos elementos internos y externos los directores están en posición de determinar que Amenazas y Oportunidades presenta el entorno externo y que Debilidades y Fortalezas internas tiene la empresa para contrarrestarlas y aprovecharlas.

A la matriz en la que se plasman estos resultados se le da el nombre de F.O.D.A. y se presenta como en la matriz del siguiente ejemplo:



MATRIZ FODA



Evaluación del ambiente (Estudio de mercado) **MARTIAL FIT**

La investigación con encuestas del grupo **MARTIAL FIT** busco establecer relaciones a través de cuestionarios y registro de encuestas de las personas, la descripción de pensamientos, ideas, sentimientos.

Se obtuvieron las respuestas a través de medios digitales y WhatsApp. La principal ventaja fue llegar a muestras grandes y una desventaja la falta de control del proceso

Análisis Externo

M Competencia

Para determinar la competencia y preferencias de la gente se estableció encuesta en Facebook con el público objetivo de la zona (Interlomas) y se realizó investigación de la zona en un radio de 20 minutos de distancia en auto desde la ubicación de las instalaciones hacía alrededor. Se determinó que la competencia son academias de entrenamiento de cualquier disciplina deportiva y gimnasios convencionales.

Los resultados que se encontraron son:

M Gimnasio Smart Fit Interlomas

Distancia: 3 minutos en auto

Oferta: Servicio de gimnasio convencional. Instalaciones y equipo modernos.

Regaderas y vestidores.

Costo: \$399 - \$599

M Orangetheory Fitness Interlomas

Distancia: 2 minutos en auto

Oferta: Clases de 60 minutos de ejercicio funcional y fuerza. Instalaciones modernas. Regaderas y vestidores.



Precio: \$1499 - \$2499

M *Lion Core*

Distancia: 6 minutos

Oferta: Servicio de gimnasio convencional. Regaderas y vestidores

M *9Round Interlomas*

Distancia: 5 minutos

Oferta: Clases de 30 minutos con un circuito de ejercicios funcionales y Kick boxing. Instalaciones modernas. Regaderas y vestidores.

M *Leyendas del box*

Distancia: 6 minutos

Oferta: Escuela de box, clases personalizadas. Regaderas y vestidores

Precio: \$1499

M *MD Self-defense Academy Interlomas*

Distancia: 3 minutos

Oferta: Academia de Jiu Jitsu brasileño, clases personalizadas.

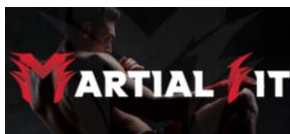
M *Gobierno*

Cambios en el semáforo epidemiológico y normas en la operación y funcionamiento de los establecimientos. Afectan en la decisión de realizar ejercicio.

M *Población*

La población mexicana se caracteriza por llevar una vida sedentaria, con obesidad y sobrepeso y con enfermedades crónicas como diabetes e hipertensión²⁰

²⁰ Secretaría de educación, ciencia, tecnología e innovación. (31 de MARZO de 2020). *EN EL PAÍS, 75 DE CADA 100 MEXICANOS TIENEN SOBREPESO U OBESIDAD*. Obtenido de SECTEI: <https://sectei.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/en-el-pais-75-de-cada-100-mexicanos-tienen-sobrepeso-u-obesidad>



Además, al igual que el resto del mundo, se encuentra todavía en una pandemia de COVID -19 que demostró el bajo nivel de salud de los mexicanos.

Seguridad


INEGI público en su estudio del 2021 sobre seguridad pública urbana que 64.5 por ciento de la población de 18 años y más se siente insegura en la ciudad donde vive²¹





En los últimos años se ha incrementado la preocupación de los mexicanos por su salud, cambiando hábitos en su alimentación y estilo de vida²²

Consumidores

Nuestros consumidores son personas de 17 a 60 años. Residentes de la zona de Interlomas. Segmento a, b, y c+. Practicantes de algún deporte o disciplina deportiva. Interesados en su seguridad e integridad personal y de su familia. Profesionistas o estudiantes.

Proveedores

 cuenta con 4 proveedores de los recursos básicos para su operación:

-  Proveedor de equipo para gimnasio
-  Proveedor de diseño y realización de estructuras metálicas para crossfit
-  Proveedor e instalador de colchoneta para entrenamiento, pasto sintético y remodelación de local
-  Proveedor de diseño gráfico e instalación de publicidad al interior y exterior del local.

²¹ El Financiero. (19 de Octubre de 2021). *Estas son las ciudades en donde se sienten más seguros los mexicanos*. Obtenido de El Financiero: <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/10/19/estas-son-las-ciudades-en-donde-se-sienten-mas-seguros-los-mexicanos/>

²² El Financiero. (16 de Enero de 19). *7 de cada 10 mexicanos ya apuestan por una alimentación más saludable: Nielsen*. Obtenido de El Financiero: <https://www.elfinanciero.com.mx/buena-vida/7-de-cada-10-mexicanos-ya-apuestan-por-una-alimentacion-mas-saludable-nielsen/>



Análisis Interno

Expectativas de los socios:

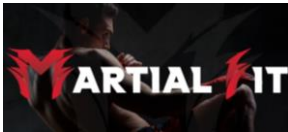
- ❑ *Comercializar **MARTIAL FIT** como modelo de franquicia*

Indicadores de los resultados de la empresa:

- ❑ *Como la empresa es de reciente creación no hay indicadores de ventas u otros objetivos alcanzados.*

Recursos de la empresa:

- ❑ *Activo fijo: Equipo de entrenamiento.*
- ❑ *Sistema y metodología de entrenamiento propio*
- ❑ *Conocimiento y experiencia en la administración de negocios deportivos*
- ❑ *Excelente ubicación*



MATRIZ FODA de MARTIAL FIT

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1: Único sistema de entrenamiento que combina las diferentes disciplinas de artes marciales y el acondicionamiento físico.</p> <p>F2: Ubicación de la academia ya que se encuentra ubicada en una zona con habitantes nivel socioeconómico medio alto / alto, zona empresarial y residencial.</p> <p>F3: Experiencia en la enseñanza de disciplinas marciales (Jiu Jitsu, Muay Thai, Budo)</p> <p>F4: Servicio de alta calidad.</p> <p>F5: Personal altamente capacitado.</p>	<p>D1: Capital limitado</p> <p>D2: No contar con historial crediticio para obtener crédito.</p> <p>D3: Falta de personal en la fuerza de ventas.</p> <p>D4: Falta de publicidad costosa.</p> <p>D5: Falta de promoción y conocimiento de las diferentes disciplinas que se imparten.</p>
	FO ESTRATEGIAS PARA MAXIMIZAR LAS F Y LAS O	DO ESTRATEGIAS PARA MINIMIZAR LAS D Y MAXIMIZAR LAS O
OPORTUNIDADES		
O1: El aumento de la población que le interesa el cuidado de su salud y llevar una vida más saludable.	Invertir en publicidad, campañas en redes sociales, google adss.	Invitar a un nuevo socio a invertir en el proyecto.
O2: El aumento en la inseguridad y la necesidad de aprender a defensa personal.	Realizar convenios con empresas y lanzamiento de promociones o descuentos para atraer nuevos clientes.	Campañas de salud en donde se muestren los beneficios de las artes marciales.
O3: El gusto de los jóvenes por desarrollar un cuerpo más atractivo.	Creación de página de internet.	Cursos en la academia de defensa personal.
O4: El gusto de la gente por encontrar lugares todo en uno.	Reforzar a la fuerza de ventas (para brindar una asistencia personalizada para cada alumno)	Impartir conferencias en las empresas acerca de la defensa personal sin costo.
O5: Crecimiento en las empresas de organizar eventos de índole deportivo y otorgar el ejercicio como una prestación a sus empleados.	Fidelizar a los alumnos existentes.	
	FA ESTRATEGIA PARA MAXIMIZAR LAS F Y MINIMIZAR LAS A	DA ESTRATEGIAS PARA MINIMIZAR LAS D Y LAS A
AMENAZAS		
A1: Competencia ya establecida y posicionada ya en el mercado.	Lanzar promociones	Crear portafolio diferenciador de la competencia.
A2: Pandemia COVID- 19 y derivados.	Hablar con los proveedores para que nos proporcionen productos al precio más bajo posible, para mantener los mismos precios de la mensualidad; al igual pedir productos promocionales para los alumnos.	Crear el diseño de procesos internos para difundir la misma información.
A3: Factores macroeconómicos negativos, como inflación, tipo de cambio alto.	Realizar campañas en donde se muestren los beneficios del deporte después del COVID-19.	Buscar una línea de crédito
A4: La crisis lleva a recortar gastos en las familias.		
A5: Fácil acceso a nuevos competidores.		



2.2.3 Formulación, implantación y control de estrategias

Lograr cumplir con la misión, visión, objetivos e intereses a largo plazo establecidos por los socios y la alta dirección es necesario desarrollar un programa de estrategias para lograrlo. Una estrategia es la continuidad de medios y acciones (tácticas) para lograr un fin. No hay un método único y establecido para formular estrategias; cada empresa y sus directores deben determinar cuál es la mejor forma para ellos de desarrollar sus estrategias y un elemento muy importante es su experiencia y criterio.

Un punto de partida central para desarrollar estrategias que las empresas pueden usar es el analizar la matriz F.O.D.A. que se desarrolló previamente. Pueden analizar el ciclo de vida de los productos que comercializan, encontrar un nuevo nicho de mercado, analizar a la competencia y al líder del mercado, seguir su intuición y su suerte. Como se mencionó anteriormente, no hay un modelo único y establecido que a todas las empresas les pueda servir para desarrollar sus estrategias, a lo que una empresa le puede servir a otra la puede hacer fracasar, es por eso que el desarrollo de estrategias se considera más un arte que una ciencia.

Establecidas y acordadas las estrategias que la empresa llevará a cabo se deben comunicar a los gerentes para que comiencen a implantarlas en sus departamentos mediante la formulación de tácticas.

Como ya sabemos, el proceso de la planeación estratégica es dinámico, por lo que cada cierto periodo se debe evaluar cómo se están llevando a cabo las estrategias y si se está en camino de cumplir con los objetivos planteados y determinar si se deben hacer cambios o continuar así.

2.2.4 La administración en el siglo XXI

La administración es un concepto que debe modernizarse, evolucionar y adaptarse a las condiciones del mercado, las organizaciones, los consumidores y el mundo en general. Si bien, las bases de la planeación se mantienen como en un principio, ahora las empresas han adaptado ciertos procesos para crear o seguir las tendencias establecidas. El cambio climático y los problemas medioambientales que el mundo está sufriendo en este siglo hacen forzoso que las empresas adapten sus procesos, entre ellos su administración



para así poder cumplir normas o políticas establecidas por los gobiernos y al mismo tiempo presentar una responsabilidad social con sus consumidores.

2.3 Dimensiones sociales y éticas de la administración estratégica

La responsabilidad social es la medida en que las actividades de una empresa protegen a la sociedad y la mejora más de la requerida para servir a los intereses legales, económicos, o técnicos de la organización, es decir, la responsabilidad social implica llevar a cabo actividades que puedan ayudar a la comunidad, aun cuando estas actividades no contribuyan directamente a generar bonificaciones para la empresa.²³

Es importante mencionar que casi todas las decisiones del proceso de administración estratégica tienen dimensiones éticas, sobre todo porque están relacionadas con la forma en que una empresa interactúa con sus grupos de interés. La cultura organizacional revela su ética; es decir, las decisiones de la empresa son producto de los valores centrales que comparten todos, o casi todos, los directivos y los empleados de la empresa.

La ética empresarial es vital en las discusiones que ocurren en la empresa para decidir en qué se quiere convertir, a quién quiere atender y cómo quiere atender a esas personas y grupos.

2.3.1 Ambiente interno de la organización

La mayoría de las pequeñas y medianas empresas de nuestro país tiene un solo dueño, quien a su vez posee los derechos legales de propiedad de la misma, dirige y toma decisiones de manera unilateral de acuerdo a su experiencia y objetivos

²³ I.T.M. (2017, 12 febrero). *Administración Estratégica*. Dimensiones Sociales. Recuperado 20 de febrero de 2022, de <http://itmadministracionestrategica.blogspot.com/2017/02/14-dimensiones-sociales-y-eticas.html>




Quien realmente crea el ambiente interno dentro de las organizaciones son los trabajadores sin dejar de ser influidos por sus directivos y jefe directo. Los jefes, deben tener la capacidad de analizar y hacer los cambios necesarios que afectan el desempeño diario de sus colaboradores.


Deben ser basados en hechos y dando un seguimiento de mejora a las observaciones previamente planteadas a cada una de las partes involucradas. Afortunadamente, el ambiente interno de una organización es comúnmente más factible de mejorar en el corto plazo que cuando nos enfrentamos a factores externos.

2.3.2 Innovación corporativa

Una herramienta que los corporativos utilizan para crear valor, obtener retornos financieros para sus accionistas y sostener una ventaja competitiva de largo plazo, esto es, ser relevante en el mercado. Búsqueda de esta innovación puede tener un efecto al interior de las empresas que se puede catalogar como innovación incremental, disruptiva o *breakthrough*.

 **Incremental:** permite a la empresa continuar con sus actividades y modelo de negocio de manera tradicional, intentando agregar valor a través de mejoras continuas a productos y/o servicios o procesos ya existentes.

 **Disruptiva:** aquella donde una empresa o industria desplaza a otras ya existentes.

 **Breakthrough:** una innovación que genera un cambio de paradigma tecnológico o científico, como podría ser el uso de los transistores o el internet.²⁴

²⁴ Shibata Salazar, H. (2020, 6 agosto). *Innovación Corporativa*. Tu empresa. Recuperado 17 de febrero de 2022, de <https://www.altonivel.com.mx/opinion/que-es-la-innovacion-corporativa-y-como-puedes-aplicarla-en-tu-empresa/>

Unidad III:

La forma jurídica de la empresa



Unidad de competencia:

Distingue los elementos que conforman la regulación legal de la empresa, con base en la interpretación jurídica y constitutiva que le permita seleccionar el tipo de sociedad mercantil.



3.1 Regulación Legal de la Empresa

La regulación empresarial son una serie de normas, requisitos y reglas que el gobierno ha impuesto para que las empresas puedan constituirse y llevar a cabo sus operaciones. Estas normas se encuentran estipuladas en la L.G.S.M. Las empresas deben seguir estas reglas desde el momento de su formación. Estas reglas proporcionan derechos y obligaciones que garantizan el buen funcionamiento de la empresa.

3.1.1 Tipos de Personas







La constitución de una empresa se puede hacer bajo dos tipos de personalidad jurídica. Estos dos tipos son Persona Física o Persona Moral.

La persona Física es aquella que realiza actividades comerciales bajo su propio nombre y su responsabilidad es ilimitada.


La persona Moral es aquella que se forma por la sociedad de varias personas físicas que son llamadas socios. Esta nueva persona Moral tiene personalidad jurídica, una razón social y sus derechos y obligaciones son limitados al capital social aportado por los socios.

3.1.2 Tipos de Sociedades Mercantiles

Según el artículo 1°. de la Ley de Sociedades Mercantiles menciona que existen 7 tipos de sociedades:

-  Sociedad en nombre colectivo
-  Sociedad en comandita simple
-  Sociedad de responsabilidad limitada
-  Sociedad anónima
 -  Sociedad en comandita por acciones
 -  Sociedad Cooperativa



 Sociedad por acciones simplificada²⁵

3.2 Atributos de las Sociedades Mercantiles

Los artículos 2° al 5° de la Ley de Sociedades Mercantiles mencionan los atributos, derechos y obligaciones tanto de la persona moral como de los socios que la conformaron.

El artículo 2° LGSM menciona que las personas morales tienen personalidad jurídica distinta a la de los socios. También nos dice que:

Los que realicen actos jurídicos como representantes o mandatarios de una sociedad irregular, responderán del cumplimiento de los mismos frente a terceros, subsidiaria, solidaria e ilimitadamente, sin perjuicio de la responsabilidad penal, en que hubieren incurrido, cuando los terceros resultaren perjudicados.

Los socios no culpables de la irregularidad podrán exigir daños y perjuicios a los culpables y a los que actúen como representantes o mandatarios de la sociedad irregular²⁵.

El artículo 3° LGSM menciona que las empresas que realicen actos ilícitos serán nulas y se liquidarán inmediatamente.

El artículo 4° LGSM establece que las empresas podrán llevar a cabo cualquier acto de comercio siempre y cuando no se ilícito.

Según el artículo 5° LGSM menciona que las empresas deberán ser constituidas ante un fedatario público.

²⁵ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). *Ley General de Sociedades Mercantiles*. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>




3.2.1 Estatutos sociales

Los estatutos sociales son las normas pactadas por los socios al momento de constituir la empresa. En ellos se establecen los derechos y obligaciones de los socios y las reglas para el funcionamiento de la empresa²⁶.


3.2.3 Escritura o Póliza Constitutiva

Según el artículo 6° de la Ley de Sociedades Mercantiles, mencionan la escritura o póliza constitutiva deberá contener elementos esenciales:


Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyan la sociedad;

 El objeto de la sociedad.

 Su razón social o denominación.

 Su duración, misma que podrá ser indefinida.

 El importe del capital social.

 La expresión de lo que cada socio aporte en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y el criterio seguido para su valorización. Cuando el capital sea variable, así se expresará indicándose el mínimo que se fije.

 El domicilio de la sociedad.

²⁶ Sepúlveda, M. (15 de 01 de 2021). *Para que sirven los estatutos de una empresa*. Obtenido de Zarate Abogados : <https://zarateabogados.com/2021/01/15/para-que-sirven-los-estatutos-de-una-empresa/>



- La manera conforme a la cual haya de administrarse la sociedad y las facultades de los administradores.
- El nombramiento de los administradores y la designación de los que han de llevar la firma social.
- La manera de hacer la distribución de las utilidades y pérdidas entre los miembros de la sociedad;
- El importe del fondo de reserva;
- Los casos en que la sociedad haya de disolverse anticipadamente, y
- Las bases para practicar la liquidación de la sociedad y el modo de proceder a la elección de los liquidadores, cuando no hayan sido designados anticipadamente²⁷.


3.2.4 Sociedades de Personas


Las sociedades son un grupo de personas con intereses iguales que se reúnen para llevar a cabo las acciones necesarias para lograr sus intereses. La ley de Sociedades Mercantiles estipula 7 tipos de sociedades mercantiles:

- Sociedad en nombre colectivo
- Sociedad en comandita simple
- Sociedad de responsabilidad limitada;
- Sociedad anónima;
- Sociedad en comandita por acciones;

²⁷ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). *Ley General de Sociedades Mercantiles*. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>



 Sociedad cooperativa, y

 Sociedad por acciones simplificada (Ley de Sociedades Mercantiles, 2018)

3.2.5 Sociedad en Nombre Colectivo

En la sociedad de nombre colectivo los socios del negocio responden a las obligaciones de forma subsidiaria, ilimitada y solidariamente.

En este tipo de sociedad mercantil, cada uno de los socios es responsable por todos los demás de modo subsidiario y solidario.

Características

El número mínimo de socios de la sociedad en nombre colectivo debe ser de dos. El máximo es ilimitado.

Los socios no pueden ceder sus derechos sin el consentimiento del resto de los integrantes. Sin este tampoco podrán admitirse nuevo, a no ser que en el contrato social se especifique que bastará con el consentimiento de la mayoría.

Asimismo, para modificar el contrato de la sociedad en nombre colectivo, todos los socios deben estar de acuerdo, a menos que se haya acordado de que solo se requerirá el consentimiento de la mayoría.

En las sociedades en nombre colectivo existen dos tipos de socios. Los socios industriales que aportan su trabajo y perciben un sueldo; y los socios capitalistas que aportan el capital monetario.

Las aportaciones de cada uno de estos socios pueden ser mediante dinero, bienes o trabajo.



Los socios no podrán dedicarse a otros negocios que sean similares al objeto de la sociedad en nombre colectivo, ni por cuenta propia ni ajena. Igualmente, tampoco podrán formar parte de otras sociedades a no ser que los demás socios estén de acuerdo.

La administración estará a cargo de uno o varios administradores, que podrán ser socios o personas ajenas a la sociedad.

Cuando el administrador sea un socio y se haya estipulado en el contrato social que no puede ser depuesto, solo podrá ser removido judicialmente por dolo, culpa o inhabilidad.

Se debe disponer de una reserva económica, consistente en el ahorro del 5% de las utilidades generadas anualmente, hasta llegar a un monto igual a la suma de la quinta parte del capital social²⁸.

3.3 Sociedad en Comandita Simple

De acuerdo con el artículo 51° de la LGSM, las sociedades en comandita son las que existen bajo una razón social y se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones

Características:

La razón social de la sociedad en comandita simple se forma con los nombres de uno o más socios comanditados, seguido de las palabras “y compañía” u otros equivalentes cuando en ella no figuren el nombre de todos. Además, a esa denominación social se le

²⁸ Infoautonomos . (s.f.). *Sociedad en nombre colectivo: características*. Obtenido de Infoautonomos <https://www.infoautonomos.mx/sociedades/sociedad-nombre-colectivo-caracteristicas/>



Son económicas y sencillas de crear, ya que solamente hay que realizar un acuerdo previo sobre la asociación para establecer la responsabilidad general, propiedad y distribución de los beneficios.

La administración de la sociedad estará a cargo de uno o varios administradores, quienes podrán ser socios o personas extrañas a ella.

Se tiene que establecer un monto del valor de las aportaciones de cada uno de los socios.

La aportación de los socios puede ser en bienes o en industria-servicios.

No se tienen accionistas.

No se establece un mínimo de capital, pero sí se tendrá que disponer de unas reservas que representen el 5% de las utilidades anuales hasta reunir el 20% del capital fijo social.

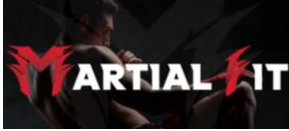
Tipos de Socios:

En la sociedad en comandita simple existen dos tipos de socios:

- Socios comanditados: los socios responsables de las deudas sociales de manera subsidiaria, indefinida y solidariamente. Tienen la calidad de comerciantes y son sujetos a la quiebra de manera individual, cuando se produzca la cesación de pago de la sociedad.
- Socio comanditario: no son responsables ni subsidiaria ni solidariamente de las obligaciones que contraiga la sociedad. Su riesgo y responsabilidad se limita a las aportaciones que han realizado, ya que no tienen ni están obligados a responder más allá de los mismos

Los socios comanditarios no pueden ejercer actos de administración, pero sí la vigilancia de las operaciones. Debe haber un mínimo de dos socios para formar la sociedad²⁹.

²⁹ Infoautonomos . (s.f.). *Sociedad en comandita simple: características y requisitos*. Obtenido de Infoautonomos : <https://www.infoautonomos.mx/sociedades/sociedad-en-comandita-simple/>



3.3.1 Sociedad en comandita por acciones simplificada

La sociedad en comandita por acciones está diseñada para constituir micro y pequeñas empresas que facturen menos de cinco millones de pesos por año, donde la responsabilidad y participación se limita a los recursos aportados por cada socio, que son representados en acciones. Además, solo se necesita un único socio para constituir la

El principal objetivo de esta sociedad es eliminar la informalidad y ahorrar tiempo y dinero en la constitución de la empresa. Esta sociedad la puede formar una sola persona física y después unirse más socios.

