

# CERTIFICADO

## Registro Público del Derecho de Autor

Para los efectos de los artículos 13, 162, 163 fracción I, 164 fracción I, 168, 169, 209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal del Derecho de Autor, se hace constar que la **OBRA** cuyas especificaciones aparecen a continuación, ha quedado inscrita en el Registro Público del Derecho de Autor, con los siguientes datos:

**AUTOR:** MEJIA TREJO JUAN  
**TITULO:** APARATO PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACION EN LA EVALUACION DE LAS ESTRATEGIAS MERCADOTECNICAS RESPECTO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MEDIANTE EL METODO DE DESARROLLO DE LA INNOVACION PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS BASADOS EN EL VALOR  
**RAMA:** PROGRAMAS DE COMPUTACION  
**TITULAR:** MEJIA TREJO JUAN

Con fundamento en lo establecido por el artículo 168 de la Ley Federal del Derecho de Autor, las inscripciones en el registro establecen la presunción de ser ciertos los hechos y actos que en ellas consten, salvo prueba en contrario. Toda inscripción deja a salvo los derechos de terceros. Si surge controversia, los efectos de la inscripción quedarán suspendidos en tanto se pronuncie resolución firme por autoridad competente.

Con fundamento en los artículos 2, 208, 209 fracción III y 211 de la Ley Federal del Derecho de Autor; artículos 64, 103 fracción IV y 104 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor, artículos 1, 3 fracción I, 4, 8 fracción I y 9 del Reglamento Interior del Instituto Nacional del Derecho de Autor, se expide el presente certificado.

---

**Número de Registro:** 03-2020-121814173400-01

---

Ciudad de México, a 26 de febrero de 2021

EL DIRECTOR DEL REGISTRO PÚBLICO DEL DERECHO DE AUTOR

JESUS PARETS GOMEZ

SECRETARÍA DE CULTURA  
INSTITUTO NACIONAL DEL  
DERECHO DE AUTOR  
DIRECCIÓN DE REGISTRO PÚBLICO  
DEL DERECHO DE AUTOR



**CULTURA**  
SECRETARÍA DE CULTURA



**INDAUTOR**  
INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR



SEP-INDAUTOR  
REGISTRO PUBLICO  
03-2020-121814173400-01

# APARATO PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACION EN LA EVALUACION DE LAS

No. REGISTRO: 03-2020-121814173400-01  
TITULO : APARATO PARA EL PROCESAMIENTO DE  
INFORMACION EN LA EVALUACION DE LAS  
ESTRATEGIAS MERCADOTECNICAS RESPECTO A LA  
TIPO TRAMITE : REGISTRO DE OBRA  
PRESENTACION: CD ROM

  
INDAUTOR  
Instituto Nacional del Derecho de Autor

DE LAS  
EFFECTO  
M  
DE  
PRO-

<sup>- MP3</sup>  
• Videojuegos **QUE EL VALOR PATENTE 4**

1 Disc | 4,7 GB | 120 min | 16X

**APARATO PARA EL PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN EN LA EVALUACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS MERCADOTÉCNICAS RESPECTO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MEDIANTE EL MÉTODO DE DESARROLLO DE LA INNOVACIÓN PARA PRODUCTOS Y SERVICIOS BASADOS EN EL VALOR**

5

**CAMPO DE LA INVENCION**

La presente invención, se circunscribe como complemento de las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la **MX/a/2014/001057** de Mejía, considerando sus componentes y definiciones en torno a los especialistas en mercadotecnia (**EM**), ingenieros desarrolladores de producto (**IDP**) y la alta dirección (**AD**) de una firma, para ser integrados a tiempo, en la propuesta final de un producto y/o servicio orientado a innovación (**PSOal**) que a nivel concepto, parte previamente de la definición de diversos atributos y características detectadas como percepciones del consumidor (**PdC**), que se analizan para determinar la estrategia mercadotécnica de introducción al mercado y sus consecuencias a nivel responsabilidad social empresarial (**RSE**). Se describen dos conceptos: el primero, se hace a partir de la descripción de un **aparato** informático que a través de hardware y software, permite ingresar, procesar, almacenar, recuperar y controlar datos para transformarlos en información para y por los **EM\_IDP\_AD**, a la vez de transmitirlos vía alámbrica, fibra óptica e inalámbricamente para interactuar con otros equipos, mediante un **sistema** de cómputo. El segundo, describe un **método** complementario a las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la **MX/a/2014/001057** de Mejía, donde los **EM\_IDP\_AD** identifican las diferentes estrategias de mercadotecnia con metas y tácticas a lograr a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización del **PSOal** propuesto para ser evaluadas con indicadores de **RSE** que la firma esté dispuesta a aplicar. Realizar lo anterior, tiene un objetivo doble para la firma: la primera, es la de depurar sus políticas e indicadores de **RSE** así como los atributos y características del **PSOal** diseñado para que ambas, estén alineadas a las estrategias de mercadotecnia de la firma.