Características:

La responsabilidad de los socios o accionistas está limitada al monto de sus aportaciones.

No tendrán que apartar utilidades para fondo de reserva.

Se deberán calificar como micro y pequeña empresa. El tope de ingresos anuales aumenta cada primero de enero y se publica en el Diario Oficial de la Federación cada diciembre.

Las modificaciones que se realicen en los estatutos se deberán realizar mediante fedatario público.

No están sujetas al requisito de escritura pública o de cualquier otra formalidad.

Pueden transformarse a otro régimen societario en cualquier momento si lo desean.

Las controversias existentes entre los accionistas deberán resolverse por medio de mecanismos alternativos como mediación o conciliación en un principio.

Salvo que los socios pacten otra cosa, las utilidades se distribuyen en proporción a las acciones de cada socio.



Se deben establecer obligaciones de transparencia que cumplirán en el Sistema Electrónico de Publicaciones Empresariales³⁰.

3.3.2 Sociedad de Responsabilidad Limitada

Una sociedad de responsabilidad limitada es un tipo de sociedad mercantil en la que la responsabilidad de cada uno de los socios está delimitada por el capital que estos hayan aportado a la misma.

El capital de una sociedad limitada se divide en participaciones y no en acciones como en las sociedades anónimas.

Al contrario de lo que ocurre con las acciones de los socios en la sociedad anónima, en una sociedad de responsabilidad limitada (o sociedad limitada) las participaciones en la sociedad son personales y no son títulos que puedan negociarse o comercializarse en determinados mercados. Se dice que las aportaciones de los socios en este tipo de sociedad mercantil son sociales, indivisibles y acumulables.

Algo que sí tiene en común la sociedad limitada con la anónima es su modelo de dirección en la que se separa propiedad y control. El socio habitualmente no participa en la dirección a menos que se le haya atribuido este poder por medio de los estatutos o la Junta General. Siguen siendo aquí los administradores nombrados específicamente para esta tarea los que se encargan de dirigir la empresa³¹

M Principales características de la sociedad limitada: Los principales órganos que conforman este tipo de sociedades son la Administración y la Junta General. Es decir, cuentan con una estructura bastante similar a las de las sociedades anónimas.

³⁰ Infoautonomos. (s.f.). Sociedad por Acciones Simplificada: características. Obtenido de Infoautonomos:<https://www.infoautonomos.mx/sociedades/sociedad-acciones-simplificada-caracteristicas/>

³¹ Economipedia. Diccionario económico: <https://economipedia.com/definiciones/sociedad-de-responsabilidad-limitada.html>



En ese sentido una característica importante de las sociedades de responsabilidad limitadas es que aquí los socios no responden personalmente de las deudas que pueda afrontar la sociedad. Es decir, ante problema con el funcionamiento de la empresa y el surgimiento de posibles deudas el patrimonio personal de los socios no debe verse comprometido. Es por ello que en la economía este tipo de sociedad es bastante abundante y característico de empresas medianas y pequeñas (Pymes).

M Requisitos de capital para crear una sociedad de responsabilidad limitada: En México, el capital mínimo para constituir una sociedad es de 3.000 pesos, debiendo aportar al menos el 50% en el momento de su constitución.

Sociedad de responsabilidad limitada es la que se constituye entre socios que solamente están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables, a la orden o al portador, pues sólo serán cedibles en los casos y con los requisitos que establece la presente Ley³²

La sociedad de responsabilidad limitada existirá bajo una denominación o bajo una razón social que se formará con el nombre de uno o más socios. La denominación o la razón social irá inmediatamente seguida de las palabras “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o de su abreviatura “S. de R. L.”

La constitución de las sociedades nos menciona de responsabilidad limitada o el aumento de su capital social, no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

En los aumentos del capital social se observarán las mismas reglas de la constitución de la sociedad. Los socios tendrán, en proporción a sus partes sociales, preferencia para suscribir las nuevamente emitidas, a no ser que este privilegio lo supriman el contrato social o el acuerdo de la asamblea que decida el aumento del capital social.

La administración de las sociedades de responsabilidad limitada estará a cargo de uno o más gerentes, que podrán ser socios o personas extrañas a la sociedad, designados

³² Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). Ley General de Sociedades Mercantiles. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>



temporalmente o por tiempo indeterminado. Salvo pacto en contrario, la sociedad tendrá el derecho para revocar en cualquier tiempo a sus administradores.

El contrato social nos comunica podrá consignar los casos en que la reunión de la asamblea no sea necesaria, y en ellos se remitirá a los socios, por carta certificada con acuse de recibo, el texto de las resoluciones o decisiones, emitiéndose el voto correspondiente por escrito. Si así lo solicitan los socios que representen más de la tercera parte del capital social, deberá convocarse a la asamblea, aun cuando el contrato social sólo exija el voto por correspondencia

Salvo pacto en contrario, la modificación del contrato social se decidirá por la mayoría de los socios que representen, por lo menos, las tres cuartas partes del capital social; con excepción de los casos de cambio de objeto o de las reglas que determinen un aumento en las obligaciones de los socios, en los cuales se requerirá la unanimidad de votos³³.

3.3.3 Sociedad Anónima

La sociedad anónima como sociedad mercantil más usada y común en México, empleándose para el desarrollo de actividades empresariales como comercio, agricultura, ganadería, finanzas, servicio, etc.

La Sociedad anónima es la que existe bajo una denominación y se compone exclusivamente de socios cuya obligación se limita al pago de sus acciones.

La denominación se formará libremente, pero será distinta de la de cualquiera otra sociedad y al emplearse irá siempre seguida de las palabras “Sociedad Anónima” o de su abreviatura “S.A.” sección primera de la constitución de la sociedad.

³³ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). *Ley General de Sociedades Mercantiles*. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>



Requisitos de constitución de una S.A

- ❑ Que haya dos socios como mínimo, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
- ❑ Que el contrato social establezca el monto mínimo del capital social y que esté íntegramente suscrito.
- ❑ Que se exhiba en dinero efectivo, cuando menos el veinte por ciento del valor de cada acción pagadera en numerario.
- ❑ Que se exhiba íntegramente el valor de cada acción que haya de pagarse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.

La sociedad anónima puede constituirse por la comparecencia ante fedatario público, de las personas que otorguen la escritura o póliza correspondiente, o por suscripción pública, en cuyo caso se estará a lo establecido en el artículo 11° de la Ley del Mercado de Valores.

La escritura constitutiva o póliza de la sociedad anónima deberá contener, además de los datos requeridos por el artículo 6°

- ❑ La parte exhibida del capital social
- ❑ El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social.
- ❑ La forma y términos en que deba pagarse la parte insoluta de las acciones.
- ❑ La participación en las utilidades concedidas a los fundadores
- ❑ El nombramiento de uno o varios comisarios.
- ❑ Las facultades de la Asamblea General y las condiciones para la validez de sus deliberaciones, así como para el ejercicio del derecho de voto, en cuanto las disposiciones legales puedan ser modificadas por la voluntad de los socios.
- ❑ Impongan restricciones, de cualquier naturaleza, a la transmisión de propiedad o derechos, respecto de las acciones de una misma serie o clase representativas del capital social, distintas a lo que se prevé en el artículo 130 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.



- Establezcan causales de exclusión de socios o para ejercer derechos de separación, de retiro, o bien, para amortizar acciones, así como el precio o las bases para su determinación.

Cuando la sociedad anónima haya de constituirse por suscripción pública, los fundadores deben de estar conscientes que redactarán y depositarán en el Registro Público de Comercio un programa que deberá contener el proyecto de los estatutos, con los requisitos del artículo 6º LGSM, además de considerar los requisitos accidentales que se establecen en los requisitos sociales con acuerdo del socio considerando la naturaleza del negocio (objeto social)

Cada suscripción se recogerá por duplicado en ejemplares del programa, y contendrá:

- El nombre, nacionalidad y domicilio del suscriptor
- El número, expresado con letras, de las acciones suscritas; su naturaleza y valor
- La forma y términos en que el suscriptor se obligue a pagar la primera exhibición
- Cuando las acciones hayan de pagarse con bienes distintos del numerario, la determinación de éstos
- La forma de hacer la convocatoria para la Asamblea General Constitutiva y las reglas conforme a las cuales deba celebrarse
- La fecha de la suscripción
- La declaración de que el suscriptor conoce y acepta el proyecto de los estatutos. Los fundadores conservarán en su poder un ejemplar de la suscripción y entregarán el duplicado al suscriptor.

Los suscriptores depositarán en la institución de crédito designada al efecto por los fundadores, las cantidades que se hubieren obligado a exhibir en numerario, de acuerdo con la fracción III del artículo anterior, para que sean recogidas por los representantes de la sociedad una vez constituida.

Las aportaciones distintas del numerario se formalizarán al protocolizarse el acta de la asamblea constitutiva de la sociedad.



Si un suscriptor faltare a las obligaciones que establecen los artículos 94° y 95° los fundadores podrán exigirle judicialmente el cumplimiento o tener por no suscritas las acciones.

Todas las acciones deberán quedar suscritas dentro del término de un año, contado desde la fecha del programa, a no ser que en éste se fije un plazo menor.

La Asamblea General Constitutiva se ocupará:

- De comprobar la existencia de la primera exhibición prevenida en el proyecto de estatutos.
- De examinar y en su caso aprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubiesen obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a voto con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- De deliberar acerca de la participación que los fundadores se hubieren reservado en las utilidades.
- De hacer el nombramiento de los administradores y comisarios que hayan de funcionar durante el plazo señalado por los estatutos, con la designación de quiénes de los primeros han de usar la firma social.

Aprobada por la Asamblea General la constitución de la sociedad, se procederá a la protocolización y registro del acta de la junta y de los estatutos marcados por los socios.

Toda operación hecha por los fundadores de una sociedad anónima (socios), con excepción de las necesarias para constituir la, será nula con respecto a la misma, si no fuere aprobada por la Asamblea General³⁴.

3.3.4 Sociedad Cooperativa

Es una forma de organización social integrada por personas físicas con base en intereses comunes y en los principios de solidaridad, esfuerzo propio y ayuda mutua, con el propósito

³⁴ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). Ley General de Sociedades Mercantiles. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>



de satisfacer necesidades individuales y colectivas, a través de la realización de actividades económicas de producción, distribución y consumo de bienes y servicios³⁵.

Clases de sociedades cooperativas:

- De consumo: Son aquellas cuyos miembros se asocian con el objeto de obtener en común artículos, bienes o servicios para ellos, sus hogares o sus actividades de producción.
- De producción: Son aquellas cuyos miembros se asocian para trabajar en común en la producción de bienes o servicios, aportando su trabajo personal, físico o intelectual, independientemente del tipo de producción que realicen.
- De ahorro y préstamo: Son aquellas sociedades constituidas y organizadas conforme a la Ley General de Sociedades Cooperativas que, independientemente del nombre comercial, razón o denominación social que adopten, tengan por objeto realizar operaciones de ahorro y préstamo con sus socios, y quienes forman parte del sistema financiero mexicano con el carácter de integrantes del sector social sin ánimo especulativo.

Las sociedades cooperativas podrán dedicarse libremente a cualquier actividad económica lícita.

Si perteneces a una sociedad cooperativa requieres considerar lo siguiente:

- Acumular ingresos. Si además tienes actividades de otro régimen.
- Cumplir con obligaciones.
- Deducir gastos.

³⁵ Portal de trámites y servicios SAT. Gob. obtenido de:
<https://www.sat.gob.mx/consulta/08326/conoce-que-es-una-sociedad-cooperativa>



MARTIAL FIT no considero esta alternativa de constitución de una cooperativa, ya que nuestra empresa persigue actos de comercio cuyo propósito es la especulación comercial, por ello la elección de una sociedad anónima.

3.3.5 Sociedad por acciones simplificada





La sociedad por acciones simplificada también se conoce como S.A.S y busca dar solución a la problemática referente a los costos notariales, derechos, etc., a los tiempos de duración de los trámites y a lo que implica tomar una decisión vital como es conseguir socios para constituir legalmente una empresa en México.

Igualmente, como hemos indicado, también se creó este tipo de sociedad mercantil para incentivar la creación de las micro y pequeñas empresas, PyMES, así se facilita que una sola persona física, autónomo, pueda constituir su negocio por medios electrónicos con todos los efectos legales.

Al contrario de otro tipo de sociedades, como las sociedades anónimas o las sociedad de responsabilidad limitada, las cuales necesitan de dos personas o más físicas o morales para su creación.

Aunque, se debe especificar, que, aunque se dice que se puede crear en un día, esto no es totalmente cierto, ya que se debe esperar a obtener la autorización de uso de denominación por parte de la Secretaría de Economía, la cual tarda entre dos y cuatro días hábiles aproximadamente.

Los objetivos que se persiguieron cuando se instauró esta iniciativa son:

-  Eliminar la informalidad.
-  Simplificar el proceso de constitución de micro y pequeñas empresas.
-  Fomentar el crecimiento de este tipo de empresas para que en el futuro adopten formatos más sofisticados de operación y administración.
-  Constituir un nuevo régimen societario formado por uno o más accionistas (personas físicas, autónomos).



- ❑ Instaurar un proceso de constitución administrativa con todos los efectos legales adecuados correspondientes.

Las principales características de la sociedad por acciones simplificada, S.A.S, en México son:

- ❑ La responsabilidad de los socios o accionistas está limitada al monto de sus aportaciones.
- ❑ No tendrán que apartar utilidades para fondo de reserva.
- ❑ Se deberán calificar como micro y pequeña empresa, por lo que el ingreso de este tipo de entidades en 2020 no podrá rebasar el importe de \$5,671,800.02 pesos. Este tope aumenta cada primero de enero anualmente y se publica en el Diario Oficial de la Federación cada diciembre.
- ❑ Las modificaciones que se realicen en los estatutos se deberán realizar mediante fedatario público.
- ❑ No están sujetas al requisito de escritura pública o de cualquier otra formalidad.
- ❑ Pueden transformarse a otro régimen societario en cualquier momento si lo desean.
- ❑ Las controversias existentes entre los accionistas deberán resolverse por medio de mecanismos alternativos como mediación o conciliación en un principio.
- ❑ Salvo que los socios pacten otra cosa, las utilidades se distribuyen en proporción a las acciones de cada socio.
- ❑ Se deben establecer obligaciones de transparencia que cumplirán en el Sistema Electrónico de Publicaciones Empresariales.



Es importante señalar que el o los accionistas en una sociedad por acciones simplificada, S.A.S., no podrán tener el control o administración de otras sociedades mercantiles en México.

Asimismo, se debe tomar en cuenta que, si se supera el monto de ingresos tope de la S.A.S, se deberá transformar a otro régimen societario. En caso de no llevar a cabo dicha transformación, el o los accionistas responderán frente a terceros, subsidiaria, solidaria e ilimitadamente, sin perjuicio de cualquier otra responsabilidad en que hubiesen incurrido.

Igualmente, no requieren de un capital mínimo para su constitución y se simplifica su operación mediante un esquema flexible de administración.

El estatuto de una S.A.S debe contener la siguiente información:

- ❑ Denominación o razón social.
- ❑ Nombre de los accionistas o socios.
- ❑ Domicilio fiscal de los accionistas o socios.
- ❑ Registro Federal de Contribuyentes, RFC, de los accionistas o socios.
- ❑ Correo electrónico de cada uno de los accionistas o socios.
- ❑ Domicilio fiscal de la sociedad.
- ❑ Duración de la sociedad.
- ❑ La forma y términos en que los socios se obliguen a suscribir y pagar sus acciones.
- ❑ El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social.
- ❑ El número de votos que tendrá cada uno de los socios en virtud de sus acciones.
- ❑ El objeto de la sociedad.
- ❑ La forma de administración de la sociedad

Las S.A.S tienen una serie de beneficios como:

- ❑ Rápida constitución, al ser un trámite totalmente en línea, sin necesidad de acudir a ninguna oficina y desde cualquier dispositivo electrónico.



- Totalmente gratuito, ya que no genera gastos de constitución.
- Es el único régimen que permite constituir una sociedad a partir de una sola persona física, autónomo.
- Permite acceder a esquemas de financiamiento, de seguridad social, entre otros.
- Cumplir con trámites federales desde un solo portal.
- No se requiere capital mínimo ni fondo de reserva.
- Permite que las empresas permanezcan y crezcan, generando más empleos.
- Posibilitan la toma de acuerdos de los accionistas por vía electrónica.
- Responsabilidad limitada de los accionistas, salvaguardando así su patrimonio personal y familiar³⁶

Una opción importante por parte de **MARTIAL IT** fue considerar las SAS por su naturaleza de creación ante el portal digital, sin embargo, preferimos construimos en una S.A de C.V ya que la legislación apunta que una SAS tiende a cambia a una S.A de C.V.

3.3.6 Sociedad Anónima Promotora de Inversión (SAPI)

La Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable es el tipo de sociedad más flexible para operar en México y, así como el resto de las sociedades mercantiles se crea mediante un Acta Constitutiva formalizada ante un fedatario público (notario o corredor)³⁷.

³⁶ Infoautonomos . sociedad de acciones simplificadas: *características y requisitos*. Obtenido de Infoautonomos:<https://www.infoautonomos.mx/sociedades/sociedad-acciones-simplificada-caracteristicas/>

³⁷Justicia México <https://mexico.justia.com/derecho-mercantil/sociedad-anonima-promotora-de-inversion/>



3.3.7 Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable (SAPI de CV)

Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable es una sociedad mercantil que permite la formalización de una empresa ante la ley siendo reconocida de manera oficial y regulada por la Ley General de sociedades Mercantiles.

El objetivo de esta sociedad es el de abrir las oportunidades a PyMES (del tipo tecnológico) permitiéndoles recibir inversión de menor escala para su crecimiento y así generar fuentes de trabajo.

La S.A.P.I. de C.V. Debe de contener la información general de las actividades de la empresa, nombre, tipo de sociedad, administración, nombre de los socios y participación de estos dentro de la sociedad, entre otros datos.

Las Actas Constitutivas como Sociedad Anónima Promotoras de Inversión de Capital Variable entraron en vigor el 28 de junio del 2006. Están basadas en las S.A. de C.V. pero la S.A.P.I se muestra como modelo flexible, que puede modificarse constantemente sin afectar lo pactado en el Acta Constitutiva³⁸.

Diferenciadores de una Sociedad Anónima Promotora de Inversión de Capital Variable	
Modificación en las acciones y socios.	Permite agregar, quitar o modificar las acciones de los socios por porcentajes, sin necesidad de cambiar el acta constitutiva.
Modificaciones en los miembros del Consejo de Administración.	Permite hacer modificaciones en el Consejo de Administración del mismo modo que con los socios.

³⁸ Justicia México <https://mexico.justia.com/derecho-mercantil/sociedad-anonima-promotora-de-inversion/>



Establece reglas para los socios y sus derechos.	Estas reglas determinarán las causas de exclusión de socios o su derecho para ejercer su separación.
	Permite diferenciar los derechos por tipos de acciones según lo pactado entre socios.
	Brinda derechos a las minorías accionarias para participar en la administración de la sociedad.
	También reglamenta el retiro y amortización de acciones, así como el precio y bases para su determinación.
	Restringe de ser necesario el voto a los accionistas con respecto a la toma de decisiones dentro de la empresa.
	Permite diferenciar derechos sociales no económicos.
Modificación en el reparto de utilidades.	Limitación o ampliación de reparto de utilidades u otros derechos económicos.
Modificación de derechos preferentes.	Ampliación, limitación o negación de derechos preferentes en caso de compra o venta de acciones.
Mecanismos para la resolución de conflictos.	Creación de mecanismos pactados por los socios en caso de asuntos especiales.
	Derecho a veto o voto de uno o más accionistas con relación a las resoluciones de asamblea.
Limitación de responsabilidades en daños y perjuicios.	Se permite fijar limitantes dentro de las responsabilidades en daños y perjuicios ocasionados por consejeros y directivos.



3.3.8 Sociedad Anónima de Capital Variable (Empresa SA de CV)

Una de las principales características de la S.A de C.V es que favorece la oportunidad de participar de todos los accionistas, sin perjudicar el fin del capital social del proyecto constituido. No permite que nadie que produzca utilidades con esta sociedad genere más beneficios económicos por encima de lo destinado al capital social de la empresa.

Asimismo, este tipo de sociedad consolida la división de las acciones y permite la creación de una asamblea de accionistas en la cual se debaten los temas financieros pertinentes para la continuidad del proyecto empresarial y la toma de decisiones.

Otras características destacan las capacidades de este tipo de constitución de empresa porque pueden agrupar a ambas figuras legales, las personas físicas y las personas morales en una misma sociedad. Eso posiciona a esta sociedad como una de las mejores opciones para alcanzar metas a corto y mediano plazo en el proyecto emprendido.

Esta sociedad se diferencia de otras en el ámbito legal porque:

- Tiene dos (2) o más accionistas y según su participación en el capital accionario se establece su representación en la toma de decisiones.
- Representa a una organización con fines de lucro.
- Las tomas de decisiones se generan en asamblea de accionistas o asamblea general, el órgano de mayor relevancia en la empresa.
- Aumenta las posibilidades de recibir acciones de terceros que quieren ser socios.
- Exige un monto mínimo de inversión del capital
- La unificación de los accionistas con el mismo fin y la sociedad constituida da paso a la creación de una persona moral que representa a todas las personas físicas accionistas.
- Las reuniones o asambleas de accionistas pueden ser ordinarias o extraordinarias, según corresponda y clasifiquen los accionistas mayoritarios.



- ❑ Para velar por los intereses de toda la sociedad mercantil, los accionistas designarán uno o dos comisarios que cumplirán las funciones pertinentes de auditoría y control.

Al ser uno de los tipos de sociedades más usados, tiene múltiples beneficios para sus dueños. Entre ellos destacan que:

- ❑ El derecho que tienen los accionistas sobre el capital y las utilidades de la empresa atrae a los inversores.
- ❑ Capacidad de los socios para acordar que las acciones puedan ser heredadas o no.
- ❑ Incremento o disminución del capital según las necesidades mercantiles de la sociedad.
- ❑ Con frecuencia son sociedades estables con muchas capacidades para producir más utilidades y capital para reinvertir.
- ❑ Facilitan la estructura financiera de la empresa
- ❑ Dinamizan el ingreso de capital a la empresa por consolidar la sociedad

En las sociedades de capital variable el capital social será susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios o por la admisión de nuevos socios, y de disminución de dicho capital por retiro parcial o total de las aportaciones, sin más formalidades que las establecidas por este capítulo.

Las sociedades de capital variable se registrarán por las disposiciones que correspondan a la especie de sociedad de que se trate, y por las de la sociedad anónima relativas a balances y responsabilidades de los administradores, salvo las modificaciones que se establecen en el presente capítulo.

A la razón social o denominación propia del tipo de sociedad, se añadirán siempre las palabras “de capital variable”.

El contrato constitutivo de toda sociedad de capital variable deberá contener y señalar, además de las estipulaciones que correspondan a la naturaleza de la sociedad, las condiciones que se fijen para el aumento y la disminución del capital social. En las



sociedades por acciones el contrato social o la Asamblea General Extraordinaria fijarán los aumentos del capital y la forma y términos en que deban hacerse las correspondientes emisiones de acciones. Las acciones emitidas y no suscritas a los certificados provisionales, en su caso, se conservarán en poder de la sociedad para entregarse a medida que vaya realizándose la suscripción³⁹.

MARTIAL FIT después de ser un análisis de la importancia y revisando las virtudes de las sociedades. Nos decidimos por Sociedad Anónima de Capital Variable, ya que son varios accionistas y por las necesidades que tenemos como academia es la que mas se nos adecua.

3.3.9 Disolución, Liquidación y fusión de sociedad

Las causas para la disolución y la liquidación son las siguientes: Por concluir el término fijado para la duración de la sociedad, en términos sencillos por la caducidad de la sociedad, por llegarse el plazo estipulado. Por la imposibilidad de seguir realizando el objeto de la sociedad.

De la disolución de las sociedades

- ❑ Por expiración del término fijado en el contrato social.
- ❑ Por imposibilidad de seguir realizando el objeto principal de la sociedad o por quedar éste consumado.
- ❑ Por acuerdo de los socios tomado de conformidad con el contrato social y con la Ley.
- ❑ Porque el número de accionistas llegue a ser inferior al mínimo que esta Ley establece, o porque las partes de interés se reúnan en una sola persona

³⁹ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). Ley General de Sociedades Mercantiles. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>



- Por la pérdida de las dos terceras partes del capital social. Por resolución judicial o administrativa dictada por los tribunales competentes, conforme a las causales previstas en las leyes aplicables.

La liquidación estará a cargo de uno o más liquidadores, quienes serán representantes legales de la sociedad y responderán por los actos que ejecuten excediéndose de los límites de su encargo.

A falta de disposición del contrato social, el nombramiento de los liquidadores se hará por acuerdo de los socios, tomado en la proporción y forma que esta Ley señala, según la naturaleza de la sociedad, para el acuerdo sobre disolución. La designación de liquidadores deberá hacerse en el mismo acto en que se acuerde o se reconozca la disolución. En los casos de que la sociedad se disuelva por la expiración del plazo o en virtud de sentencia ejecutoriada, la designación de los liquidadores deberá hacerse inmediatamente que concluya el plazo o que se dicte la sentencia. Si por cualquier motivo el nombramiento de los liquidadores no se hiciera en los términos que fija este artículo, lo hará la autoridad judicial en la vía sumaria o, en los casos en que la disolución sea por resolución judicial, en la vía incidental, ambos supuestos a petición de cualquier socio⁴⁰.

FUSIÓN

Cuando dos o más sociedades se disuelven sin liquidarse, con la finalidad de constituir una nueva o existente, se denomina fusión. De igual forma, ocurre cuando una ya existente incorpora a otra u otras que, sin liquidarse, son disueltas. La sociedad incorporaste adquiere la titularidad de los derechos y obligaciones de las disueltas, en virtud de que se transfiere el total de sus respectivos patrimonios.

⁴⁰ Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). Ley General de Sociedades Mercantiles. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>



LA DISOLUCIÓN

Las sociedades mercantiles pueden disolverse, previo a su liquidación, en los siguientes supuestos:

Por expiración del término fijado en el contrato social.

Por imposibilidad de seguir realizando el objeto principal de la sociedad o por quedar este consumado.

Por acuerdo de los socios tomado de conformidad con el contrato social y con la Ley; El número de accionistas llegue a ser inferior al mínimo que esta Ley establece, o porque las partes de interés se reúnan en una sola persona; e) por la pérdida de las dos terceras partes del capital social.

Resolución judicial o administrativa dictada por los tribunales competentes, conforme a las causales previstas en las leyes aplicables.

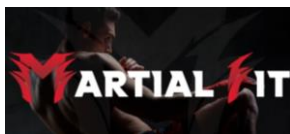
LALIQUIDACIÓN

Disuelta la sociedad, se pondrá en liquidación, la cual estará a cargo de uno o más liquidadores, quienes serán representantes legales de la sociedad y responderán por los actos que ejecuten excediéndose de los límites de su encargo. Dentro de sus obligaciones se encuentra el asegurar en depósito, durante diez años después de la fecha en que se concluya la liquidación, los libros y papeles de la sociedad, ya sea de manera impresa o a través de cualquier otro medio serán protegidos por este tiempo.

En todos los casos aquí nombrados, se deberá celebrar asamblea extraordinaria de los socios, inscribir las anotaciones en el R.P.C, dar aviso y *a posteriori* publicación en la Secretaría de Economía.

3.3.10 Trámites de Operación y apertura

Este trámite permite a las sociedades mercantiles que desempeñan actividades de autotransporte o sus servicios auxiliares, en sus diversas modalidades, o transporte



privado, registrar a la persona moral ante la S. C. y T, para estar en posibilidad de solicitar permisos⁴¹.

3.3.11 Trámites Fiscales

- Principales obligaciones de las Sociedades Cooperativas:
- Inscribirte en el RFC.
- Mantener actualizada tu información ante el RFC, en los casos:
- Cambio de domicilio: Presenta tu aviso de cambio de domicilio por internet, o acudiendo a nuestras oficinas, previa cita registrada en el Portal del SAT, SAT Móvil o Portal GOB.MX. donde actualizaras los datos de tu nueva dirección. Actualización de Actividades Económicas y Obligaciones: Realiza el trámite por internet, cuando cambies de actividad económica o modifiques una obligación, como presentación de declaraciones o cambio de periodicidad de cumplimiento diferente, tengan una nueva obligación fiscal o cambien su actividad económica preponderante. Suspensión de actividades: Cuando interrumpas tus actividades económicas presenta tu aviso, el trámite inicia y concluye por internet.
- Apertura y cierre de establecimientos: Debes presentar tu aviso por internet, al abrir un local, establecimiento, puesto y en general cualquier lugar que utilices para el desempeño de tus actividades, o en su caso, cuando sea cerrado.
- Expedir y recabar comprobantes fiscales.
- Llevar contabilidad electrónica y registrar tus operaciones.
- Presentar tus declaraciones anuales, mensuales, informativas.
- Calcular y enterar las retenciones efectuadas.
- Declaraciones para sociedades cooperativas de producción.
- Declaración Anual.
- Declaraciones mensuales de ISR, IVA y, en su caso, IEPS, así como, el entero mensual de las retenciones del ISR o IVA efectuadas.

⁴¹ Gobierno de México <https://www.gob.mx/tramites/ficha/registro-de-bases-constitutivas/SCT1708>



- Declaración Informativa de Operaciones con Terceros.
- Declaraciones informativas anuales.
- Declaración informativa de clientes y proveedores, en su caso.

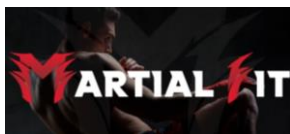
Sociedad cooperativa de producción tienes la opción de calcular el impuesto sobre la renta que te corresponda, acorde al Régimen de las Actividades Empresariales y Profesionales, de conformidad con lo establecido en el artículo 194° de la Ley del ISR.

Sociedad cooperativa de producción te dedicas exclusivamente a actividades agrícolas, ganaderas, silvícolas o pesqueras, deben tributar y cumplir con las obligaciones del sector primario, de conformidad con lo establecido en el Capítulo VIII del Título II de la Ley de ISR.

- Declaraciones para sociedades cooperativas de consumo y las de ahorro y préstamo:
- Declaraciones mensuales de IVA y en su caso de retenciones del ISR e IVA.
- Declaraciones informativas anuales.
- Si realizas operaciones gravadas con el IVA, inclusive a la tasa 0%, presenta Declaración Informativa de Operaciones con Terceros.
- En su caso, declaración informativa de clientes y proveedores.

Nota: Los contribuyentes que deban presentar declaraciones de clientes y proveedores normales o complementarias de los ejercicios 2014 y anteriores, deberán presentar dicha información en las oficinas del Servicio de Administración Tributaria más cercana a su domicilio, en unidad de memoria extraíble (USB) o en CD, los que serán devueltos al contribuyente una vez realizadas las validaciones respectivas⁴².

⁴² Gobierno México <https://www.sat.gob.mx/consulta/08606/conoce-tus-obligaciones-fiscales-como-sociedad-cooperativa>



3.4 Regulaciones fiscales

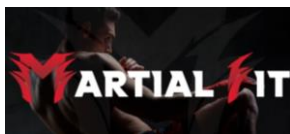
Se comprende del conjunto de normas jurídicas que regulan las relaciones jurídicas entre el Estado, en su carácter de autoridad fiscal y los gobernados en su carácter de contribuyentes.

En el Sistema Fiscal Mexicano resultan aplicables las disposiciones contenidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; los Tratados Internacionales de los que México sea parte; el Código Fiscal de la Federación; la Ley de Coordinación Fiscal; los Códigos Fiscales de las Entidades Federativas y de los municipios; las Leyes de Hacienda de los Estados y de los Municipios; L.C.E; la Ley Aduanera; diversas legislaciones en materia de impuestos como la Ley del Impuesto al Valor Agregado, la Ley del Impuesto Sobre la Renta, entre otras; así como diversos reglamentos, decretos y circulares. A falta de una norma fiscal expresa, se aplicarán supletoriamente las disposiciones del derecho federal común.

3.4.1 Trámites Sanitarios

Un tema muy importante para las empresas que se dedican a comercializar medicamentos, alimentos, bebidas alcohólicas, cosméticos, dispositivos médicos, homeopáticos, reactivos de diagnóstico, suplementos dietarios, fitoterapéuticos, aseo y en general todos los productos que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva de la población. Sin el cumplimiento de este requisito, ninguna empresa puede fabricar, importar o comercializar los productos que son competencia del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos.

- Productos y Servicios
- Insumos para la Salud (Medicamentos, Dispositivos Médicos y PLAFEST)
- Materias primas o medicamentos que sean o contengan estupefacientes o psicotrópicos.
- Para utilizar recetas especiales con código de barras para preescribir estupefacientes



- Publicidad
- Productos y servicios
- Insumos para la salud
- Alimentos y bebidas no alcohólicas ⁴³

3.4.2 Trámites de carácter administrativo

En México, para que las empresas puedan operar legalmente deberán de gestionar una serie de trámites para dar avisos a las autoridades, o para obtener de estos permisos, licencias, registros, entre otros. Estos trámites son de carácter obligatorio dependiendo de las actividades que realicen las sociedades.

Estos trámites se gestionan según lo dispongan las leyes, ante autoridades del orden federal, estatal o municipal, en los términos o plazos que van desde momentos previos al inicio de operaciones de las empresas, al realizar una actividad en específico o al cierre definitivo de las mismas.

Las empresas, según sea su giro, están obligadas a cumplir con ciertos requisitos y a gestionar trámites para ser reconocidas como sociedades regulares, obtener registros, permisos, licencias y otros ante las autoridades competentes, algunos de estos trámites son:

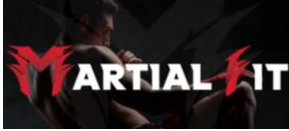
- Inscripción en el Registro Público de Comercio
- Inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes, ante el Servicio de Administración Tributaria, SAT
- Certificado de Firma Electrónica, ante el Servicio de Administración Tributaria, SAT

⁴³ Gobierno de México. (2016, 16 diciembre). *Trámites y Servicios*. Recuperado 5 de marzo de 2022, de <https://www.gob.mx/cofepris/acciones-y-programas/tipo>



- Alta Patronal ante el Instituto Mexicano del Seguro Social, IMSS (en caso de que la empresa contrate trabajadores)
- Asignación de Número Patronal de Identificación Electrónica (NPIE) y certificado digital en el IMSS (en caso de que la empresa contrate trabajadores)
- Inscripción en el Registro Estatal de Contribuyentes (tratándose de empresas que estén obligadas al pago de contribuciones estatales)
- Inscripción ante el Registro Municipal de Contribuyentes (tratándose de empresas que estén obligadas al pago de contribuciones municipales)
- Inscripciones ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, STPS (relacionadas con integración de comisiones, capacitación y adiestramiento, registro de reglamentos, contratos, entre otros)
- Licencia de Uso de Suelo (ante la autoridad municipal tratándose de establecimientos comerciales, industriales y de servicio)
- Licencia de Funcionamiento y Operación (ante la autoridad municipal tratándose de establecimientos comerciales, industriales y de servicio)
- Permisos y registros sanitarios ante la Secretaría de Salud, SS (de conformidad con las actividades de la empresa)
- Autorizaciones, avisos, registros y otros ante la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales, SEMARNAT (de conformidad con las actividades de la empresa)
- Registro de Marca, aviso comercial, imagen comercial y patente ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.⁴⁴

⁴⁴ Justicia México. (2022, 3 enero). *Trámites de las Empresas*. Derecho Fiscal. Recuperado 4 de abril de 2022, de <https://mexico.justia.com/derecho-corporativo/tramites-de-las-empresas/preguntas-y-respuestas-sobre-tramites-de-las-empresas/#q1>



3.4.3 Propiedad Industrial

Según explicita el Diccionario Panhispánico del Español Jurídico, la propiedad industrial es *un conjunto de derechos que corresponden al autor de determinadas creaciones inmateriales que puedan tener una aplicación industrial y que se protegen como verdaderos derechos de propiedad.*

Existen varios tipos de derechos de propiedad industrial, cada uno de ellos con su propia legislación, que son otorgados por el organismo competente. Esos derechos de propiedad industrial son los siguientes:

- Los signos distintivos que corresponden con marcas o nombres comerciales.
- Las patentes o invenciones.
- Los diseños industriales, que se refiere al aspecto externo de un producto.

En general, todos estos derechos de propiedad industrial poseen una duración máxima y solo tendrán validez en el territorio donde se concedan.

Para que se produzca el derecho exclusivo de utilización de cualquiera de esos derechos de propiedad industrial, es necesario que se realice un registro. Este registro no es obligatorio, pero sí es muy recomendable para poder aprovechar las ventajas que ofrece la propiedad industrial (por ejemplo, para evitar que otras personas lo plagien).

MARTIAL FIT *dadas las disciplinas en el contexto que en nuestro proyecto llevamos a cabo creemos de vital importancia registrar la propiedad industrial.*



3.5 Trámites para el registro de propiedad y marca

Nuestro grupo **MARTIAL FIT** acatando la normatividad en la operación y funcionamiento de la empresa llevamos a cabo los registros necesarios, de nuestra marca, de nuestro eslogan, patente, etc.

Para realizar el registro de tu marca ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial requieres presentar:

- La 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) en duplicado.
- También deberás presentar una hoja adicional complementaria al punto “Datos generales de las personas”.
- Comprobante de pago, por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título el costo es de 2,457.79 pesos más IVA.
- Documento que acredita la personalidad del mandatario (este documento puede presentarse en copia certificada y su presentación es opcional).
- Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI (opcional).
- Reglas de uso, solo si el signo distintivo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad).
- Hoja adicional complementaria al punto «Productos o servicios en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante».
- Hoja adicional complementaria al punto “Leyendas o figuras no reservables”.
- Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, en su caso.
- Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, en su caso.



- Otros, por ejemplo, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio. Paso a paso para realizar tu registro de marca ante el IMPI

En la página de internet se puede realizar de la siguiente manera:

- 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

Acudiendo a las oficinas:

Llena la solicitud.

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



3.5.1 Concepto, Características y Vigencia

Registro te da el derecho al uso exclusivo en el territorio nacional por 10 años, ya que distingue 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.

Por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca hasta la conclusión del trámite o, en su caso, la expedición del título. \$2,457.79 mxn (el costo no incluye IVA). La vigencia es de 10 años renovables por periodos de la misma duración.

3.5.2 Ley Federal de la Propiedad IMPI

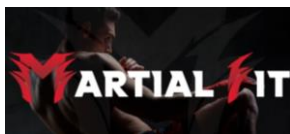
En México, el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI) es un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio que tiene la autoridad legal para administrar el sistema de propiedad industrial en el país.

La persona física que realice una invención, modelo de utilidad o diseño industrial, o su causahabiente, tendrán el derecho exclusivo de su explotación en su provecho, por sí o por otros con su consentimiento, de acuerdo con las disposiciones contenidas en esta Ley y su reglamento.

3.5.3 Propiedad Intelectual

La Propiedad Intelectual (PI) está relacionada con las creaciones de la mente en los campos: industrial, científico, literario, artístico y modelos utilizados en el comercio. Se divide en dos categorías: la propiedad industrial que concierne a invenciones, patentes, marcas, etc. y el derecho de autor como obras literarias y artísticas.

Con el objeto de fortalecer la propiedad intelectual en todos los ámbitos del mundo actual, el IMPI brinda la oportunidad de reconocer y difundir las grandes innovaciones tecnológicas



y las creaciones culturales que promueven el desarrollo económico, social y cultural de la humanidad.⁴⁵

El método de enseñanza, y técnica de entrenamiento del Sr. Oswaldo González es se lleva a cabo con procedimientos orientales en MARTIAL FIT y debidamente registrado.



1. El entrenamiento consiste en sesiones de 1:15 minutos. Los primeros 30 minutos se destinan a entrenamiento funcional y de fuerza utilizando ejercicios con el propio peso del cuerpo, ejercicios de crossfit, calistenia, movilidad, coordinación y resistencia.

Estos 30 minutos de entrenamiento se realizan en la zona de ejercicio funcional de las instalaciones.

2. Los siguientes 30 minutos se destinan a la práctica de Artes Marciales y Defensa personal donde se realizan prácticas y técnicas de golpes, patadas, derribes y llaves. Esta práctica se realiza en la zona de las instalaciones llamada El Dojo. En esta zona se encuentran los costales y piso de lona para amortiguar las caídas.

3. Los últimos 15 minutos del entrenamiento se destinan a practicar ejercicios de respiración, estiramiento y meditación.

Los alumnos irán avanzando de nivel conforme se vuelvan mejores. La identificación de niveles entre alumnos se hará con cintas de diferentes colores donde cada color representa un nivel alcanzado por el alumno.



⁴⁵ Secretaría de Economía. (2019, 15 diciembre). *Economía*. Propiedad Intelectual. Recuperado 5 de abril de 2022, de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/economia-para-todos/tema-del-dia/7807-propiedad-intelectual>



3.5.4 Derechos de Autor y de Obra


El derecho de autor es el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador de obras literarias y artísticas previstas en el artículo 13 de la Ley Federal de Derechos de Autor, en virtud del cual otorga su protección para que el autor goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial.


- Libros, revistas, periódicos, folletos, escritos, conferencias, discursos y cualquier otra obra de la misma naturaleza.
- Composiciones musicales, como partituras. Dispongan o no de letra.
- Películas, programas de televisión, obras de teatro y cualquier producción audiovisual.
- Obras plásticas (escultura, dibujo, pintura, tebeos o cómics, etc.).
- Planos, gráficos y diseños relacionados con la geografía, topografía y la ciencia.
- Obras fotográficas y las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía.
- Programas de ordenador y páginas web.

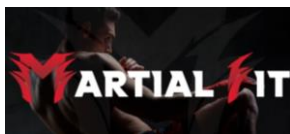
3.5.5 Registro del Derecho de Autor y Obra Industrial

Acude al Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) para obtener el registro de tu obra literaria o artística, para seguridad jurídica como autor y/o titular de los derechos patrimoniales.

Opciones para realizar el trámite:

 En línea

 Presencial: Acude a la Dirección del Registro Público del Derecho de Autor, ubicada en Puebla # 143, Planta Baja, Col. Roma Norte, Alcaldía Cuauhtémoc, C.P. 06700,



Ciudad de México con un horario de atención de lunes a viernes de 9:30 a 14:00 horas.⁴⁶

MARTIAL FIT *estamos en la construcción de un libro que establezca las diferentes técnicas.*

⁴⁶ Gobierno de México. (2018, 13 febrero). *Instituto Mexicana de Derecho de Autor*. Dirección de Registro. Recuperado 5 de abril de 2022, de <https://www.indautor.gob.mx/>

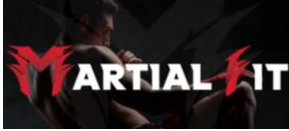
UNIDAD IV:

Estructura legal y formalidad de la empresa.



Unidad de competencia:

Analiza la regulación jurídica mercantil de la empresa a partir de la normatividad en materia de operaciones comerciales



4.1 Ubicación del derecho mercantil concepto naturaleza y antecedentes

Son numerosos los conceptos doctrinales de derecho mercantil, a tal punto que prácticamente cada autor suministra el suyo, si bien, como a poco se verá, casi todos coinciden en lo sustancial. Las notas diferenciales están dadas por la inclinación de algunos al moderno subjetivismo, que apunta a la empresa como piedra de toque de este derecho, al paso que otros, a los que podría en cuadrarse como tradicionalistas, se mantienen dentro de la corriente objetiva que, con punto de arranque en el Código de Comercio napoleónico de 1807, sigue considerando que el núcleo de la mercantilidad está dado por el acto de comercio. Se trata, pues, de la corriente objetiva.

Roberto L. Mantilla Molina: "Sistema de normas jurídicas que determinan su campo de aplicación mediante la calificación de mercantiles dada a ciertos actos, y regulan éstos y la profesión de quienes se dedican a celebrarlos"⁴⁷

Raúl Cervantes Ahumada: "Conjunto coordinado de estructuras ideales, pertenecientes al ordenamiento jurídico general y destinadas a realizarse principalmente en la actividad de la producción o en la intermediación en el cambio de bienes o servicios destinados al mercado general"⁴⁸

Jorge Barrera Graf: "Rama del derecho privado que regula los actos de comercio, la organización de la empresa la actividad del comerciante, individual y colectivo, y los negocios que recaigan sobre las cosas mercantiles"⁴⁹

Miguel Acosta Romero y otra: "Entendemos por Derecho Mercantil un sistema normativo de Derecho Interno como de Derecho Internacional que regula la actividad comercial y también regulan todos los actos de intermediación de toda clase de bienes, mercaderías y servicios, además de los procedimientos judiciales y arbitrales que se utilizan para dirimir controversias mercantiles"⁵⁰

⁴⁷ Derecho mercantil, 22a. ed., Editorial Porrúa, México, 1982, pág. 23.

⁴⁸ Derecho mercantil, 4a. ed., Editorial Herrero, México, 1982, pág. 21.

⁴⁹ Tratado de derecho mercantil, vol. 1, 22a. ed., Editorial Porrúa, México, 1957, pág. 6.

⁵⁰ Miguel Acosta Romero y Julieta Areli Lara Luna, Nuevo derecho mercantil, Editorial Porrúa México, 2000, pág. 7.