## ANTECEDENTES

En el ámbito empresarial, la búsqueda de innovación (OECD, 2005) y estrategias (David y Marion, 2012), son altamente valoradas ya que se constituyen como un conjunto de acciones orientadas a incrementar el desempeño de sus firmas. Así, la planeación estratégica es una de las herramientas que los **EM\_IDP\_AD** utilizan para generarlas y evaluarlas, dado que la ejecución de estrategias logran la rentabilidad y crecimiento mayores al promedio de sus competidores, logrando la ventaja competitiva del sector (Hill y Jones, 2011). Ésta planeación estratégica, involucra la toma de decisiones en distintas actividades de la firma, como la ingeniería, las compras, las ventas, la distribución, etc. Sin embargo, la generación y evaluación de estrategias a nivel mercadotecnia, se tienen consideradas como las que logran ubicar en alto grado el posicionamiento de mercado de un **PSOal**, de la firma (Loudon, *et al.*, 2005; Kotler y Armstrong, 2008;).

Hoy día, se complementan las acciones de innovación y estrategia, con la consideración que tienen las firmas de sus actividades en el diseño de sus **PSOal** y su impacto en los ámbitos: económico, social y ambiental. Innovación y **RSE**, no son contradictorios; constituyen el reto su armonización en el logro de la competitividad empresarial (Midtun y Granda, 2007). Actualmente, las firmas están orientando sus esfuerzos a crear códigos de buen gobierno de la empresa sostenible, la cual se caracteriza porque crea valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general. Las firmas que tienen un comportamiento socialmente responsable diseñan sus estrategias y establecen procedimientos internos de gestión teniendo en cuenta no sólo la dimensión económica de sus acciones sino también la social y la medioambiental en torno a los productos que fabrican y /o servicios que entregan. Así, la **RSE** engloba todas las decisiones empresariales que son adoptadas por razones que a primera vista se encuentran más allá de los intereses económicos y técnicos de la empresa. (Nieto y Fernández, 2004).

### **Lo que no se tiene al momento.**

A pesar de las múltiples ventajas de las obras y sus contenidos mencionados, el aislamiento de cada una de ellas lleva por consecuencia serias desventajas para explotarlo en el desarrollo de un **PSOal** y su relación con las políticas de **RSE**. El relacionar lo anterior, a partir de los resultados proporcionados las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la **MX/a/2014/001057** de Mejía, permite aprovechar los resultados de ésta a fin de asignar prioridad de ejecución de las estrategias de mercadotecnia con el fin de valorar anticipadamente el **PSOal** y su impacto socio político y ambiental, para prever consecuencias de mercado y perfilar mejor las decisiones estratégicas.

### **Ventajas**

Se aprecian entre otras la creación de un **método** y un **aparato de cómputo** con interrelación de bases de datos, capaz de incorporar todos los resultados mencionados en las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la **MX/a/2014/001057** de Mejía, en un proceso sistemático, ordenado y coherente para que los **EM\_IDP\_AD** realicen propuestas de estrategias mercadotécnicas basados en los atributos y características de productos, servicios y marca que caracterizan al **PSOal** a diseñar, a partir de:

- (1) Identificar los factores y su ponderación de acuerdo a las políticas de RSE de la firma
- (2) Identificar los indicadores de las políticas de RSE de la firma
- (3) Identificar las principales estrategias de mercadotecnia a aplicar en la introducción del **PSOal**, diseñado.
- (4) Hacer una valoración cualitativa-cuantitativa de las principales características de innovación del **PSOal**, minuciosa y detallada a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización que afectan a cada una de las políticas de **RSE** involucradas.

En resumen, se obtiene como ventaja principal, explotar los resultados que arrojan las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la

**MX/a/2014/001057 de Mejía**, que crea un **PSOal** con estrategias de mercadotecnia seleccionadas a fin de valorar sus potenciales de introducción a mercado considerando políticas e indicadores de **RSE**.

Se prevé que la presente solicitud es de utilidad para que los **EM\_IDP\_AD**, sean apoyados en la toma de decisiones a fin de que el **PSOal**, responda a cubrir las necesidades del mercado, evitando esfuerzos y costos innecesarios de introducción al mercado.