Concepto diferente es el vestido por Karl Heinsheimer quien naturalmente al influjo del derecho mercantil alemán, plasmado en su código de Comercio de 1900, expresa que: “El derecho mercantil es el Derecho privado especial de los comerciantes. Su contenido se extiende, sin embargo, más allá del significado vulgar de la noción comercio, ya que bajo los términos “comerciante” e “industria mercantil”, en el sentido de Código de Comercio, se comprenden con un criterio de amplitud muy diversos géneros de industrias y empresas”⁵¹.

Previo al análisis de los conceptos transcritos en el párrafo anteriores, podemos concluir que el derecho mercantil es parte de un derecho privado que regula las relaciones jurídicas que se celebran entre comerciantes derivada del ejercicio de su actividad comercial, así como las controversias que se pudieran suscitar emanadas del incumplimiento de obligaciones.

Antecedentes

Aunque quizás el comercio sea tan antiguo como el hombre, también es dable afirmar que surgió con el trueque, cuando los primeros hombres lo efectuaron para intercambiar unos bienes por otros y, más aún, por otros que, a su vez, le sirvieran para adquirir cualquier tipo de satisfactores, antecedentes remotos de la moneda. Ahora se sabe que estos primitivos medios de cambio fueron, primeramente, ciertos granos vegetales; más adelante, los trozos de algunos metales y, ulteriormente, especímenes de ganado productivo o comestible (pecus), que en civilizaciones más evolucionadas encontraron reproducción gráfica en ciertas monedas.

El Derecho mercantil surge en la Edad Media (siglos XI y XII), como consecuencia de la inadaptación del Derecho común o del ordenamiento entonces vigente a las necesidades

⁵¹ Derecho mercantil, Editorial Labor, Barcelona, 1933, pág. 1. Dable: factible (N. de la R.)



de una nueva economía urbana y comercial que se va abriendo paso frente a la economía feudal y esencialmente agraria de la Alta Edad Media.⁵²

Sin embargo, el surgimiento del comercio no trajo aparejado el del derecho mercantil, a pesar de las existencias de importantes disposiciones dictadas para regular ciertas manifestaciones comerciales, que ya se encuentran en el Código de Hammurabi, en la Biblia, en Fenicia, en Grecia y aun dentro del imponente derecho Romano, pues en ningún de los casos se configuró un cuerpo armónico de leyes aplicables sólo a los comerciantes o a ciertos actos de su naturaleza comercial.

4.1.1 Carácter federal tendencia unificador del derecho común con el derecho mercantil

El derecho común o derecho de gentes constituye en conjunto de normas modificadas provenientes del derecho romano que llegaron a la edad media.

Este derecho común empezó a gestarse a partir del siglo XII y concluyó a mediados de siglo XIV. El derecho romano vuelve a la escena jurídica europea después de siglos de dispersión normativa, pero no vuelve en forma de código normativo, sino que traductores conocidos como glosadores reunificaron las normas romanas con una técnica específica.

Esta técnica de los glosadores consistía en modificar palabras para ayudar a la comprensión de la gente y para aclarar posibles dudas. Asimismo, hubo comentaristas que no solo modificaban el texto original para una fácil comprensión, sino que añadían comentarios que enriquecían estas normas para adecuarlo a su realidad social. A partir de este enriquecimiento del derecho, se empieza a extender el derecho común por toda Europa.

Este derecho empieza a aplicarse por los jueces, a recogerse en códigos más completos y a ser derecho supletorio en muchos casos.

⁵² Derecho Unid obtenido de la página <https://derechouned.com/libro/mercantil-1/4829-origen-y-evolucion-del-derecho-mercanti>



Ante las indicadas características del derecho mercantil, no es difícil entender el porqué de su naturaleza federal, que en México marca, además, otra de sus notas diferenciales del derecho civil, que se mantiene dentro de la competencia exclusiva de las legislaturas estatales: su universalismo, cada vez más cercano al internacionalismo, no menos que sus repercusiones en la economía nacional y en las economías particulares de todos los individuos⁵³.

4.1.2 Derecho de la competencia mercantil economías dirigidas y economía del mercado

El derecho de la competencia es una rama del derecho que se ocupa de las leyes y normas que buscan asegurar que los mercados tengan una competencia efectiva.

Esta rama del derecho busca prohibir conductas que tengan como objetivo restringir la competencia y/o dañar a los competidores.

Se trata de una especialidad que tiene su origen en la política en contra de los trusts o acuerdos entre empresas en los Estados Unidos. La preocupación de ese entonces era que las empresas competidoras coordinen sus acciones con el fin de crear un monopolio capaz de aumentar los precios y restringir la cantidad vendida.⁵⁴

Está conformado por dos conjuntos de normas:

- Derecho antimonopolio.
- Derecho de la competencia desleal.

El derecho antimonopolio tiene como objetivo prevenir y sancionar aquellas conductas que tengan como objetivo limitar la competencia en los mercados. Entre estas conductas se encuentran: cárteles, abuso de posición dominante, control de fusiones, etc.

⁵³ Derecho mercantil, Editorial Labor, Barcelona, 1933, pág. 13 Dable: factible (N. de la R.)

⁵⁴ Economipedia obtenido página: <https://economipedia.com/definiciones/derecho-competencia.html>



El derecho antimonopolio investiga conductas que tienen o podrían tener un efecto negativo sobre el mercado y/o los consumidores. No investiga conductas que solo afectan a un competidor o consumidor particular, pero que no tienen repercusión en el mercado.

El derecho de la competencia desleal, en cambio, se ocupa de las conductas anticompetitivas de las empresas, independientemente de que tengan o no efecto en el mercado. Se trata de impedir que las empresas usen malas prácticas para dañar a competidores y/o consumidores. Entre estas conductas se encuentran: publicidad engañosa, denigración, confusión o explotación de reputación ajena, entre otras. Busca proteger los derechos de los competidores y fomentar una competencia sana y limpia.

Como podemos ver, las sub-ramas del derecho de la competencia comparten el objetivo general de proteger la competencia, pero su enfoque es distinto. El derecho antimonopolio se ocupa de los efectos en los mercados y el derecho de la competencia desleal se ocupa del perjuicio sobre los competidores.

En **MARTIAL FIT** sabemos cuál es nuestra competencia después de hacer un exhaustivo análisis del tema, nuestro diferenciador se observa en las redes sociales, folletos, espectaculares, y publicidad en medios de transporte ofertando un servicio diferente a los de la competencia, ya que se trata **MARTIAL FIT** de distintas disciplinas orientales donde los alumnos adquieren confianzas, destreza y disciplina entre otras.

4.1.3 Empresa Mercantil, Naturaleza Jurídica

La empresa mercantil es una figura de gran relevancia, ya que a través de ella se formaliza la idea de negocio, es decir el poder operar dentro del comercio lícitamente.

Barrera Graf señala que el núcleo del derecho mercantil es la empresa, la negociación mercantil es una figura de índole económica, se constituye por medio de la ejecución de actos de comercio dispuestos en el artículo 75° del código comercio en donde se enlista las diferentes formas de llevar a cabo la actividad comercial, en el caso de no encontrar solución a una controversia se aplicara la supletoriedad del derecho civil, en sus disposiciones comerciales se observa la especulación comercial y la ganancia lícita el derecho mercantil



es un instrumento jurídico el cual enmarca las consideraciones pertinentes para que se formalicen de acuerdo al mandato legal, la política Constitución de los Estados Unidos Mexicanos establece la importancia de ejercer el oficio o profesión que queramos los mexicanos siempre y cuando sean lícitas.

*Nosotros como **MARTIAL FIT** somos un grupo de inversionistas que basados en la idea de negocio como son las disciplinas orientales, de igual manera observamos las disposiciones legales para operar legalmente.*

La cantidad de elementos, circunstancias que pueden suceder en la empresa considerando las diferentes figuras y conceptos de naturaleza mercantil.

La organización dependiendo de su naturaleza jurídica puede crearse a través de los diferentes tipos enumerados artículo 1° LGSM, es decir desde una SAS regulada en el artículo 260° de la misma ley manejada por una persona física (comerciante individual) o por una sociedad mercantil (comerciante social); se habla, según el caso, de empresario individual o empresario social. El empresario es el dueño de la empresa, el que la organiza y maneja con fines de lucro.

La Hacienda o Patrimonio de la Empresa: Se denomina hacienda al conjunto de elementos patrimoniales que pertenecen a la empresa; esto es, el conjunto de bienes materiales e inmateriales organizados por esta constituida por los bienes y medios con los cuales se desenvuelve una actividad económica y de la empresa, la hacienda conforma el patrimonio de la empresa.

El Trabajo es considerado como otro punto estratégico de la empresa ya que está constituido por los socios, diferentes auxiliares dependientes y trabajadores.

Es importante observar las diferentes relaciones laborales consecuencia del trabajo a desempeñar así acatamos la normatividad generada por C.P.E.U.M, derivado de su artículo 123°, nacida de esta L.F.T.



Podemos señalar que el establecimiento es el local donde se ubica la empresa, esto es, el lugar donde se instala y desarrolla su actividad mercantil, además de su establecimiento principal, la empresa puede contar con sucursales (establecimientos secundarios).

El lugar de ubicación de la empresa produce importantes efectos jurídicos, entre otros, determina la competencia judicial y registral, en los negocios en que la empresa interviene, y determina el domicilio fiscal de las personas físicas o morales de acuerdo al lugar donde se encuentre el asiento principal de sus negocios.

El Nombre Mercantil: De acuerdo con la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, debemos entender por nombre comercial el de una empresa o establecimiento comercial o de servicios.

En esta ley se establece que el nombre comercial y el derecho a su uso exclusivo están protegidos sin necesidad de registro, y dicha protección abarcará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento, y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo⁵⁵.

4.1.6 Relatividad de los actos mixtos

Los actos unilateralmente mercantiles, conocidos también como actos mixtos, son aquellos en los que para una de las partes es un acto de comercio y para la otra es un acto civil⁵⁶.

El artículo 1050° del Código de Comercio nos indica que: Cuando conforme a las disposiciones mercantiles, para una de las partes que intervienen en un acto, este tenga

⁵⁵ Derecho mercantil, Editorial Labor, Barcelona, 1933. Dable: factible (N. de la R.)

⁵⁶ Investigaciones jurídicas UNAM. (s.f.). *Investigaciones jurídicas UNAM*. Obtenido de Manual de introducción al derecho mercantil:
<https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3259/5.pdf>






naturaleza comercial y para la otra tenga naturaleza civil la controversia que del mismo se derive se regirá conforme a las leyes mercantiles⁵⁷.

4.1.7 El comercio electrónico aplicación en la práctica

El comercio electrónico es aquel en el que se realizan actos de comercio y actos civiles de intercambio a través de medios electrónicos como tiendas en línea, plataformas de comercio o páginas web. Estos actos de comercio tienen la misma naturaleza que cualquier otro acto de comercio por eso deben registrarse bajo las normas del Código de Comercio.

Los medios en donde  tiene presencia es Facebook, Instagram, WhatsApp.

4.1.8 Prohibiciones para ser comerciante Art. 12 del Código de Comercio

-  Los corredores;
-  Los quebrados que no hayan sido rehabilitados;
-  Los que por sentencia ejecutoriada hayan sido condenados por delitos contra la propiedad, incluyendo en éstos la falsedad, el peculado, el cohecho y la concusión. La limitación a que se refiere la fracción anterior comenzará a surtir sus efectos a partir de que cause ejecutoria la Sentencia respectiva y durará hasta que se cumpla con la condena. Párrafo adicionado DOF 26-01-2006

4.1.9 Inscripción ante las Cámaras de Comercio e Industria.

Las empresas constituidas tienen el derecho de inscribirse en cámaras que agrupen a otras empresas del mismo sector o con intereses similares. Estas cámaras son totalmente independientes de instituciones gubernamentales. El objetivo de estas cámaras es

⁵⁷ Cámara de Diputados. (30 de 12 de 2021). *Diputados*. Obtenido de Código de comercio: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Codigo_de_Comercio.pdf



representar a sus integrantes ante el gobierno, organizarse y conseguir beneficios o derechos para todos sus integrantes.

4.1.10 Inscripción en el Registro Público de Comercio.

Todas las personas físicas o morales que realicen un acto de comercio deberán inscribirse en el registro Público de Comercio tal como lo indica el artículo 18: En el Registro Público de Comercio se inscriben los actos mercantiles, así como aquellos que se relacionan con los comerciantes y que conforme a la legislación lo requieran.

El artículo 19 nos indica que: La inscripción o matrícula en el registro mercantil será potestativa para los individuos que se dediquen al comercio y obligatoria para todas las sociedades mercantiles por lo que se refiere a su constitución, transformación, fusión, escisión, disolución y liquidación y para los buques. Los primeros quedarán matriculados de oficio al inscribir cualquier documento cuyo registro sea necesario.

El artículo 21 del Código de Comercio nos indica los datos e información que contendrá el registro: Existirá un folio electrónico por cada comerciante o sociedad, en el que se anotarán: Párrafo reformado DOF 31-12-1974, 23-01-1981, 29-05- 2000

- Su nombre, razón social o título.
- La clase de comercio u operaciones á que se dedique;
- La fecha en que deba comenzar o haya comenzado sus operaciones;123 IV.- El domicilio con especificación de las sucursales que hubiere establecido; Fracción reformada DOF 27-08-2009
- Los instrumentos públicos en los que se haga constar la constitución de las sociedades mercantiles, así como los que contengan su transformación, fusión, escisión, disolución y liquidación; Fracción reformada DOF 02-07-1992, 02-06-2009
- El acta de la primera junta general y documentos anexos á ella, en las sociedades anónimas que se constituyan por suscripción pública;



- Para efectos del comercio y consulta electrónicos, opcionalmente, los poderes y nombramientos de funcionarios, así como sus renunciaciones o revocaciones; Fracción reformada DOF 02-06-2009
- (Se deroga). Fracción derogada DOF 27-01-1970
- La licencia que un cónyuge haya dado al otro en los términos del segundo párrafo del artículo 9o.; Fracción reformada DOF 31-12-1974124
- Las capitulaciones matrimoniales y los documentos que acrediten alguna modificación a las mismas; Fracción reformada DOF 31-12-1974
- Los documentos justificativos de los haberes ó patrimonio que tenga el hijo ó el pupilo que estén bajo la patria potestad, ó bajo la tutela del padre ó tutor comerciantes;
- El cambio de denominación o razón social, domicilio, objeto social, duración y el aumento o disminución del capital mínimo fijo; Fracción reformada DOF 02-06-2009
- (Se deroga). Fracción derogada DOF 04-01-1994
- Las emisiones de acciones, cédulas y obligaciones de ferrocarriles y de toda clase de sociedades, sean de obras públicas, compañías de crédito ú otras, expresando la serie y número de los títulos de cada emisión, su interés y amortización, la cantidad total de la emisión, y los bienes, obras, derechos ó hipotecas, cuando los hubiere, que se afecten á su pago. También se inscribirán con arreglo á estos preceptos, las emisiones que hicieren los particulares;
- Las autorizaciones de los corredores públicos para registrar información; Fracción reformada DOF 27-08-2009
- Las garantías mobiliarias que hubiere otorgado, así como cualesquiera otros actos jurídicos por los que constituya un privilegio especial o derecho de retención sobre bienes muebles a favor de terceros, en los términos de lo dispuesto por los artículos 32 bis 1 a 32 bis 9 del presente Capítulo, información que deberá residir en la base de datos nacional a que se refiere la Sección Única del presente Capítulo, de conformidad



con las reglas de matriculación establecidas en el Reglamento del Registro Público de Comercio.

El artículo 21° bis nos indica el procedimiento para realizar el registro: El procedimiento para la inscripción de actos mercantiles en el Registro Público de Comercio se sujetará a las bases siguientes:

- Será automatizado y estará sujeto a plazos máximos de respuesta;
- Constará de las fases de: a) Recepción, física o electrónica de una forma pre codificada, acompañada del instrumento en el que conste el acto a inscribir, pago de los derechos, generación de una boleta de ingreso y del número de control progresivo e invariable para cada acto; b) Análisis de la forma pre codificada y la verificación de la existencia o inexistencia de antecedentes registrales y, en su caso, preinscripción de dicha información a la base de datos ubicada en la entidad federativa; c) Calificación, en la que se autorizará en definitiva la inscripción en la base de datos mediante la firma electrónica del servidor público competente, con lo cual se generará o adicionará el folio mercantil electrónico correspondiente, y d) Emisión de una boleta de inscripción que será entregada física o electrónicamente.
- La inscripción de actos que sean enviados por medios electrónicos de acuerdo al artículo 30 bis 1 de este Código, con el pago de derechos en línea, será inmediata, definitiva y no será susceptible de calificación por parte del responsable de oficina o registrador. Fracción adicionada DOF 27-08-2009 El reglamento del presente Capítulo desarrollará el procedimiento registral de acuerdo con las bases anteriores. Artículo adicionado DOF 29-05-2000

4.2 Limitaciones al ejercicio del comercio, inhábiles, quebrados no rehabilitados.

Tal como nos lo indica el artículo 12° del código de comercio los quebrados que no hayan sido rehabilitados son considerados inhábiles para ejercerlo.



Un quebrado no rehabilitado es aquella persona que ejerce el comercio que cesa en el pago de sus obligaciones mercantiles, por quiebra, por insolvencia, declarada a petición suya o de sus acreedores.

Los quebrados que cumplan íntegramente el convenio concertado con sus acreedores podrán obtener su rehabilitación. La rehabilitación es una declaración judicial que hace cesar todas las interdicciones legales que produce la declaración de la quiebra.

También pueden ser rehabilitados los quebrados que no habiendo celebrado convenio prueben que han satisfecho todas las obligaciones reconocidas en el procedimiento de quiebra, salvo que la quiebra haya sido calificada de fraudulenta, pues entonces los quebrados no podrán ser rehabilitados⁵⁸.

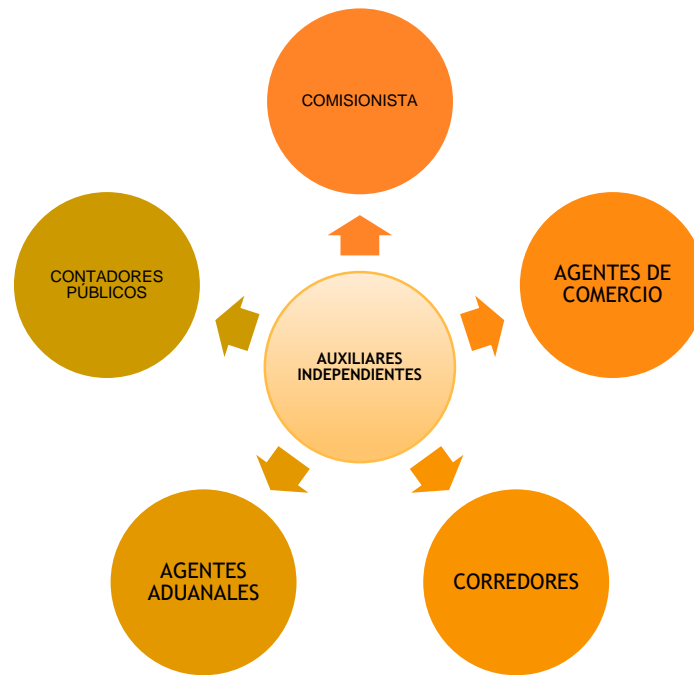
4.2.1 Auxiliares Mercantiles formas contractuales y proyecciones dependientes e independientes

Los auxiliares mercantiles son aquellas personas físicas o jurídicas que colaboran ayudando al comerciante en los actos mercantiles que este realiza, y se dividen en:

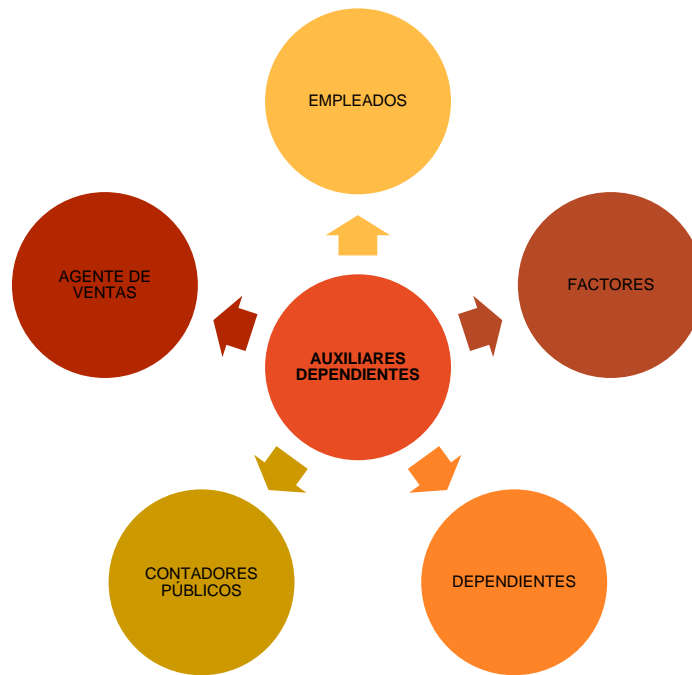
✓ Auxiliares Independientes

Los auxiliares del comercio consideran su actividad independiente, puesto que restan sus servicios al comercio en general, sin depender directamente de algún comerciante.

⁵⁸ Enciclopedia Juridica. (s.f.). *Enciclopedia Juridica*. Obtenido de Rehabilitación : <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/rehabilitacion/rehabilitacion.htm>



- **Comisionista.** El comerciante que por lo regular es el comodante confiere comisión mercantil al comisionista, quien desempeña la realización de actos concretos comercio mediante la instrucción que aquel le da por escrito.
- **Agentes de comercio.** Son quienes auxilia al comercio y que de manera autónoma se encarga de fomentar los negocios de los comerciantes.
- **Corredores.** Son personas ante as que se proponen, ajustan y otorgan los contratos mercantiles.
- **Agentes aduanales.** Son quienes intervienen en e trámite de la importación y exportación de mercancías y tienen la autorización de la patente respectiva.
- **Contadores Públicos.** Profesionales que auxilian a los comerciantes en el examen de la situación d sus empresas y llevan el sistema de contabilidad correspondiente.
- **Auxiliares dependientes.** Se consideran auxiliares dependientes del comerciante porque prestan sus servicios, dependen económicamente y están bajo la dirección del comerciante.



- **Factores.** Son quienes tienen la dirección de alguna empresa o establecimiento fabril, comercial o están autorizados para contratar respecto a todos los negocios concernientes a dichos establecimientos o empresas por cuenta y en nombre de los propietarios del mismo.⁵⁹
- **Dependientes.** Aquellos que desempeñan alguna o algunas gestiones propias del tráfico comercial en nombre y cuenta del propietario de éste.
- **Contadores Públicos.** Son los auxiliares encargados de llevar la contabilidad del comerciante del cual dependen.
- **Agente de ventas.** Son los que gestionan la venta y pedidos de mercadería.
- **Empleados.** Son quienes colaboran directamente con el comerciante y están sujetos a un horario dentro del cual presentan sus servicios.

⁵⁹ Artículo 309 del Código de Comercio



En **MARTIAL FIT** se contratan auxiliares dependientes, los cuales colaboran empleados, agentes de ventas y técnico especializados en artes marciales para la impartición de las distintas disciplinas.

4.2.2 Papel e importancia de la mercadotecnia – empresa como núcleo del moderno derecho mercantil

Para determinar la importancia de la mercadotecnia, es necesario consultar su definición, para lo cual se cita lo siguiente:

“La mercadotecnia se define como el proceso que define, anticipa, crea y satisface las necesidades y los deseos de los clientes en cuanto a sus productos y servicios (...)”⁶⁰

Staton, Etzel y Walker a través de la American Marketing Association definen a la mercadotecnia como un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precio, promoverlos y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización.⁶¹

Establecidos lo anterior, se puede entender como mercadotecnia a la actividad o conjunto de procesos que facilitan la creación comunicación y satisfacción de los deseos y necesidades de los consumidores de bienes y servicios.

Para la mercadotecnia existen funciones básicas (FRED 2013) y se enlistan a continuación:

- Análisis de clientes
- Venta de productos y servicios
- Planeación de productos y servicios

⁶⁰ David Fred R, (2013), Conceptos de Administración Estratégica, Editorial Pearson Educación de México, (abril 2022)

⁶¹ Del sitio web: MarketingPower.com, fundamentos de Marketing Decimocuarta Edición 2016.



- Establecimiento de precios
- Distribución
- Investigación de mercados
- Análisis de oportunidades

Así bien, la importancia de la mercadotecnia radica principalmente en el desarrollo de una comunicación dirigida, fomentando una rápida capacidad de respuesta frente a la demanda de los consumidores. Todo con el apoyo de las herramientas suficientes para aumentar su competitividad frente a la competencia.

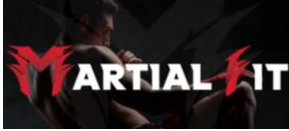
A **MARTIAL FIT** la mercadotecnia le brinda la oportunidad de delimita el campo de acción, ya que le ayuda a establecer diferenciadores y una adecuada segmentación que le permite cubrir la demanda del servicio.

4.2.3 Sustentabilidad empresarial, crecimiento y rentabilidad sustentable

La sustentabilidad se refiere a la administración eficiente y racional de los recursos para mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Uno de los principales retos que enfrenta México en materia de desarrollo sustentable es incluir al medio ambiente como uno de los elementos de la competitividad y el desarrollo económico y social.⁶²

La sustentabilidad empresarial se traduce en un reto a la innovación, a la creatividad y a la experimentación de nuevas formas de producir y hacer negocios. Existe una tendencia del mercado a preferir marcas comprometidas con el medio ambiente.

⁶² Teorema Ambiental. (2016, 4 noviembre). *Sustentabilidad en los negocios*. Marca Ética y Ambientalmente consciente. Recuperado 15 de abril de 2022, de <https://www.teorema.com.mx/sostenibilidad/iniciativaprivada/sustentabilidad-en-los-negocios/>



*La sustentabilidad en **MARTIAL FIT** es un reto que se lleva día a día ya que nuestra competencia ya tiene más tiempo en el mercado. Por ello **MARTIAL FIT** tiene la tarea de innovar día con día marcando la diferencia del servicio, promover la marca, atraer a nuevos estudiantes y mantener a los actuales.*

4.2.4 Criterios e indicadores sociales de la empresa

Alude al modo en que la empresa se relaciona e impacta en la sociedad a través de sus prácticas, y a la influencia que la sociedad y las expectativas de los actores sociales tienen sobre la empresa.

Para que la empresa ejerza efectivamente su rol de ciudadano corporativo desde una perspectiva sistémica y amplia, es necesario que este tema sea incorporado en los procesos de gestión y por lo tanto sea tratado como parte de las estrategias de negocio y del sistema de planeamiento interno de la Compañía. Debido a ello se torna indispensable desarrollar instrumentos adecuados para la asistencia y supervisión de las prácticas de responsabilidad social de la empresa.

*En **MARTIAL FIT** nuestra fortaleza es lograr el desarrollo físico y espiritual de nuestros alumnos dependiendo de la circunstancia de experiencia de vida de jóvenes que pueden rehabilitarse a través de la filosofía y principios de nuestra empresa.*

Unidad V:

Administración del personal y su importancia en las organizaciones



Unidad de competencia:

Aplica la administración de personal de la empresa a partir de las prácticas contractuales, la relación laboral trabajador-patrón y la ley Federal del trabajo.



5.1 Objetivos y funciones de la Administración del personal

La administración de personal tiene como objetivo coordinar los esfuerzos individuales del grupo de personas que forman una compañía. Su principal función es gestionar correctamente el desarrollo de habilidades, competencias y capacidades del grupo de personas que forman una organización. Con el propósito de alcanzar los objetivos planteados que propicien la productividad y misión óptima asegurando su bienestar⁶³.

En **MARTIAL FIT** el Sr. *Oswaldo González* el funge como *director general* el cual es el responsable de impartir el entrenamiento a los estudiantes y coordinar las actividades de las diferentes áreas y empleados de las instalaciones.

5.1.1 Direccionar y productividad

La administración del personal guía al personal de la empresa. La administración debe desarrollar un sistema de planeación donde se especifique las acciones a tomar por el personal, independientemente de su área, para alcanzar los niveles de productividad requeridos.



Nuestro director el Sr. Oswaldo González cuenta con más de 30 años de experiencia, por ello guía de forma óptima el desarrollo de las actividades de su equipo de trabajo ya que tiene una amplia trayectoria en diferentes sectores y disciplinas. Buscando una visión exitosa hacia el futuro del negocio.

⁶³ Escuela ERGON. (14 de 09 de 2021). *Escuela Ergon*. Obtenido de ¿Qué es la administración de personal?: <https://escuelaergon.lat/administracion-personal-objetivos-caracteristicas/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20de%20personal%20pretende,metas%20planteadas%20por%20la%20direcci%C3%B3n.>



5.1.2 Coordinar el talento humano





La persona encargada de gestionar el talento humano seleccionara de acuerdo al desarrollo un sistema de coordinación y comunicación que le permita medir, incentivar y motivar al personal para que este realice su trabajo de forma correcta. El personal debe entender muy claramente cuáles son las tareas y resultados que se esperan de su trabajo para que así pueda cumplirlos. El coordinador del talento humano debe tener habilidades de liderazgo, comunicación y asertividad para poder coordinar al personal.

MARTIAL FIT *busca ser una academia en donde el talento humano es una de nuestras principales fortalezas ya que el personal está altamente capacitado y orientado a la satisfacción de sus alumnos, ya que lo que busca es una fidelidad de ellos. Sabemos que si nuestro personal no es excelente en su servicio los alumnos no regresaran. Por ello nuestro personal cuenta con una excelente actitud de servicio.*

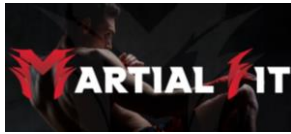
5.1.3 Objetivos de la administración del talento humano

La gestión de talento humano comprende una serie de procesos que tienen el objetivo de atraer, retener y fidelizar a quienes trabajan en una empresa⁶⁴.

Los principales objetivos de la administración son:

-  Reclutar a los mejores prospectos
-  Retener y motivar a los empleados
-  Evaluar el desempeño de los empleados
-  Lograr la mayor productividad de los trabajadores

⁶⁴ RSM. (10 de 03 de 2020). *RSM Global*. Obtenido de 5 Objetivos de la gestión de talento humano: <https://www.rsm.global/peru/es/aportes/blog-rsm-peru/5-objetivos-de-la-gestion-de-talento-humano-0>



■ Velar porque se mantenga un buen clima laboral

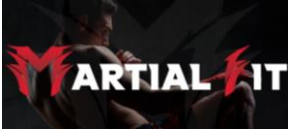
MARTIAL FIT es una academia con poco personal, pero las personas que trabajan con nosotros fueron seleccionadas buscando que se conecten con el negocio y que crezcan con nosotros. Ya que contamos con una serie de estrategias que impactan en el aumento de las ventas, fidelidad de los alumnos, captación de nuevos estudiantes.

5.1.4 Organización del área de administración de personal

El Área de Administración de Personal está compuesta por Subsistemas, los cuales tienen una relación intrínseca y cuya acción es reportada a la Dirección, Gerencia o Departamento de Administración de Personal. Se debe tener en consideración que en la Estructura Organizativa de la empresa, la dirección, gerencia o departamento cumple una responsabilidad de línea porque desde el presidente, director o gerente general, jefes de departamentos, secciones o a nivel de supervisores deben poseer conocimientos básicos de cómo manejar el personal que tienen a su cargo, es por ello que a nivel jerárquico, la Administración de Personal ejerce simultáneamente con las otras unidades una responsabilidad lineal compartida.

Igualmente, la Administración de Personal cumple con la función de staff dentro de la estructura organizativa, para que funcione efectivamente la responsabilidad lineal es preciso que los gerentes, jefes y supervisores de áreas reciban la asesoría y consultoría idónea que la Gerencia o Departamento de Administración de Personal debe ofrecerles, las cuales generalmente son Normas y Procedimientos de personal, selección y captación de personal, entrenamiento y capacitación, análisis y evaluación de cargos; así como también, emitir las recomendaciones y sugerencias que como ente que administra al personal, deben ser tomadas en consideración a la hora de que la alta gerencia tome decisiones que afecten la buena marcha del equipo humano del cual dispone⁶⁵.

⁶⁵ Parra, Y. M. (s.f.). *Gestiopolis*. Obtenido de Administración de personal, definición, objetivos y estructura: <https://www.gestiopolis.com/administracion-de-personal-definicion-objetivos-y-estructura>



MARTIAL FIT en su dirección busca coordinar al personal de una manera eficiente ya que el área de Ventas, Mercadotecnia, Finanzas, y el grupo de entrenadores deben asegurarse de cumplir con los objetivos establecidos. Logrando el cumplimiento de metas.

5.1.5 Políticas y procedimientos de las diferentes áreas de los Recursos Humanos

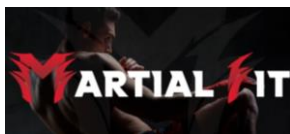
Las políticas de Recursos Humanos de una empresa son aquellas estrategias diseñadas por el departamento de RR. HH de una compañía y pensadas para gestionar todo el ciclo de vida de los empleados. Desde su captación hasta su retención y crecimiento dentro de la organización.

Entre estas políticas se incluyen elementos como la manera de dar retroalimentación a los candidatos, los pasos que deben seguirse en un proceso de selección y en la implantación de un plan formativo. Estas políticas están establecidas en el manual de políticas de Recursos Humanos de la empresa y que es establecido desde la dirección del departamento.

Estas políticas de personal deben centrarse en establecer las estrategias necesarias para determinar si estos candidatos se adecuan a la cultura organizacional de la empresa, a fijar estrategias para captarles, retenerles y formarles⁶⁶.

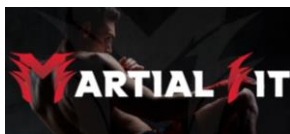
estructura/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20de%20personal%20busca,objetivos%20planteados%20por%20la%20direcci%C3%B3n.

⁶⁶ Bizneo. (s.f.). *Bizneo blog*. Obtenido de Políticas de Recursos Humanos: tipos y cómo implantarlas: https://www.bizneo.com/blog/politicas-de-recursos-humanos/#Que_son_las_politicas_de_Recursos_Humanos_de_una_empresa



Las políticas de **MARTIAL FIT** se basan en la correcta implementación del sistema de entrenamiento y el respeto a los clientes, debiéndose cumplir los siguientes puntos:

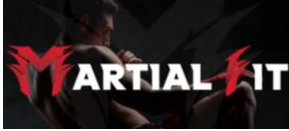
- Las instalaciones **MARTIAL FIT** de son exclusivamente para practicar y enseñar el sistema de entrenamiento antes mencionado.
- Los entrenadores de **MARTIAL FIT** deberán tomar capacitación sobre el sistema de entrenamiento para poder ser empleados como tal.
- El material y equipo de las instalaciones no está disponible para usarse o prestarse a los alumnos fuera de las instalaciones.
- Los nuevos alumnos tendrán derecho a una clase muestra sin costo. Después de esta clase deberán cubrir su cuota de inscripción para poder tener acceso.
- Los alumnos se comprometen a cubrir el pago de su mensualidad ya sea por tarjeta de crédito, débito o efectivo en el día señalado para evitar retrasos.
- Los alumnos deben respetar la hora de entrada y salida y asistir en su horario correspondiente.
- Por ningún motivo **MARTIAL FIT** hace devoluciones o reembolsos de mensualidades a los alumnos que ya no asistan a clase.
- Los alumnos son conscientes de los riesgos de lesiones que se pueden presentar al usar las instalaciones, por lo que **MARTIAL FIT** no tiene ninguna responsabilidad de los incidentes que se puedan presentar.
- En caso de ser menor de edad se deberá acudir acompañado del padre o tutor y firmar una carta responsiva.
- Tanto los entrenadores, recepcionistas y alumnos deberán comportarse de manera respetuosa y amable entre ellos dentro de las instalaciones.
- Los alumnos deberán presentarse con el uniforme proporcionado o con ropa deportiva que les permita realizar la actividad física. Queda prohibido el uso de ropa, accesorio o indumentario que pueda dañar las instalaciones. En caso de ocasionar algún daño el alumno deberá cubrir la cuota de reparación establecida por
- Cualquier incumplimiento de estas políticas puede ser sancionado con la expulsión de la academia sin reembolso y la prohibición de volverse a unir.



Las políticas empresariales se basarán en la correcta implementación del sistema de entrenamiento y el respeto a los clientes, debiéndose cumplir los siguientes puntos:

- ❑ Las instalaciones **MARTIAL FIT** de son exclusivamente para practicar y enseñar el sistema de entrenamiento antes mencionado.
- ❑ Los entrenadores de **MARTIAL FIT** deberán tomar capacitación sobre el sistema de entrenamiento para poder ser empleados como tal.
- ❑ El material y equipo de las instalaciones no está disponible para usarse o prestarse a los alumnos fuera de las instalaciones.
- ❑ Los nuevos alumnos tendrán derecho a una clase muestra sin costo. Después de esta clase deberán cubrir su cuota de inscripción para poder tener acceso.
- ❑ Los alumnos se comprometen a cubrir el pago de su mensualidad ya sea por tarjeta de crédito, débito o efectivo en el día señalado para evitar retrasos.
- ❑ Los alumnos deben respetar la hora de entrada y salida y asistir en su horario correspondiente.
- ❑ Por ningún motivo **MARTIAL FIT** hace devoluciones o reembolsos de mensualidades a los alumnos que ya no asistan a clase.
- ❑ Los alumnos son conscientes de los riesgos de lesiones que se pueden presentar al usar las instalaciones, por lo que **MARTIAL FIT** no tiene ninguna responsabilidad de los incidentes que se puedan presentar.
- ❑ En caso de ser menor de edad se deberá acudir acompañado del padre o tutor y firmar una carta responsiva.
- ❑ Tanto los entrenadores, recepcionistas y alumnos deberán comportarse de manera respetuosa y amable entre ellos dentro de las instalaciones.
- ❑ Los alumnos deberán presentarse con el uniforme proporcionado o con ropa deportiva que les permita realizar la actividad física. Queda prohibido el uso de ropa, accesorio o indumentario que pueda dañar las instalaciones. En caso de ocasionar algún daño el alumno deberá cubrir la cuota de reparación establecida por

MARTIAL FIT



M *Cualquier incumplimiento de estas políticas puede ser sancionado con la expulsión de la academia sin reembolso y la prohibición de volverse a unir.*

5.1.6 Gestión del talento

La gestión del talento humano es de vital importancia para compartir las disciplinas orientales de las cuales son expertos en la materia, el cual motiva a la incorporación de entrenadores que cuenten con el expertis y la actitud de mostrar sus habilidades a los alumnos, proceso que desarrolla, atrae e incorpora nuevos integrantes y además retiene a los colaboradores dentro de las empresas. La gestión del talento humano se centra en destacar a aquellas personas con un alto potencial dentro de su puesto de trabajo.

También se le conoce como gestión del capital humano o gestión de recursos humanos. Este enfoque del manejo del recurso humano de una organización busca no solo emplear al personal más calificado y valioso, si no también se concentra en la retención.

Los procesos de reclutamiento y selección permiten se observe el desarrollo y habilidades de los couch, identificando de acuerdo a su técnica, experiencia y empatía para formar parte de la empresa⁶⁷.

MARTIAL FIT *está atravesando por una etapa en la cual está consciente que para cumplir su objetivo, necesita de una fuerza de ventas por lo cual los nuevos empleados tienen que cubrir un perfil enfocado 100 % a traer nuevos alumnos e ir a los corporativos a ofrecer nuestro servicio. Con el propósito de cumplir nuestra proyección de alumnos inscritos.*

⁶⁷ Core Global Partners. (s.f.). *Core Global Partners*. Obtenido de ¿Qué es la gestión del talento humano?: <https://coreglobalpartners.com.pe/que-es-la-gestion-del-talento-humano/>



5.2 Talento Manager en el área de Recursos Humanos de la empresa

Talent Manager en el área de Recursos Humanos de una empresa. El responsable de desarrollo o Talent Manager de un departamento de Recursos Humanos de una empresa es aquel encargado de fomentar la promoción interna de los empleados y de implantar planes para su desarrollo.

Se puede definir la gestión de talento humano como la unión de estrategias que facilitan la utilidad más conveniente del capital humano de una empresa. Además, estas tácticas deben ayudar también con el cumplimiento de objetivos y asegurar el máximo retorno del talento. Para ello las organizaciones deben apostar por el impulso del talento que posee y una cultura organizacional que fomente el compromiso y la felicidad de los empleados.

La gestión de talento es el conjunto de procesos de RR.HH. que atraen, desarrollan, motivan y para la continuidad de las actividades laborales evitando la rotación de personal.⁶⁸

La gestión de talento dentro de una empresa focaliza su atención en ayudar y mejorar el desarrollo del talento de los empleados, su prioridad es el desarrollo profesional de los colaboradores. De esta forma, guía y prepara a los mejores trabajadores para que se conviertan en los líderes estratégicos de la organización a medio y largo plazo.

Los Recursos Humanos se centran en la gestión de los pagos, los días de vacaciones, el reparto de beneficios y la recepción de quejas. También forma parte de su laboral la comunicación efectiva entre departamentos.

La Gestión de Talento apuesta por **las estrategias a largo plazo**. De esta forma, toda la compañía disfrutará de los beneficios al cumplirse los objetivos marcados gracias al talento humano. El nivel o velocidad de crecimiento no tiene importancia en este proceso.

⁶⁸ Spring Profesional (Recursos Humanos) <https://blogcandidatos.springspain.com/talent-management/de-recursos-humanos-a-gestion-de-talento>



Los Recursos Humanos emplean actividades más tácticas. Se focalizan en la gestión diaria de la plantilla, independientemente de si los objetivos a cumplir son inmediatos, a corto o mediano plazo.

*El manager de **MARTIAL FIT** con base a su experiencia capacitara a los nuevos entrenadores para brindar unas clases de calidad brindando a los alumnos una grata experiencia.*




El área de mercadotecnia, finanzas, ventas tiene muy claro el objetivo por ello en paralelo con la dirección trabaja en unión para que las estrategias pactadas se cumplan y logremos el objetivo.

5.2.1 Optimizar procesos de contratación

Se le llama proceso de contratación a la serie de interacciones entre una empresa y los postulantes que aspiran ocupar algún puesto de trabajo, hasta llegar a la sucesiva selección y ejecución del contrato.

Definir el perfil del puesto. Para ello se detallan con claridad las funciones del cargo, herramientas a usar, horario de trabajo y conocimientos técnicos imprescindibles.

Elegir al mejor aspirante. Se pueden emplear distintos métodos y medios, sin embargo, puedes considerar los siguientes aspectos:

-  Cubrir el puesto de trabajo con un miembro de la empresa.
-  Considerar las recomendaciones de los empleados de confianza.
-  Publicar la oferta en medios de comunicación.

Preseleccionar a los candidatos según el currículo. La idea es escoger un método que no te haga perder tiempo. Se puede considerar lo siguiente:

Revisar y descartar a la primera aquellas solicitudes que no cumplen con los requisitos.



Realizar una tabla de valoración.

Aplicar técnicas de preselección y selección. Se trata de emplear herramientas como test psicotécnicos, pruebas de valoración de los conocimientos, entrevista personal y dinámicas de grupo para comprobar la idoneidad del candidato, sus aptitudes y competencias.

Tomar la decisión. Puede complicarse el panorama si son varios los candidatos que cumplen con los requisitos. Algo que puede ayudar es realizar un baremo de puntuación.

Contratación. En esta parte se procede a la firma de los documentos de contratación para legalizar el proceso. El contrato debe reflejar los datos del trabajador y la empresa, el cargo a desempeñar, tipo de contrato, duración, salario y beneficios económicos⁶⁹.

MARTIAL FIT cuenta con pocos empleados y entrenadores, recepcionista que funge las actividades de recepción, limpieza.

La recepcionista aplico pruebas de confianza, entrevista por dirección y se validó sus referencias personales.

5.2.2 Nuevas metodologías de aprendizaje en la empresa

Sin duda, las metodologías formativas están sufriendo una considerable transformación, evolucionando hacia entornos de aprendizaje más eficientes y productivos. Este cambio, fundamentalmente radica en dos aspectos, los cuales están muy relacionados entre sí. Por un lado, la respuesta ante la crisis en estos últimos años, la cual produjo un auge de la formación on-line y una reducción de la modalidad presencial, entre otros efectos. Por otro lado, los avances tecnológicos, las herramientas 2.0, los recursos multimedia, etc., que propician otro tipo de canales de comunicación a utilizar dentro de los contextos de aprendizaje.

⁶⁹ Euronova business. Obtenido de Recursos Humanos. <https://www.euroinnova.mx/blog/que-es-el-proceso-de-contratacio>



Todo lo expuesto anteriormente, nos sitúa ante un entorno en el que nos encontramos fácilmente con una gran diversidad de medios que podemos utilizar a la hora de crear un esquema metodológico idóneo para que se produzca de forma eficaz un aprendizaje por parte del trabajador. Esto se producirá si tenemos en cuenta una serie de consideraciones.

En primer lugar, un establecimiento claro del objetivo del programa formativo. De todos es sabido que la formación tiene varias finalidades:

- Formar para ampliar el Conocimiento
- Desarrollar las Habilidades
- Modificar y/o reforzar Conductas
- Sensibilizar

Obviamente, todos estos objetivos generales pueden combinarse, sin embargo y en cualquier caso, la propia concreción del objetivo nos dará una primera visión sobre qué recursos metodológicos podemos utilizar.

Otro interesante punto es la creación de un esquema metodológico coherente con la finalidad del programa, con el perfil del trabajador y con la situación o características de la empresa. En Adecco Training tenemos clara la concepción metodológica, consistente en una correcta combinación de distintos recursos de aprendizaje, los cuales se van dosificando en un determinado periodo de tiempo. Este acercamiento convierte los tradicionales y convencionales “cursos de formación” en programas de desarrollo con innovadoras metodologías que favorecen el aprendizaje del empleado.