## 10 REFERENCIAS

- Kotler, P.; Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing.8a. ed.* Pearson Educación de México, S.A. de C.V.: México.
- David, F.R; Marion, F. (2011). *Strategic Management. Concepts and Cases. Ed. 13<sup>th</sup>.* Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall : Upper Saddle River, New Jersey.
- Hill, C. W.; Jones, G. R. (2011). *Administración Estratégica. Un enfoque integral. 2a.Ed.* México: CENGAGE Learning.
- Loudon, D.; Stevens, R.; Wrenn, W. (2005). *Marketing Management. Text and Cases.* Best Business Books and imprint of The Haworth Press, Inc. New York.
- Mejía, T.J. (2013). *Solicitud de Patente No.MX/a/2013/011807.* México. Aparato para el Procesamiento de Información que aplica el Método de Desarrollo de la Innovación para Productos y Servicios basados en el Valor.
- Mejía, T.J. (2014). *Solicitud de Patente No. Mx/a/2014/001033.* Aparato para el Procesamiento de Información en la Determinación del Posicionamiento Competitivo mediante el Método de Desarrollo de la Innovación para Productos y Servicios basados en el Valor.
- Mejía, T.J. (2014). *Solicitud de Patente No. MX/a/2014/001057.* Aparato para el Procesamiento de Información para la Determinación de Estrategias

Mercadotécnicas y Valuación del Riesgo mediante el Método de Desarrollo de la Innovación para Productos y Servicios basados en el Valor.

- Midtun, A.; Granda, G. (2007) *Innovación y responsabilidad social empresarial*. Madrid: Forética
- 5 • Nieto, A.M.; Fernández, G.R. (2004) Responsabilidad Social Corporativa: La última Innovación en Management. *Universia Business Review*
- OECD. (2005). Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd Edition. Paris: Organisation for Economic Cooperation.
- Pressman, D. (2011). Patent It Your Self. Your Step-by-Step Guide to Filing at the  
10 U.S. Patent Office (15 ed.). USA: Nolo.

15

20

25

## DESCRIPCIÓN DE LA INVENCION

- 5 Las referencias de algunos componentes, son tomadas las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, **la MX/a/2014/001033** y **la MX/a/2014/001057 de Mejía**, ya que la presente solicitud, es complementaria a las mencionadas.
- 10 • **Figura 100. Diagrama de flujo sección: menú despliegue carta de desarrollo de la innovación de productos y servicios basados en el valor (DIPSV).** Con el fin de ser explicativos, más no limitativos, se retoma y expone de las solicitudes de patente arriba mencionadas el caso ejemplo de la propuesta de diseño de un **PSOal Laptop**, con atributos, características de producto, servicio representativos a la **voz del consumidor**; marca como **voz de la mercadotecnia** y elemento, sistema, proceso, comercialización y organización como representativos de la **características del PSOal** . El programa inicia desplegando la información, como se describe:
- 15 • **Módulo 100a. Tipo de ejecución: entrada/ consulta/ borrado de datos.** El funcionamiento, consiste en la activación de la **Sección 0.**(Ver **Figura 100**)

**Sección 0: menú despliegue carta desarrollo de la innovación de productos y servicios basados en el valor (DIPSV).** Ésta sección, muestra el menú de opciones que

20 tiene los **EM\_IDP\_AD** para la carga de datos y su procesamiento de acuerdo a los rubros que se enunciarán a continuación, mediante **Diagramas de Flujo, Módulos, Secciones, Partes y Subpartes** que integran al **aparato y método** y que aparece como **Opción 6: Evaluación de las Estrategias Mercadotécnicas respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)** que apoya la toma de decisiones mercadotécnicas, mediante

25 el planteamiento de estrategias y tácticas en el desarrollo de productos y servicios con valor de innovación. Es complementario a las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, **la MX/a/2014/001033** y **la MX/a/2014/001057 de Mejía**, que perfilan atributos y necesidades del consumidor a nivel producto, con cálculo previo de la relación valor-precio, el costo de retención del consumidor y la difusión de la innovación de producto,

mediante el uso de la técnica: desarrollo del valor de la innovación. Además, genera diversas alternativas de estrategias de mercadotecnia con su mapeo mercadotécnico, se seleccionan las consideradas convenientes y se evalúan prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. Todo lo anterior como marco de referencia inicial para describir la presente solicitud.