Desde esta perspectiva, todos los recursos de aprendizaje que se puedan utilizar se encuentran en un mismo nivel dentro de un esquema metodológico, ya sea una lectura, un vídeo, una sesión presencial, o una jornada experiencial, y por tanto, todos ellos tienen la misma importancia en el proceso de aprendizaje del individuo, ya que cada uno tiene una función. No obstante, si bien es cierto que todos los recursos de aprendizaje tienen el mismo nivel de importancia, también lo es el hecho de que cada uno de ellos tiene un impacto



distinto, que a su vez producirá un efecto memorable más perdurable, según el impacto del mismo. Así pues, a mayor impacto, mayor efecto memorable.

Dicho esto, podríamos resumir nuestra concepción metodológica en tres puntos:

- La combinación de recursos de aprendizaje forma el esquema metodológico de un programa de formación.
- A mayor impacto de un recurso, mayor efecto memorable provocado en un participante.
- Es necesario que la persona asocie el recuerdo que le ha provocado un determinado recurso de aprendizaje con los contenidos propios del programa formativo. De esta forma habremos incidido sobre su nivel de conocimiento, sobre sus habilidades o sobre su conducta.

Por último, cabe resaltar un efecto de importancia respecto al reparto de responsabilidades existente entre los distintos actores de la formación, concretamente el que tiene tanto la empresa que proporciona la formación, como el empleado que la recibe. Hace algún tiempo, las compañías asumían en gran parte la responsabilidad sobre los aprendizajes adquiridos en un programa formativo. Aquí nos encontrábamos con antiguos formatos en la formación (taller en aula, sesiones magistrales, etc.). En la actualidad se han cambiado las tornas a este respecto, ahora es el individuo el que asume en mayor parte este grado de responsabilidad sobre su propio aprendizaje. Es la empresa, por tanto, la que tiene que encargarse de “facilitar” los medios adecuados por los que ir dosificando los mensajes que favorezcan el aprendizaje⁷⁰.

⁷⁰ RRHH Digital <http://www.rrhhdigital.com/editorial/119933/Los-nuevos-metodos-de-aprendizaje>



5.2.3 Promoción profesional en la gestión del talento

La estrategia de la gestión del talento humano por competencias se puede aplicar en los procesos de selección, la formación, los planes de crecimiento interno y la política de incentivos.

La gestión del talento humano consiste en identificar qué competencias profesionales, actitudes y aptitudes necesita reunir el personal para desempeñar correctamente cada uno de los puestos de trabajo.

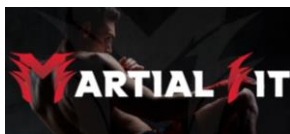
En unos casos servirá para contratar a la persona que más se adecúe a cómo se trabaja en la entidad. En otros para elaborar una estrategia concreta que permita a los empleados que ya forman parte de la plantilla explotar sus capacidades. Y los datos corroboran la relevancia de la gestión del talento:

La gestión del talento engloba todos los procesos del área de Recursos Humanos que van dirigidos a la captación, retención y optimización del talento.

De acuerdo con esta idea, la gestión del talento se caracterizaría por poner el acento en aspectos como, el compromiso o el potencial de los empleados o en cómo evitar su desmotivación.

Esta visión contempla todo el ciclo laboral del empleado en la empresa, puesto que arranca con la llegada de un nuevo trabajador a la plantilla (onboarding) y se mantiene hasta su salida de la compañía (entrevistas de salida).

En nuestra guía explicamos cada una de las etapas y explicamos cómo un sistema de Recursos Humanos puede dar ese factor extra para ayudar a los departamentos de RR. HH. a cuidar el flujo de cada profesional.



MARTIAL FIT es una academia en busca de socios por lo cual, si alguno de los empleados le interesa ser miembro, se revisará la propuesta con los demás socios y se le dará el veredicto. Esto con la finalidad comprometernos como socios ya que conoceremos todas las áreas y crecer como empresa y formar parte del equipo.

5.3 Marco jurídico fundamento legal Artículo 123 Constitucional apartado A y B Leyes Reglamentarias del artículo 12 Constitucional

Artículo 123°

Toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil; al efecto, se promoverán la creación de empleos y la organización social de trabajo, conforme a la ley.

El Congreso de la Unión, sin contravenir a las bases siguientes deberá expedir leyes sobre el trabajo, las cuales regirán:

- Entre los obreros, jornaleros, empleados domésticos, artesanos y de una manera general todo contrato de trabajo:
- La duración de la jornada máxima será de ocho horas.
- La jornada máxima de trabajo nocturno será de 7 horas. Quedan prohibidas: las labores insalubres o peligrosas, el trabajo nocturno industrial y todo otro trabajo después de las diez de la noche, de los menores de dieciséis años.
- Queda prohibida la utilización del trabajo de los menores de quince años. Los mayores de esta edad y menores de dieciséis tendrán como jornada máxima la de seis horas.
- Por cada seis días de trabajo deberá disfrutar el operario de un día de descanso, cuando menos.
- Las mujeres durante el embarazo no realizarán trabajos que exijan un esfuerzo considerable y signifiquen un peligro para su salud en relación con la gestación; gozarán forzosamente de un descanso de seis semanas anteriores a la fecha fijada aproximadamente para el parto y seis semanas posteriores al mismo, debiendo percibir su salario íntegro y conservar su empleo y los derechos que



hubieren adquirido por la relación de trabajo. En el período de lactancia tendrán dos descansos extraordinarios por día, de media hora cada uno para alimentar a sus hijos.

- Los salarios mínimos que deberán disfrutar los trabajadores serán generales o profesionales. Los primeros regirán en las áreas geográficas que se determinen; los segundos se aplicarán en ramas determinadas de la actividad económica o en profesionales, oficios o trabajos especiales.

El salario mínimo no podrá ser utilizado como índice, unidad, base, medida o referencia para fines ajenos a su naturaleza.

Los salarios mínimos generales deberán ser suficientes para satisfacer las necesidades normales de un jefe de familia, en el orden material, social y cultural, y para proveer a la educación obligatoria de los hijos.

Los salarios mínimos profesionales se fijarán considerando, además, las condiciones de las distintas actividades económicas.

5.4 .1 Trascendencia de las Reformas de la Ley Federal del trabajo

La Ley Federal del Trabajo nació para regular las leyes establecidas en el ámbito laboral entre patrones y colaboradores. Por ello, en sus artículos se estipula de manera detallada todos los derechos y obligaciones de ambas partes. La ley federal del Trabajo ayuda a proteger en gran parte a los trabajadores. La LFT surgió en 1931 y desde entonces es importante tener en cuenta tanto las leyes que esta recoge en su contenido.

Todos los trabajadores mexicanos tenemos que tener muy presente La Ley del Trabajo y conocer todas las actualizaciones que surgen. De este modo, podremos saber cuáles son nuestras ventajas y limitaciones en el ámbito laboral y profesional.

Principales modificaciones de la Ley Federal del Trabajo en México:

- Outsourcing: Queda terminantemente prohibido el encubrimiento de cualquier relación laboral con actos jurídicos. Artículo 5° LFT



- **Convenio de Terminación por Mutuo Consentimiento:** El principal cambio que se recoge, respecta al no requerimiento de intervención de autoridad en un convenio de terminación mutuo. Artículo 33° L.F.T.
- **Descuentos a los Salarios:** Según el artículo 110°, los descuentos en los salarios quedan terminantemente prohibidos. Salvo en algunas excepciones. Como por pago de las cuotas sindicales ordinarias previstas en los estatutos de los sindicatos. O porque trabajador manifiesta, por escrito, su voluntad de que no se le aplique la cuota sindical.
- **Prelación de Descuentos al Salario:** Según se recoge en el artículo 132, “Hacer las deducciones previstas en las fracciones IV del artículo 97° y VII del artículo 110°, enterar los descuentos en orden de prelación, primero al Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores y posterior a las otras instituciones. Esta obligación no convierte al patrón en deudor solidario del crédito que se haya concedido al trabajador
- **Obligaciones Patronales:** La mayor novedad en este campo es la inclusión de la obligatoriedad, por parte de los patronos, a dotar a todo su equipo de una especie de manual de empresa. En él consta, un ejemplar impreso del contrato colectivo de trabajo inicial y de su revisión. Además, sirve como protocolo para prevenir la discriminación por razones de género. Casos de violencia. Acoso sexual. Y también, y no menos importante, para erradicar el trabajo en pobres condiciones y la explotación infantil.
- **Nuevo Sistema de Justicia Laboral:** El mayor cambio se dio en ver en un paulatino incremento de poder en la gestión del Poder Judicial local o Federal, en detrimento de las ya viejas conocidas Juntas de Conciliación y Arbitraje. balanceándose en la delgada línea de la legalidad, se trata en este escrito como un tema de genuino interés. Se busca, como norma general del documento, un reconocimiento legal de los derechos y las obligaciones de todos aquellos trabajadores del hogar también. Eso sí, siempre con obligatoriedad de estar registrados o dados de alta en el IMSS.⁷¹

⁷¹ Factorial blog <https://factorial.mx/blog/todo-sobre-ley-federal-trabajo/>



5.5 Importancia de la ley federal de trabajo en su contexto social, como implicaciones fiscales, salario y retenciones

En la Ley Federal del trabajo como se encuentran las disposiciones legales que regulan las relaciones obrero-patronales como en ellas se estipula los derechos y obligaciones que tiene el trabajador y el respectivamente.

Trabajador tiene derecho a una remuneración por el servicio que ofrece, mismo que será la base para el cálculo del impuesto que punto y seguido este impuesto deberá ser enterado a la Secretaría de Administración Tributaria como parte de la obligación del patrón.

Adicionalmente, el patrón debe retener el importe que resulte por concepto de cuotas de Seguro Social tal como lo indica la ley de Seguro Social.

5.5.1 Modalidades del contrato de trabajo y naturaleza jurídica.

1. Contrato de trabajo fijo. El contrato de trabajo fijo se celebra por un tiempo indeterminado salvo que su término resulte en la siguiente:

- ❑ Que se haya fijado en forma expresa y por escrito el tiempo de su duración;
- ❑ Que las modalidades de las tareas o de la actividad, razonablemente apreciadas así lo justifiquen.
- ❑ La formalización de contratos por plazo determinado en forma sucesiva que exceda de las exigencias previstas en el apartado B0 de este artículo, conveniente al contrato en uno por tiempo indeterminado.

2. Contrato de Trabajo por Temporada. Habrá contrato de trabajo de temporada cuando la relación entre las partes, originada por actividades propias del giro normal de la empresa o explotación, se cumpla en determinadas épocas del año solamente y esté sujeta a repetirse en cada ciclo en razón de la naturaleza de la actividad.

3. Contrato de Trabajo Eventual.- Se considerará que media contrato de trabajo eventual cuando la actividad del trabajador se ejerce bajo la dependencia de un empleador para la satisfacción de resultados concretos, tenidos en vista por éste, en



relación a servicios extraordinarios determinados de la empresa, explotación o establecimiento, toda vez que no pueda preverse un plazo cierto para la finalización del contrato.

Se entenderá además que media tal tipo de relación cuando el vínculo comienza y termina con la realización de la obra, la ejecución del acto o la prestación del servicio para el que fue contratado el trabajador.

4. Contrato de Trabajo por tiempo indeterminado. - El contrato por tiempo indeterminado se entenderá celebrado a prueba durante los primeros tres meses de Vigencia. Cualquiera de las partes podrá dar por terminada la relación durante ese lapso de tiempo sin expresión de causa, sin derecho a indemnización, pero si con la obligación de preavisar a la otra parte.⁷²

MARTIAL FIT observamos las formas lícitas de contratación de nuestros manager y colaboradores para establecer la voluntad de las partes al quererse comprometer con la filosofía de la empresa y en una de las cláusulas señalar la confidencialidad, que deben resguardar nuestros colaboradores a no divulgar las fórmulas para realizar, ejercicios, inicio de sesión, es decir los pasos de entrenamiento y capacitación únicos en **MARTIAL FIT**

5.5.2 Contrato individual - efectos legales

El artículo 20° de la Ley Federal del Trabajo define al contrato Individual aquel que por virtud del cual una persona se obliga a otra a prestar un trabajo personal subordinado, mediante el pago de un salario, independientemente de la forma o denominación que se dé a este servicio prestado.

El esfuerzo productivo derivado de la actividad desarrollada es el elemento constitutivo de la contratación, esfuerzo que puede ampliarse, disminuirse o diversificarse, sin que

⁷² LEY FEDERAL DEL TRABAJO ART 35,36 Y 37



cambien las características de la forma en que el trabajo se realice, pues son los resultados de ese esfuerzo lo que le interesa a quien contrata el servicio. El escrito en que consten las condiciones de trabajo deberá contener los siguientes elementos:

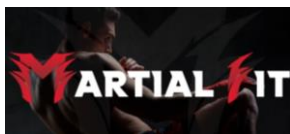
- Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil, Clave Única de Registro de Población, Registro Federal de Contribuyentes y domicilio del trabajador y del patrón
- Si la relación de trabajo es para obra o tiempo determinado, por temporada, de capacitación inicial o por tiempo indeterminado y, en su caso, si está sujeta a un periodo de prueba
- El servicio o servicios que deban prestarse, los que se determinarán con la mayor precisión posible
- El lugar o los lugares donde deba prestarse el trabajo
- La duración de la jornada
- La forma y el monto del salario
- El día y el lugar de pago del salario
- La indicación de que el trabajador será capacitado o adiestrado en los términos de los planes y programas establecidos o que se establezcan en la empresa

Otras condiciones de trabajo, tales como días de descanso, vacaciones y demás que convengan el trabajador y el patrón.

*Nosotros como grupo **MARTIAL FIT** consientes de llevar acabo nuestra práctica profesional a través del contrato individual de trabajo se solicita al colaborador lo lea y si es pertinente con todo lo establecido, se firme. esto da certeza jurídica en cuanto a los derechos y obligaciones de las partes involucradas.*

5.5.3 Contrato colectivo de trabajo -efectos legales

Contrato colectivo de trabajo es el convenio celebrado entre uno o varios sindicatos de trabajadores y uno o varios patrones, o uno o varios sindicatos de patrones, con objeto



de establecer las condiciones según las cuales debe prestarse el trabajo en una o más empresas o establecimientos.

En la revisión del contrato colectivo se observarán las normas siguientes:

- Si se celebró por un solo sindicato de trabajadores o por un solo patrón, cualquiera de las partes podrá solicitar su revisión.
- Si se celebró por varios sindicatos de trabajadores, la revisión se hará siempre que los solicitantes representen el cincuenta y uno por ciento de la totalidad de los miembros de los sindicatos, por lo menos.
- El trabajador que emplee trabajadores miembros de un sindicato tendrá obligación de celebrar con éste, cuando lo solicite un contrato colectivo.
- En caso de que el patrón se niegue a firmar este contrato podrán ejercitar los empleados el derecho de huelga.
- El contrato colectivo de trabajo deberá celebrarse por escrito, bajo pena de nulidad.
- Se hará por triplicado, entregándose un ejemplar a cada una de las partes y se depositará el otro tanto en la Junta de Conciliación y Arbitraje o en la Junta Federal o Local de Conciliación, la que después de anotar la fecha y hora de presentación del documento lo remitirá a la Junta Federal o Local de Conciliación y Arbitraje.

El contrato colectivo deberá contener los siguientes elementos:

- Los nombres y domicilios de los contratantes
- Las empresas y establecimientos que abarque
- Su duración o la expresión de ser por tiempo indeterminado o para obra determinada
- Las jornadas de trabajo
- Los días de descanso y vacaciones
- El monto de los salarios
- Las cláusulas relativas a la capacitación o adiestramiento de los trabajadores en la empresa o establecimientos que comprenda
- Disposiciones sobre la capacitación o adiestramiento inicial que se deba impartir a quienes vayan a ingresar a laborar a la empresa o establecimiento



- Las bases sobre la integración y funcionamiento de las Comisiones que deban integrarse
- Las demás estipulaciones que convengan las partes

5.5.4 Tiempo determinado y tiempo indeterminado

Es importante tomar en cuenta que en el momento que la cantidad de operación de la empresa va incrementando, es necesario cubrir esa demanda con la contratación de personal para poder llevar a cabo actividades que permitan llegar a los objetivos determinados.

La empresa tiene que cumplir con el requisito legal de determinar qué tipo de contratación hará a sus subordinados, esto de acuerdo a los objetivos y metas establecidos y el tipo de actividades que se van a llevar a cabo. Por lo general la duración de los contratos laborales son por tiempo indefinido, pero también existe la opción de contratar por obra o por tiempo determinado y en su caso podrá estar sujeto a prueba o a una capacitación inicial.

La duración en el empleo lo determina invariablemente el contrato de trabajo y el artículo 35 de la legislación laboral que establece la existencia de tres tipos de contratos, que para su análisis los dividiremos en:

- Contrato por tiempo determinado
- Contrato por tiempo indeterminado
- Contrato por obra

TIEMPO INDETERMINADO

En este tipo de contrato no se tiene una fecha específica de inicio, pero no se fija una fecha de término, por lo que comúnmente se conoce como contrato de planta y es por un periodo de tiempo largo. La ley laboral señala que todos los subordinados tienen la obligación laboral por máximo un año quedando a decisión de los éstos si quieren laborar por más tiempo.

Esta regla es la base de la estabilidad en el empleo el cual nos indica que los derechos de los trabajadores son:



- Que se trate de trabajadores con una antigüedad menor de un año Si el patrón comprueba, ante la Junta de Conciliación y Arbitraje, que el trabajador, por razón del trabajo que desempeña o por las características de sus labores, está en contacto directo y permanente con él y la Junta estima, tomando en consideración las circunstancias del caso, que no es posible el desarrollo normal de las relaciones de trabajo.
- El caso de trabajadores de confianza;
- En el servicio doméstico
- Cuando se trate de trabajadores eventuales

TIEMPO DETERMINADO

Este se origina dependiente de la naturaleza de las actividades que se lleven a cabo en el trabajo.

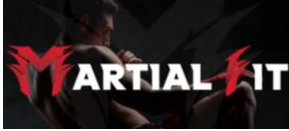
Por lo regular estamos hablando de contrataciones temporales debido a incapacidades, las cuales tiene un periodo de ausencia fijado para el trabajador de planta; cabe mencionar que por tratarse de situaciones o eventos en los cuales el tiempo puede ser incierto, el contrato puede extenderse un poco más de acuerdo a lo que ya está estipulado, tales casos deben preverse y adicionarlos a las cláusulas de dicho contrato⁷³

MARTIAL FIT *requerirá de trabajos de tiempo determinado, a prueba temporada, dando las opciones al patrón de los elementos para evaluar a los trabajadores, como periodo a prueba por obra, por tiempo determinado.*

5.5 Servicios y Prestaciones

Los servicios y prestaciones constituyen un costo de mantenimiento de personal. Entre otras cosas, uno de los costos de mayor importancia para las organizaciones de servicios está representado por la remuneración directa o indirecta. La remuneración directa es el salario proporcional al cargo ocupado y la indirecta son los servicios y las prestaciones.

⁷³ Ley Federal del Trabajo Art 35,36,37 y 38



Los servicios y prestaciones suelen abarcar tanto los beneficios establecidos por la ley (seguros de accidentes de trabajo, seguros sociales, etc.), como las prestaciones extras o marginales como transportes de la casa a la empresa y de ésta a la casa, seguro de vida en grupo, etc.

Los servicios y prestaciones buscan atender a un grupo diferenciado de necesidades de los empleados algunas de las necesidades humanas que se tratan de alcanzar en un programa de prestaciones.⁷⁴

MARTIAL FIT brinda a los empleados las prestaciones de acuerdo la ley aguinaldo, vacaciones, prima vacacional, prima dominical, día de descanso semanal, licencia por maternidad, licencia por adopción, licencia de paternidad, reparto de utilidades.

5.5.1 Gerencia de Recursos Humanos- Empresa Efectiva

En la gerencia de recursos humanos es importante la planificación de los recursos para el cumplimiento de los objetivos organizacionales y de las metas de la organización, el análisis y diseño de puestos permite conocer las tareas y actividades de todos los puestos dentro de la organización, esto sirve como referencia a otras funciones de la gerencia de recursos humanos como el reclutamiento y selección, capacitación, evaluación del desempeño y administración de sueldos.

El reclutamiento y selección permite escoger, evaluar al personal idóneo para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. La evaluación y revisión del desempeño permite evaluar en dos aspectos: tanto al empleado para ver su desempeño y para la

⁷⁴ Relaciones laborales, UPIICSA IPN, 2004, <http://www.sites.upiicsa.ipn.mx/polilibros/terminados/relacioneslaborales/Unidad%203/3.1.htm>



organización evaluando que tan bien se ha realizado la selección y como se encuentra el puesto.

MARTIAL FIT selecciona talento humano cuyos valores son el compromiso y responsabilidad como empresa requerimos personas cuyo proyecto de vida este fincado en principios esenciales por los que se rige la organización, motivaciones, objetivos de la empresa, y tener conciencia de lo que es la empresa y el tipo de servicio que se podría esperar de ella.



CONCLUSIÓN

Como pudimos observar en el desarrollo del presente trabajo, el mercado, las industrias y el mundo siempre están en constante cambio. Y aunque las empresas pueden pronosticar y crear tendencias, existen otros factores incontrolables que alteran los planes y el rumbo de estas. Un ejemplo de esto es la actual pandemia de COVID 19, y sus variantes, así como la guerra de Polonia declarada a Ucrania, por la que el mundo está atravesando y que modifico en gran medida nuestro estilo de vida y la forma en como las empresas han salido adelante o no.

Por estos sucesos hay que considerar nuevos nichos de mercado en el que visualicemos las oportunidades para el desarrollo de productos o servicios con base en las nuevas tendencias de mercado, ejemplo por ello nuestra empresa MARTIAL FIT. Nace como fenómeno social, para ofrecer un servicio como resultado la observación y la reflexión de la conducta social. Incorporando rutinas de fortalecimiento, muscular equilibrio, coordinada por nuestros expertos tomando en cuenta la emergencia sanitaria, confiando a la población en el mundo, de tal suerte que nuestra empresa MARTIAL FIT al observar estas situaciones estresantes, crea acciones para el cuidado personal y rutinas que contribuyen a mantener a la población en condiciones de mantenerse en forma y mejorar la salud.

Este análisis y observación del mercado nos proporcionó la información suficiente para desarrollar el servicio deportivo y mental que la población necesita en este momento para mejorar su estilo de vida. Además, que nos permitió desarrollarlo de tal forma que fuera diferente a lo que la competencia está ofreciendo dándonos así una ventaja competitiva.

Esta planeación junto con todos los elementos legales y mercantiles estableció a MARTIAL FIT como un negocio real y listo para dar servicio licito, es decir formalizando nuestra empresa a través de los lineamientos legales

Y tal como sucedió al principio, el análisis y la observación del mercado como empresa debemos seguir innovando y dar mejora continua. Mantenernos al tanto de las tendencias y los cambios en el mercado nos permiten pronosticar y anticiparnos a situaciones que pueden alterar la forma de trabajo de MARTIAL FIT y así poder establecer soluciones de salud, emocionales y defensa personal.



Este proyecto integrador MARTIAL FIT nos permitió lograr competencias a través del Seminario de Quehacer del Empresario Retos y Perspectivas en el Ámbito Legal y de todo lo aprendido en nuestra licenciatura en la ESCA Santo Tomás, consolidando el marco jurídico de la constitución de una empresa percatándonos de que hoy en día tenemos que emprender con la intención de crear una empresa, partiendo de una idea de negocio, y el carácter que nos permita introducirnos al mercado prestando un servicio, al desarrollar nuestro trabajo pudimos observar que no es solo crear un negocio, existen riesgos, barreras, siempre teniendo en claro que emprender implica pasión, creatividad, en nuestro caso un estilo de vida.



ANEXO 1:

ESTATUTO SOCIALES VIGENTES

MARCIAL FIT S.A. DE C.V.

CAPITULO I.- DENOMINACIÓN, DURACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y NACIONALIDAD

Artículo 1º.- Denominación.

La sociedad se denominará “Marcial Fit” y deberá ir seguida de las palabras Sociedad Anónima de Capital Variable o de las iniciales S.A. de C.V. y se registrará por los presentes estatutos, así como por las disposiciones legales que le sean aplicables en cada momento.

Artículo 2º.- Duración.

La sociedad tendrá una duración de 99 años, dándose comienzo a la fecha de firma de esta escritura de constitución, sin perjuicio de las consecuencias legales previstas para los actos y contratos celebrados en nombre de la sociedad en momentos anteriores al de su inscripción en el Registro Mercantil.

Artículo 3º.- Domicilio social.

El domicilio social se halla situado en Hacienda de Alcázar #1, Palo Solo, Naucalpan, Estado de México, México por ser éste el lugar en el que radican su efectiva dirección y administración.

El órgano de administración podrá decidir la creación, supresión y traslado de sucursales.

Artículo 4º.- Objeto social.

La Sociedad tendrá como objeto social a) la creación, desarrollo e impartición de métodos de entrenamiento físicos. b) Comercialización de artículos y equipo deportivo. c) Compra y renta de instalaciones para llevar a cabo las propias actividades del objeto social. Las actividades enumeradas podrán ser desarrolladas por la Sociedad de modo directo o indirecto, total o parcialmente, mediante la titularidad de acciones o participaciones en sociedades con objeto análogo o idéntico.

Artículo 5º.- Nacionalidad.

La sociedad es mexicana. Los accionistas extranjeros actuales o futuros de esta sociedad, se obligan formalmente con la Secretaria de Relaciones Exteriores, a considerarse como nacionales respecto a las acciones de esta sociedad que adquieran o de que sean titulares, así como de los bienes, derechos, concesiones, participaciones o intereses de que sea titular la sociedad.



CAPITULO II.- CAPITAL SOCIAL Y SUS ACCIONES

Artículo 6º.- Capital social.

El capital social será variable fijándose como mínimo y sin derecho de retiro la cantidad de \$354,555 (trescientos cincuenta y cinco mil quinientos cincuenta y cinco pesos). El capital social está dividido en 1000 acciones con valor nominal de \$354.555 (trescientos cincuenta y cinco pesos con quinientos cincuenta y cinco centavos) que constituyen la serie A las que quedan íntegramente suscritas y pagadas. El capital social será susceptible de aumento por aportaciones posteriores de los socios o por admisión de nuevos socios y de disminución por el retiro parcial siempre y cuando el capital social sea mayor a \$354,555 (trescientos cincuenta y cinco mil quinientos cincuenta y cinco pesos). Todo aumento o disminución del capital social deberá inscribirse en un libro de registro que al efecto llevará la sociedad.

Artículo 7º.- Transmisión de Acciones.

La transmisión de acciones solo podrá hacerse con la autorización del administrador general o del consejo de administración.

Artículo 8º.- Derechos y Obligaciones de los socios.

Las acciones de la sociedad conferirán a sus tenedores idénticos derechos y obligaciones. Las acciones de la sociedad estarán representadas por títulos, los que deberán ser nominativos. Deberán quedar inscritos en el libro de registro de accionistas que debe llevar la sociedad.



CAPITULO III.- ÓRGANOS SOCIALES

Artículo 9º.- Asamblea General de Accionistas.

Son órganos de la sociedad la Asamblea General de Accionistas, como órgano supremo y deliberante que manifiesta la voluntad social por mayoría en los asuntos de su competencia, y el Consejo de Administración, al que le corresponden las funciones de gestión, administración y representación de la sociedad, con las facultades que legalmente tiene atribuidas, así como por las que le son reconocidas en los presentes estatutos.

Artículo 10º.- Asambleas

Los accionistas que legal y válidamente se constituyan en Asamblea General decidirán por mayoría en los asuntos que sean competencia de la Asamblea. Todos los socios, incluidos los disidentes y los que no hayan participado en la reunión, quedan sometidos a los acuerdos adoptados por la Asamblea General, sin perjuicio de su derecho de impugnación de los mismos, en los supuestos previstos legalmente, y cuando concurren los requisitos precisos al efecto.

Artículo 11º.- Asambleas Generales y Extraordinarias

Las Asambleas Generales de Accionistas podrán ser ordinarias o extraordinarias, y deberán ser convocadas por los Administradores sociales. La Asamblea General ordinaria, que deberá haber sido previamente convocada, deberá celebrarse de manera necesaria dentro de los seis primeros meses de cada ejercicio económico con el objeto de censurar la gestión social, aprobar, en su caso, las cuentas del ejercicio anterior, y resolver sobre la aplicación del resultado obtenido, según el balance que sea aprobado al efecto, sin perjuicio de otros asuntos que puedan ser tratados en la misma, de conformidad con lo previsto en el correspondiente Orden del Día.

Todas las Asambleas distintas a la Asamblea General ordinaria se considerarán Asambleas Generales Extraordinarias y deberán celebrarse siempre que los Administradores de la sociedad lo consideren oportuno o conveniente para los intereses de la sociedad y, en todo caso, cuando así sea solicitado por un número de socios titulares de al menos un 5% del capital social, quienes habrán de expresar en su solicitud los asuntos que consideren que



deban tratarse en dicha Junta. En este caso, la Junta deberá ser convocada por los Administradores para su celebración dentro de los dos meses siguiente al del requerimiento a los Administradores, debiendo incluirse en su Orden del Día, por lo menos, los asuntos plasmados en la solicitud de los socios.

Artículo 12º.- Lugar y fecha de celebración

Las Asambleas Generales se celebrarán en el domicilio social y en la fecha señaladas en la convocatoria, y podrán prolongar sus sesiones durante uno o más días consecutivos.

Artículo 13º.- Convocatoria

Tanto las Asambleas Generales y Extraordinarias deberán ser convocadas, previo acuerdo del Consejo de Administración, por su Presidente, mediante anuncio en uno de los diarios de mayor circulación de la zona donde se ubique la sociedad. Los anuncios deberán ser publicados con una antelación mínima de un mes. En el anuncio deben constar todos los asuntos que deban tratarse. En caso de segunda convocatoria, esta deberá ser publicada con tres días de anticipación por lo menos a la fecha señalada por las asambleas. Si todas las acciones estuvieran representadas podrá celebrarse las asambleas sin necesidad de previa convocatoria.

Artículo 14º.- Quórum.

En general, la Asamblea General, sea Ordinaria o Extraordinaria, quedará válidamente constituida en primera convocatoria cuando los accionistas presentes o representados posean por lo menos el 50% del capital social suscrito con derecho a voto. En segunda convocatoria será válida la celebración de la Asamblea cualquiera que sea el capital que concurra a la misma.

Artículo 15º.- Dirección de la Asamblea.

Presidirá la Asamblea el Presidente del Consejo de Administración o el Administrador, según sea el caso.

Artículo 16º.- Acceso a las Asambleas.



Para concurrir a las asambleas los accionistas deberán depositar sus acciones en la tesorería de la sociedad o en las instituciones de crédito que al efecto sean designadas en la convocatoria.

Artículo 17º.- Voto en las Asambleas.

En las Asambleas cada acción dará derecho a un a un voto. En caso de empate, decidirá el voto de quien presida la sesión. Las resoluciones serán tomadas a simple mayoría de votos de los accionistas concurrentes, si se trata de asamblea ordinaria. En las asambleas extraordinarias las resoluciones serán validadas si son aprobadas por accionistas que representen cuando menos, el 50% del capital social.

CAPITULO IV.- Administración y Vigilancia

Artículo 18º.- Vigilancia

La vigilancia de la sociedad estará a cargo de un Comisario y su suplente que serán designados por la Asamblea General de Accionistas. El Comisario no necesitará ser accionista de la sociedad y será designado anualmente u podrá ser reelecto una o más veces.

CAPITULO V.- Ejercicios Sociales, Utilidades y Pérdidas.

Artículo 19º.- Duración de los Ejercicios Sociales

Los ejercicios sociales durarán un año y se computarán del primero de enero al treinta y uno de diciembre de cada año

Artículo 20º.- Utilidades

De las utilidades que se obtengan en cada ejercicio social se harán las siguientes aplicaciones: a) Un 5% para formar el fondo de reserva legal hasta que hacienda al 20% del capital social. b) la cantidad que la asamblea destine a fines generales o especiales. c) la cantidad necesaria para el pago de los impuestos. d) El resto se distribuirá como dividendo entre los accionistas en proporción al número de sus acciones

Artículo 21º.- Perdidas

Las perdidas serán reportadas por los accionistas en proporción al número de sus acciones y hasta el valor nominal de ellas.

CAPITULO VI.- Disolución y Liquidación

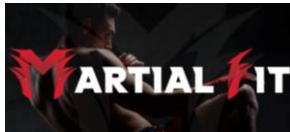


Artículo 22º.- Disolución

La sociedad se disolverá en cualquiera de los casos en que se refiere el artículo doscientos veintinueve de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Disuelta la sociedad, la asamblea designará uno o más liquidadores quienes deberán terminar la liquidación en el plazo de un año.

Artículo 23º.- Liquidación

Durante la liquidación se reunirá la asamblea en los términos que previene el capítulo tercero de estos estatutos, desempeñando respecto a ella el o los liquidadores las funciones que en la vida normal de la sociedad correspondan al órgano de administración.



Anexo II. Solicitud ante el IMPI

gob mx	
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial	
Solicitud de Protección de Signos Distintivos: Registro de Marca, Aviso Comercial o Publicación de Nombre Comercial	
Homoclave del formato IMPI-00-001-A	Folio
*Fecha de publicación del formato en el DOF 09 / 08 / 2018	Fecha de solicitud del trámite 01 / 02 / 2022 DD MM AAAA
Datos generales del(de los) solicitante(s)	
Personas físicas CURP (opcional): NAVL940207HDF Nombre(s): LUIS ORLANDO Primer apellido: NAVA Segundo apellido: VEGA Nacionalidad: MEXICANA Teléfono (lada, número, extensión): 5543185445 <input type="radio"/> Continúa en anexo	Personas morales RFC (opcional): Denominación o razón social: Nacionalidad: Teléfono (lada, número, extensión): <input type="radio"/> Continúa en anexo
Domicilio del solicitante	
Código postal: 06400	
Calle: JAIME BODET <small>(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Ávila Camacho, Calzada, Corredor, etc.)</small>	
Número exterior: 3457	Número interior: 23
Colonia: SANTA MARIA <small>(Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>	
Municipio o demarcación territorial: CUAUTÉMOC	Localidad: MEXICO
Entidad federativa: CDMX	Entre calles (opcional):
País: MÉXICO	Calle posterior (opcional):
Domicilio para oír y recibir notificaciones	
Código postal: 06400	
Calle: JAIME BODET <small>(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Ávila Camacho, Calzada, Corredor, etc.)</small>	
Número exterior: 3457	Número interior: 23
Colonia: SANTA MARIA <small>(Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small>	
Municipio o demarcación territorial: CUAUHTÉMOC	Localidad:
Entidad federativa: CDMX	Entre calles (opcional):
Correo electrónico: ORLANDONV326@GMAIL.COM	Calle posterior (opcional):
Todos los requerimientos, resoluciones y demás actos relacionados con el presente trámite, hasta su conclusión, se notificarán a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial, de conformidad con el artículo 183 de la Ley de la Propiedad Industrial.	
Contacto Anexo a 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 14020, Ciudad de México. Teléfono: (011) 55-53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10088, 10180 y 10181. Correo electrónico: dir@impi.gob.mx	



gob mx							
Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial							
Datos del signo							
Signo que solicita: <small>Marque con una X sólo una casilla</small> <input type="radio"/> Publicación de Nombre Comercial <input type="radio"/> Registro de Aviso Comercial	<input checked="" type="radio"/> Registro de Marca <input type="radio"/> Registro de Marca Colectiva <input type="radio"/> Registro de Marca de Certificación						
La Marca de Certificación se compone por una Indicación Geográfica <input type="radio"/>							
Fecha de primer uso en México:	01 / 01 / 2022 <small>DD MM AAAA</small> <input type="radio"/> No se ha usado						
Clase:	Productos o Servicios/Giro preponderante, en el caso de Nombre Comercial: _____						
<input type="radio"/> Continúa en anexo							
Denominación: <small>Sólo en caso de marcas que, además de un elemento figurativo, se integren por palabras, letras o números</small> MARTIAL FIT	Representación del signo: <small>Anote o adhiera el signo que desea proteger</small>						
<input type="radio"/> Continúa en anexo							
Elementos sobre los cuales No se solicita protección:							
<input type="radio"/> Continúa en anexo							
Transliteración:							
<input type="radio"/> Continúa en anexo							
Traducción:							
<input type="radio"/> Continúa en anexo							
Ubicación del establecimiento	Prioridad reclamada						
Código postal: 52778 Calle: PARQUE DE ALCAZÁR <small>(Por ejemplo: Avenida Insurgentes Sur, Boulevard Aída Camacho, Calzada, Comisar, etc.)</small> Número exterior: 1 Número interior: Colonia: PALO SOLO <small>(Por ejemplo: Ampliación Juárez, Residencial Hidalgo, Fraccionamiento, Sección, etc.)</small> Localidad: INTERLOMAS Municipio o demarcación territorial: NAUCALPAN Entidad federativa: ESTADO DE MÉXICO Entre calles (opcional): Calle posterior (opcional): País: MÉXICO	<small>(Sólo en caso de Marca o Aviso Comercial presentadas en el extranjero)</small> País (oficina) de origen: Número: Fecha de presentación: DD MM AAAA						
Manifiesto, bajo protesta de decir verdad, que los datos asentados en esta solicitud son ciertos y que, en caso de actuar como mandatario, cuento con facultades suficientes para llevar a cabo el presente trámite. Asimismo, me doy por enterado del tratamiento que se les dará a los datos personales contenidos en la presente solicitud.							
LUIS ORLANDO NAVA VEGA Nombre y firma del solicitante o de su representante							
<small>*De conformidad con los artículos 5, fracción II del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial y 4 de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, las formas oficiales del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial deberán publicarse en el Diario Oficial de la Federación (DOF).</small>							
<table border="0"> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td colspan="3"> <small>Contacto: Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 16020, Ciudad de México. Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10088, 10180 y 10181. Correo electrónico: dm@impi.gob.mx</small> </td> </tr> </table>					<small>Contacto: Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 16020, Ciudad de México. Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10088, 10180 y 10181. Correo electrónico: dm@impi.gob.mx</small>		
<small>Contacto: Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 16020, Ciudad de México. Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10088, 10180 y 10181. Correo electrónico: dm@impi.gob.mx</small>							



gob mx

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Documentos anexos

Marque con una X la casilla que corresponda

- Comprobante de pago. Original.
- Documento que acredita la personalidad del mandatario, en su caso. Original o copia certificada.
- Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI, en su caso. Copia.
- Reglas de uso, sólo en caso de solicitud de Registro de Marca Colectiva, Marca de Certificación o si el signo se presenta por más de un solicitante (cotitularidad). Original o copia certificada.
- Acta constitutiva de la sociedad o asociación, sólo en caso de solicitud de Registro de Marca Colectiva. Original o copia certificada.
- Fe de hechos que acredite el uso efectivo del nombre comercial, sólo en caso de solicitud de Publicación de Nombre Comercial. Original o copia certificada.
- Hoja adicional complementaria al punto "Datos Generales de las Personas", sólo en caso de cotitularidad. Original.
- Hoja adicional complementaria al punto "Productos o servicios, en caso de Marca o Aviso Comercial/Giro comercial preponderante", en su caso. Original.
- Hoja adicional complementaria al punto "Elementos sobre los cuales no se solicita protección", en su caso. 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.
- Otros, por ejemplo, carta consentimiento o documentos que acrediten la adquisición de un carácter distintivo derivado del uso en el comercio. Original. o copia certificada.

Términos y condiciones

Información sobre el tratamiento de datos personales.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es el responsable de los datos personales que proporcione con la presente solicitud y con motivo del trámite de la misma, son recabados por la Dirección Divisiva de Marcas con la finalidad de dar trámite a la solicitud, determina el cumplimiento de los requisitos exigidos por la normatividad nacional e internacional aplicable; contactar al solicitante, su representante y autorizados en relación al trámite; notificar actos y resoluciones que así lo requieran y, en su caso, publicar la solicitud y el Título respectivo, en términos de la Ley de la Propiedad Industrial y demás disposiciones aplicables, para facilitar información al público en el ejercicio de derechos. La Dirección Divisiva de Marcas no realiza tratamiento de datos que requieran la autorización expresa, de tener lugar el mismo, se recabará consentimiento expreso que podrá ser revocado mediante solicitud ante la Unidad de Transparencia. El aviso de privacidad integral puede ser consultado en <http://www.gob.mx/impi> o en las instalaciones del Instituto. Actualizado al 17 de julio de 2018.

Presentación y notificaciones.

El horario para la recepción de documentos, atención al público y consulta de expedientes en las distintas oficinas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, durante los días que este considere como hábiles, será de las 8:45 a las 16:00 horas.

La solicitud y sus anexos debe presentarse en la Coordinación Departamental de Recepción y Control de Documentos de la Dirección Divisiva de Marcas de este Instituto, con domicilio en Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 16020, Ciudad de México. También puede ser presentada en la ventanilla de sus Oficinas Regionales, así como en las Delegaciones o Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Economía.

También podrá remitirse la solicitud mediante correo certificado con acuse de recibo; servicios de mensajería, paquetería u otros equivalentes, o bien, a través del Buzón en Línea, en los términos previstos en el artículo 5o. BIS del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial y el Título Cuarto del Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Las resoluciones, requerimientos y demás actos del Instituto se notificarán a los solicitantes mediante la Gaceta de la Propiedad Industrial.

Información del trámite.

Trámites a los que corresponde la forma: Solicitud de registro de marca; Solicitud de registro de marca colectiva; Solicitud de registro de marca de certificación; Publicación de nombre comercial y Solicitud de registro de aviso comercial.

Número de Registro Federal de Trámites y Servicios: IMP-01-001, IMPI-01-002, IMPI-01-003, IMPN-01-004, e IMPI-01-018

Fecha de autorización de la forma por parte de la Dirección General Adjunta de Propiedad Industrial del IMPI: 18-VII-2018.

Fecha de autorización de la forma por parte de la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria: 01-VIII-2018.

Fundamento jurídico-administrativo.

Ley de la Propiedad Industrial.

Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial.

Acuerdo por el que se da a conocer la Tarifa por los servicios que presta el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Acuerdo que establece las reglas para la presentación de solicitudes ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Acuerdo por el que se establecen los plazos de respuesta a diversos trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Acuerdo por el que se da a conocer el horario de atención al público en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Acuerdo por el que se dan a conocer los criterios de interpretación y aplicación de la clasificación del Arreglo de Niza relativo a la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de las marcas, en la presentación y examen de las solicitudes de signos distintivos ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Tiempo de respuesta.

Plazo de primera respuesta: 4 meses. No aplica la negativa ni la positiva ficta.

Quejas y denuncias.

Órgano Interno de Control en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

S6-24-04-12 o 13 (Directo).

S6-24-04-00 (Conmutador), extensiones 11237 y 11231.

Correo electrónico: quejanet@impi.gob.mx

Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL

En la Ciudad de México y área metropolitana: 2000 2000.

Interior de la República lada sin costo: 01-800-FUNCIÓN (386-2466).

Desde Estados Unidos y Canadá: 1-800-475-23-93.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



CONAMER

IMPI

Contacto

Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 16020, Ciudad de México.

Teléfono: (01) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10088, 10180 y 10181.

Correo electrónico: dm@impi.gob.mx



gob mx

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

Instrucciones de llenado

Esta forma oficial es de distribución gratuita, se autoriza su libre reproducción.

La solicitud debe llenarse en idioma español, por cualquier medio legible manteniendo el mismo medio de llenado de inicio a fin, sin tachaduras ni enmendaduras.

La solicitud debe ser presentada por duplicado, impresa a doble cara (anverso y reverso) en una hoja de papel blanco, tamaño oficio, conforme al número de páginas que la integran y firmada autógrafamente en ambos ejemplares.

Folio. Para uso exclusivo del IMPI.

Fecha de solicitud del trámite. Para uso exclusivo del IMPI.

Datos generales del(los) solicitante(s). Anote en el recuadro correspondiente los datos completos de la(s) persona(s) física(s) o moral(es) que será(n), en su caso, titular(es) de la marca, marca colectiva, marca de certificación, aviso comercial o nombre comercial.

En el rubro **Personas físicas**, la **CURP** (Clave Única de Registro de Población) puede requisitarse únicamente si se trata de una persona física nacional.

En caso de que los solicitantes sean 2 o más personas físicas, marque la opción **Continúa en anexo** y requísitela Hoja adicional complementaria "Datos Generales de las Personas", tantas veces sea necesario.

En el rubro **Persona morales**, el **RFC** (Registro Federal de Contribuyentes) puede requisitarse únicamente si se trata de una persona moral nacional.

En caso de que los solicitantes sean 2 o más personas morales, marque la opción **Continúa en anexo** y requísitela Hoja adicional complementaria "Datos Generales de las Personas", tantas veces sea necesario.

Domicilio del solicitante. Anote en el recuadro correspondiente los datos completos del domicilio del solicitante. Los campos **Entre calles** y **Calle posterior** son opcionales.

Domicilio para oír y recibir notificaciones. Recuerde que conforme al Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, este domicilio debe ubicarse dentro del territorio nacional.

Anote en el recuadro correspondiente los datos completos del domicilio para oír y recibir notificaciones, conforme a las instrucciones para el domicilio contenidas en esta forma.

Notificación por Gaceta de la Propiedad Industrial. La Gaceta puede consultarse en el Sistema de Información de la Gaceta de la Propiedad Industrial (SIGA), disponible en la página electrónica de este Instituto: www.gob.mx/mpi

Datos del signo. Marque con una X la casilla que corresponda.

La **Marca de Certificación se compone por una Indicación Geográfica**. Si elige presentar una solicitud para Registro de Marca de Certificación, y si ésta contiene en su denominación una Indicación Geográfica, entonces marque con una X.

Fecha de primer uso. Señale la fecha a partir de la cual el signo se ha usado en forma ininterumpida. En su caso, marque con una X la opción correspondiente a **No se ha usado. Una vez indicada esta fecha no podrá modificarse.**

Clase. Cuando la conozca, anote en el recuadro el número de la clase (1 o 2 dígitos) que corresponda a los productos o servicios para los que solicita el registro. En caso de duda puede consultar la Clasificación de Productos y Servicios para el registro de las Marcas (Clasificación de Niza) vigente, disponible en la página electrónica de este Instituto: www.gob.mx/mpi

Productos o Servicios/Giro preponderante, en el caso de Nombre Comercial. Proporcione la información necesaria, conforme al tipo de signo que está solicitando. En caso de que el espacio en la forma le resulte insuficiente, marque la opción **Continúa en anexo** y presente en una hoja separada el resto de la información en escrito libre.

• Si se trata de una solicitud de Registro de Marca, Registro de Marca de Certificación o Registro de Marca Colectiva, indique el(los) producto(s) o servicio(s) que desea proteger.

• Si se trata de una solicitud de Registro de Aviso Comercial, indique el(los) producto(s) o servicio(s) que quiere anunciar.

• Si se trata de una solicitud de Publicación de Nombre Comercial, indique el giro preponderante del establecimiento. Recuerde que, para acreditar el uso efectivo del nombre comercial, debe anexar una Fe de hechos, en la que el Fedatario Público haga constar el nombre del propietario, giro y ubicación del establecimiento, así como fotografías de la fachada en donde se ostente el nombre de la empresa o establecimiento.

Denominación. En su caso, indique la denominación que desea proteger, ésta debe corresponder con la que aparece en el recuadro **Representación del signo**.

Representación del signo. Anote o adhiera en el recuadro, el signo conforme al tipo solicitado. Tome en cuenta que, por el sólo hecho de presentar la solicitud de registro, se entenderá que se reserva el uso exclusivo del signo, tal y como aparezca en esta solicitud.

• Si se trata de una solicitud de Registro de Marca, Registro de Marca de Certificación o Registro de Marca Colectiva, que sea susceptible de representarse gráficamente, adhiera la etiqueta con medidas no mayores de 10 cm x 10 cm, ni menores de 4 cm x 4 cm. En caso de que contenga alguna denominación, ésta deberá coincidir con la indicada en el rubro **Denominación**.

Elementos sobre los cuales No se solicita protección. Indique sólo las palabras o figuras que aparezcan en la representación del signo solicitado y que no son de uso exclusivo, por ejemplo: Hecho en México, Talla, Ingredientes, Peso, Registro de Salud, etc. En caso de que el espacio en la forma le resulte insuficiente, marque la opción **Continúa en anexo** y presente en una hoja separada el resto de la información en escrito libre.

Transliteración. Indique, en su caso, la transliteración cuando el signo consista total o parcialmente en caracteres no latinos o números no arábigos. En caso de que el espacio en la forma le resulte insuficiente, marque la opción **Continúa en anexo** y presente en una hoja separada el resto de la información en escrito libre.

Traducción. Indique, en su caso, la traducción al español del signo propuesto a registro. En caso de que el espacio en la forma le resulte insuficiente, marque la opción **Continúa en anexo** y presente en una hoja separada el resto de la información en escrito libre.

Ubicación del establecimiento. Requisítela únicamente en caso de haber señalado fecha de primer uso o si se trata de una solicitud de Publicación de Nombre Comercial. Indique el domicilio del establecimiento o negociación relacionado con el signo solicitado, conforme a las instrucciones para el domicilio contenidas en esta forma.

Prioridad reclamada. En caso de reclamar la prioridad derivada de una solicitud de Registro de Marca, Registro de Marca de Certificación o de Registro de Aviso Comercial, presentada previamente en el extranjero, indique los siguientes datos: País u oficina de origen, Número de expediente o registro y fecha de presentación. Al momento de realizar el pago de la tarifa, **no olvide agregar** el concepto correspondiente al estudio y reconocimiento de cada derecho de prioridad que reclame, en relación con la solicitud.

Nombre y firma del solicitante o su mandatario. Anote el nombre completo de la persona que firma la solicitud. En caso de que se trate de una **persona física**, puede firmar el solicitante o su representante legal.

En caso de que se trate de una **persona moral**, indique el nombre de la persona física que está actuando en su representación y firme la solicitud.

Si el poder debe ejercerse de forma conjunta por varios mandatarios, indique los nombres de todos ellos e incluya su firma.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



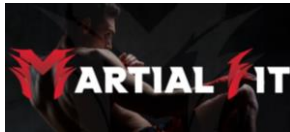
Contacto

Arenal # 550, Pueblo Santa María Tepepan, Xochimilco, 16020, Ciudad de México.
Teléfono: (011) (55) 53-34-07-00 en la Ciudad de México y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario 01-800-570-59-90, extensiones 10088, 10180 y 10181.
Correo electrónico: dinampi@gob.mx



BIBLIOGRAFIA

- Agenda laboral Ciudad de México. (2021) Editorial ISEF
Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Chiavenato, I. (2017). Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones. México, DF: McGraw-Hill.
- De la corte J. 2020 LA FIGURA DEL “COACHING” EN EL AMBITO LABORAL, Derecho y conocimiento, vol.2.
- De Buen L., N. (2019). Derecho del trabajo I. México, DF: Porrúa. ISBN 9786070933530, 660 pp.
- Douglas McGregor, (2017) El lado Humano de Las Empresas: Aplique la teoría “y” para lograr un manejo eficiente de su equipo, Editorial: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.5ta edición ISBN-10:9701058712, 419 pp
- Fernández Ruiz Jorge (2020), Derecho Administrativo y Administración Pública, Editorial Porrúa México, ISBN 9786070935268
- Padrón I., M. Fernández Ruiz Silvestre (2017) Prestaciones Y Servicios Del Imss. Calculo Y Procedimientos. Contiene Las Últimas Modificaciones De La Ley Del Seguro Social / 6 Ed. Editorial Trillas, ISBN:9786071725974, 365 pp.
- Natalia Romero. (2016). La importancia de ser un emprendedor . Revista Recursos Humanos.com
- Gordillo Ozuna Alfredo Andres. (2019), Editorial Flores Editor Y Distribuidor México, ISBN: 9786076107379, 136 pp.
- Hernández Ramos, Eva María; Hernández Barrueco, Luis Carlos, (2020), Editorial Alfaomega, Marge Books ISBN: 9786075385457, 196 pp
- David, F. R. (2013). Conceptos de administración estratégica (14 ed.). Pearson
- Snell Scott, Morris Shad, (2020), Administración de Recursos Humanos, Editorial Cengage Learning México, Toluca, ISBN-10:6075269517 ISBN-13:978-6075269511, 208 pp.
- Alarcón, P. E. L., Castillo, A. J. I., & Quiroz, C. E. G. (2021). La Administración Estratégica: Respuesta A Las Necesidades Actuales De La



Educación. UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria. ISSN 2602-8166, 5(5), 135-142.

Agenda Civil Ciudad de México (2021). Editorial ISEF

Steiner, G. A. (2016). Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber (2nda. ed.). México: Grupo editorial Patria.

Azua Reyes, Sergio T, Barrera Graf, Jorge, (2019), Metodología y Técnicas de la Investigación Jurídica, Editorial Porrúa México, 144 pp ISBN 9789700768410

Agenda laboral Ciudad de México. (2021) Editorial ISEF

Aranzadi Thomson Reuters, (2021), Practicum Sociedades Mercantiles

Ayala Jimenez, Graciela (2017). Temas Selectos de Alta Dirección, México.

Editorial Fontamara, ISBN 9786077361800, 148 páginas.

Castrejon García, Gabino Eduardo (2020) Propiedad Industrial y Derechos de Autor, Flores Editor y Distribuidor, México, ISBN: 978-607-610-906-9, 400 pp

Alarcón, P. E. L., Castillo, A. J. I., & Quiroz, C. E. G. (2021). La Administración

Estratégica: Respuesta A Las Necesidades Actuales De La Educación. UNESUM-Ciencias. Revista Científica Multidisciplinaria. ISSN 2602-8166, 5(5), 135-142.

Agenda Civil Ciudad de México (2021). Editorial ISEF

Azua Reyes, Sergio T, Barrera Graf, Jorge, (2019), Metodología y Técnicas de la Investigación Jurídica, Editorial Porrúa México, 144 pp ISBN 9789700768410

Agenda laboral Ciudad de México. (2021) Editorial ISEF

Aranzadi Thomson Reuters, (2021), Practicum Sociedades Mercantiles

Ayala Jimenez, Graciela (2017). Temas Selectos de Alta Dirección, México.

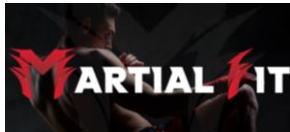
Editorial Fontamara, ISBN 9786077361800, 148 páginas.

Castrejon García, Gabino Eduardo (2020) Propiedad Industrial y Derechos de Autor, Flores Editor y Distribuidor, México, ISBN: 978-607-610-906-9, 400 pp

Editorial, ARANZADI/ CIVITAS ISBN 9788413901589

Barrera Graf Jorge (2020) Instituciones de Derecho Mercantil, Editorial Porrúa, México, ISBN 9789700755113, 924pp

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos



- Código de Comercio 2021 Cavazos, J., & Giuliani, A. (2017). Escalabilidad: Concepto, características y retos desde el emprendimiento comercial y social. Buenos Aires, Argentina: Cuadernos del CIMBAGE.
- Carbonel Miguel (2021). Ley de Concursos Mercantiles con Jurisprudencia 2021, Editorial Tirant Lo Blanch, Mexico, ISBN: 9788413784762, 333 pp
- Castillo Clavero Ana María, y Abad, A. (2018), Dirección de empresas, Editorial México Piramide ISBN 9788436830064, 289 pp
- Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera, A.C. (2020). Normas de Información Financiera. México, DF: IMCP.
- Chiavenato, I. (2017). Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones. México, DF: McGraw-Hill.
- Diaz Bravo Arturo (2017), Derecho Mercantil, México (5ta.Edicion) IURBE editores. ISBN: 9786076160343; Páginas: 488
- De Pina Vara Rafael (2021) Diccionario Jurídico, Editorial Porrúa México. ISBN 9789700769097
- De la corte J. 2020 LA FIGURA DEL “COACHING” EN EL AMBITO LABORAL, Derecho y conocimiento, vol.2.
- DOF. Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor Para el ejercicio fiscal 2017, tabla de tamaño de las empresas
- David, F. R. (2017). Conceptos de administración estratégica. México, DF: Pearson México. ISBN 970-26-0427-3, 368 pp
- De la Mora, Maurice Eyssautier (2017), Mercadotecnia aplicada en las pequeñas y medianas empresas, EDITORIAL TRILLAS SA DE CV, México ISBN: 9786071728272, 208 pp
- De Buen L., N. (2019). Derecho del trabajo I. México, DF: Porrúa. ISBN 9786070933530, 660 pp^[1]
- D Cooter, Robert; Ulen Thomas, Derecho y Economía, (2020) Editorial Fondo de Cultura Economica 3rd, ISBN: 9786071635372, 743 pp
- Fischer, Laura (2016). Mercadotecnia, Mcgraw Hill, México, ISBN: 9786071513922, 360 pp



Douglas McGregor, (2017) El lado Humano de Las Empresas: Aplique la teoría “y” para lograr un manejo eficiente de su equipo, Editorial: McGraw-Hill

Interamericana Editores S.A. de C.V. 5ta edición ISBN-10:9701058712, 419 pp

Ediciones Fiscales ISEF (2018). Agenda de la Propiedad Industrial, Editorial Isef, México, ISBN: 9786074069365, 464 pp.

Fernández Ruiz Jorge (2020), Derecho Administrativo y Administración Pública, Editorial Porrúa México, ISBN 9786070935268

Fernández Ruiz Silvestre (2017) Prestaciones Y Servicios Del Imss. Calculo Y Procedimientos. Contiene Las Ultimas Modificaciones De La Ley Del Seguro Social / 6 Ed. Editorial Trillas, ISBN:9786071725974, 365 pp.

Fischer, Laura (2016). Mercadotecnia, Mcgraw Hill, México, ISBN: 9786071513922, 360 pp

F. R. David (2017). Conceptos de administración estratégica. México, DF: Pearson México. ISBN 970-26-0427-3, 368 pp

Gordillo Ozuna Alfredo Andres. (2019), Editorial Flores Editor Y Distribuidor Mexico, ISBN: 9786076107379, 136 pp.

Huerta Mata, Juan José, David, Fred R, (2017), Conceptos de Administración Estratégica, Editorial PEARSON EDUCACION, ISBN 9786073240192, 404pp

Hernández Ramos, Eva María; Hernández Barrueco, Luis Carlos, (2020), Libro Manual Del Comercio Electronico, Editorial Alfaomega, Marge Books, ISBN: 9786075385457, 196 pp.

ISEF, E. F. (2017). Código Fiscal de la Federación. Ciudad de México, México: Ediciones Fiscales ISEF.

Jalife Daher, Mauricio (2020) La Nueva Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, TIRANT LO BLANCH, México, ISBN: 9788413780030, 300 pp.

Kantis, H., & Drucaroff, S. (2019). Corriendo fronteras para crear y potenciar empresas. Buenos Aires, Argentina: Granica.

Ley General de Sociedades Mercantiles. Cámara de Diputados del H. Congreso.

Ley del Seguro Social 2021. Ediciones Fiscales ISEF

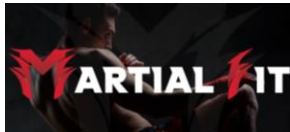


Ortíz Bahena, Miguel Ángel (2017). Ley Federal del Derecho de Autor, Editorial Porrúa México, México, ISBN: 9786070926648, 680 pp

Munch. Lourdes, (2020). Fundamentos de Administracion, Mexico, Editorial Trillas, ISBN: 9786071740410, 305pp

Magaña Rufino, Jose Manuel (2018) derecho de la propiedad industrial en México, Editorial Porrúa México, México, ISBN: 9786070928710,152 pp.

Olay Cheu, Alejandra, (2019), Responsabilidad Social Empresarial, Editorial



CIBERGRAFÍA

<https://www.inegi.org.mx/temas/directorio/> Recuperada el 12 de octubre 2021
EduCaixa Talks Liderazgo: el liderazgo transformador- YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=IMuHdF2hjNs> Recuperada el 12 de octubre 2021
Justicia us Law, suscripciones gratuitas al boletín informativo Justicia 2021
<https://law.justia.com/subscribe> Recuperada el 12 de octubre 2021.
Mohamed Salah, A. (2018). Gestión de la documentación de constitución y de contratación de la empresa. ADGG0308. IC Editorial.
<https://elibro.net/es/lc/escasto/titulos/59260> Recuperada el 12 de octubre 2021
Real Academia de la Lengua Española. (2021). Concepto de Empresa. Obtenido de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=janNkBC11DXX20uKjLKs>
Recuperada el 12 de octubre 2021
Tendencias de e-commerce para 2021 Obtenido de Merca 2.0.
<https://www.merca20.com/tendencias-de-e-commerce-para-2021/> Recuperada el 12 de octubre 2021
AEC. (2019). Evaluación de desempeño. Obtenido de Aec.es:<https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/evaluacion-de-desempeño>.
Recuperada el 12 de octubre 2021
Autodiagnóstico de actitudes emprendedoras 23/09/2019
<https://autodiagnosticos.ipyme.org/Emprendedores/Autodiagnostico/Accesibilidad>
Recuperada el 13 de octubre 2021
Baron, L. E. (3 de septiembre de 2021). Las Habilidades del Emprendedor. Obtenido de Mercadeo Global: <https://mercadeoglobal.com/blog/las-habilidades-del-emprendedor>
Recuperada el 12 de octubre 2021- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (18 de mayo de 2021). Ley de la Propiedad Industrial. Obtenido de www.diputados.gob.mx Recuperada el 12 de octubre 2021
Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (14 de junio de 2018 ULTIMA REFORMA). Ley General de Sociedades Mercantiles. Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/144_140618 Recuperada el 12 de octubre 2021
Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Última Reforma Publicada 31-072021 Ley Federal del Trabajo. Obtenido de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/125_310721.pdf Recuperada el 12 de octubre 2021
Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (24 de enero de 2020). Ley General de Salud. Obtenido de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4652777&fecha=07/02/1984#:~:text=%2DLa%20presente%20Ley%20reglamenta%20el,Federaci%C3%B3n%20y%20las%20entidades%20federativas Recuperada el 12 de octubre 2021
Castro, S. (2 de mayo de 2016). México Enciclopedia Jurídica Online. Obtenido de mexico.leyderecho.org: <https://mexico.leyderecho.org/fedatario-publico> Recuperada el 12 de octubre 2021



Creación de la empresa, portal PyME 2021 <http://www.ipyme.org/ES/CFinanciacion/Paginas/Financiacion.aspx>

Bizneo. (s.f.). Bizneo blog. Obtenido de Políticas de Recursos Humanos: tipos y cómo implantarlas: https://www.bizneo.com/blog/politicas-de-recursos-humanos/#Que_son_las_politicas_de_Recursos_Humanos_de_una_empresa Camara de Diputados. (30 de 12 de 2021). Diputados . Obtenido de Código de comercio: https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Codigo_de_Comercio.pdf

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2018, 14 de junio). Ley General de Sociedades Mercantiles. Diario Oficial de la Federación. Obtenido de <https://www.diputados.gob.mx/>

Concepto de. (2013-2020). Creatividad. Obtenido de Concepto de: <https://concepto.de/creatividad-2/>

Conocimientos web.net. (10 de diciembre de 2014). Obtenido de <https://conocimientosweb.net/portal/article2654.html>

Core Global Partners. (s.f.). Core Global Partners. Obtenido de ¿Qué es la gestión del talento humano?: <https://coreglobalpartners.com.pe/que-es-la-gestion-del-talento-humano/>

Douglas da Silva. (17 de febrero de 2021). Manejo de conflictos: estrategias prácticas de resolución. Obtenido de Blog de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/manejo-de-conflictos-estrategias-practicas-de-resolucion/>

El Financiero. (16 de Enero de 19). 7 de cada 10 mexicanos ya apuestan por una alimentación más saludable: Nielsen. Obtenido de El Financiero: <https://www.elfinanciero.com.mx/buena-vida/7-de-cada-10-mexicanos-ya-apuestan-por-una-alimentacion-mas-saludable-nielsen/>

El Financiero. (19 de Octubre de 2021). Estas son las ciudades en donde se sienten más seguros los mexicanos. Obtenido de El Financiero: <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/2021/10/19/estas-son-las-ciudades-en-donde-se-sienten-mas-seguros-los-mexicanos/>

Enciclopedia Jurídica. (s.f.). Enciclopedia Jurídica. Obtenido de Rehabilitación : <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/rehabilitacion/rehabilitacion.htm>

Escuela ERGON. (14 de 09 de 2021). Escuela Ergon . Obtenido de ¿Qué es la administración de personal?: <https://escuelaergon.lat/administracion-personal-objetivos-caracteristicas/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20de%20personal%20pretende,metas%20planteadas%20por%20la%20direcci%C3%B3n.>

Gabriel Roncancio. (2022). Que es la planeación estratégica y para sirve. Obtenido de Pensemos S.A.: <https://gestion.pensemos.com/que-es-la-planeacion-estrategica-y-para-que-sirve>



Hernández, M. d. (12 de febrero de 2017). Obtenido de <http://itmadministracionestrategica.blogspot.com/2017/02/12-elementos-de-la-administracion.html>

Infoautonomos . (s.f.). Sociedad en comandita simple: características y requisitos. Obtenido de Infoautonomos : <https://www.infoautonomos.mx/sociedades/sociedad-en-comandita-simple/>

Infoautonomos . (s.f.). Sociedad en nombre colectivo: características. Obtenido de Infoautonomos : <https://www.infoautonomos.mx/sociedades/sociedad-nombre-colectivo-caracteristicas/>

Infoautonomos. (s.f.). Sociedad por Acciones Simplificada: características. Obtenido de Infoautonomos: <https://www.infoautonomos.mx/sociedades/sociedad-acciones-simplificada-caracteristicas/>

Investigaciones jurídicas UNAM. (s.f.). Investigaciones jurídicas UNAM. Obtenido de Manual de introducción al derecho mercantil: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3259/5.pdf>

Parra, Y. M. (s.f.). Gestipolis. Obtenido de Administración de personal, definición, objetivos y estructura: <https://www.gestipolis.com/administracion-de-personal-definicion-objetivos-y-estructura/#:~:text=La%20administraci%C3%B3n%20de%20personal%20busca,objetivos%20planteados%20por%20la%20direcci%C3%B3n.>

Rita Colina. (s.f.). Emprendiendo Historias. com. Obtenido de <https://www.emprendiendohistorias.com/que-es-un-emprendedor/#:~:text=Definici%C3%B3n%20seg%C3%BAn%20Gifford%20Pinchot%3A&text=Para%20%C3%A9l%20un%20emprendedor%20%E2%80%9Ces,a%20partir%20de%20esas%20acciones.>

RSM. (10 de 03 de 2020). RSM Global. Obtenido de 5 Objetivos de la gestión de talento humano: <https://www.rsm.global/peru/es/aportes/blog-rsm-peru/5-objetivos-de-la-gestion-de-talento-humano-0>

Sánchez, I. R., Pérez, Y. A., & Gómez, S. T. (agosto de 1999). Scielo. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94351999000200008

Secretaria de Economía . (s.f.). Empresas. Obtenido de Economía : <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas>

Secretaria de educación, ciencia, tecnología e innovación. (31 de MARZO de 2020). EN EL PAÍS, 75 DE CADA 100 MEXICANOS TIENEN SOBREPESO U OBESIDAD. Obtenido de SECTEI: <https://sectei.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/en-el-pais-75-de-cada-100-mexicanos-tienen-sobrepeso-u-obesidad>



Sepúlveda, M. (15 de 01 de 2021). Para que sirven los estatutos de una empresa. Obtenido de Zarate Abogados : <https://zarateabogados.com/2021/01/15/para-que-sirven-los-estatutos-de-una-empresa/>

Servicio Nacional de Empleo . (s.f.). Cualidades que necesitas para ser un buen emprendedor. Obtenido de Observatorio Laboral:
https://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/preparate-empleo/Emprendedores_

Strickland, T. A. (s.f.). Gestión Empresarial. Obtenido de Dirección y Administración Estratégicas. México. McGraw-Hill.:
<https://sites.google.com/site/materiagestionestrategica1/registry-1/cuadro-comparativo/unidad-1/actividad-1>

Universia. (12 de julio de 2020). 16 habilidades de un emprendedor de éxito. Obtenido de Universia: <https://www.universia.net/co/actualidad/habilidades/16-habilidades-emprendedor-exito-1009327.html>