La **sección 0**, muestra al **módulo 100b**. (Ver **Figura 100**)

• **Módulo 100b. Tipo de ejecución: entrada/ consulta/ borrado de datos (Ver Figura 100)** El funcionamiento se basa en la captura de datos para su ingreso, consulta o baja para diferentes **módulos, partes y subpartes** de la **Figura 101**.

• **Módulo 101a.-Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver Figura 101).** El funcionamiento se basa en realizar las siguientes **partes y subpartes**:

15 **6.1.- Parte Matriz Evaluación de las Estrategias de Mercadotecnia del PSOal vs. los parámetros de Responsabilidad Social Empresarial (MEEMRSE). (Ver Figura 102 con datos caso ejemplo)**

POLITICAS DE LA RSE	INDICADORES DE LA RSE	PROBABILIDAD APLICACION DE LA RSE	INTENSIDAD DE LA RSE: 1.-BAJA 2.-MEDIA 3.-ALTA	PONDERACION	ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNICA DE INNOVACION					TOTAL
					ESTRATEGIA 1					
					CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN					
					E	S	Pr	C	O	
META	META	META	META	META	TOTAL					
TACTICAS	TACTICAS	TACTICAS	TACTICAS	TACTICAS						
A).- Responsabilidad Discrecional	RSE 1.- Calidad de vida en la empresa	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50
	RSE 2.-Ética empresarial	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50
	RSE 3.-Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
	Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15
	RSE 4.-Cuidado y preservación del ambiente	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50
<b>20.00</b>										

B).- Responsabilidad Ética	RSE 5.- Consideraciones Económicas	0.06	3.00	0.18	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	10.00
	Subtotal	0.06		0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.90	
	RSE 6.-Reputación o Marca	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15	
C).- Responsabilidad Legal	RSE 7.-Innovación y Aprendizaje	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	10.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 8.-Motivación al Empleado	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15	
D).- Responsabilidad Económica	RSE 9.-Adminstración o Reducción del Riesgo	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	30.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 10.- Relaciones estrechas con los proveedores	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 11.- Acceso a Capital o Incremento de Valor a los Participantes	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 12.- Mejora en la posición de Mercado	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 13.- Mejora en la relación con el Estado	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15	
	RSE 14.- Ahorro en Costos	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
<b>TOTAL</b>		<b>1.00</b>			<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>15.00</b>	<b>70.00</b>
							<b>15.00</b>			<b>15.00</b>	
Notas: E-ELEMENTO; S.-SISTEMA; Pr.-PROCESO; C.-COMERCIALIZACION; O.- ORGANIZACIONAL; MT.-METAS ESPECIFICAS ; TK.-TACTICAS ESPECIFICAS											

#### Notas ejemplo (Ver Solicitud de Patente MX/a/2014/001057Figuras 102 y 104)

#### Estrategias:

- 5 1.-¿Qué acciones se deben realizar para MAXIMIZAR el DESEO del Consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?
- 2.-¿Qué acciones se deben realizar para MAXIMIZAR el DESEO del Consumidor y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?
- 10 3.-¿Qué acciones se deben realizar para MAXIMIZAR el DESEO del Consumidor y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO para introducir el producto en el mercado?
- 4.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR el PRECIO COSTOSO y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?
- 5.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR el PRECIO COSTOSO y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO a introducir en el mercado?
- 15 6.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la DISTRIBUCION COSTOSA y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?
- 7.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la DISTRIBUCION COSTOSA y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO a introducir en el mercado?
- 8.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la ETICA CUESTIONABLE y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?
- 20 9.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la ETICA CUESTIONABLE y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO a introducir en el mercado?
- 10.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR el PRECIO COSTOSO y AUMENTAR el gusto del consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?
- 25 11.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR a DISTRIBUCIÓN COSTOSA y AUMENTAR el gusto del consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?

12.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la ETICA CUESTIONABLE y AUMENTAR el gusto del consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?

**META/TACTICA**

- 5 **A.-CPU EFICACIA DE VELOCIDAD DE DISIPACION DE CALOR MEJORA CON EL DISEÑO DE CARCAZA CON AUMENTO DE 0.05 mm EN LAS VENTILAS LATERALES CON INCREMENTO PREVIO DE ENERGÍA.**  
**A1.-**Incremento del 10% de la ergonomía del diseño.  
**A2.-**Realizar Alianza y/o Fusiones con otras Firmas que representan el 15% del mercado.  
**A3.-**Mejorar la tecnología actual con resucción inicial de costos del 5% en N+2 con ingenieros de Alianza  
10 **A4.-**Probar nuevos elementos más económicos que reduzcan costos al 15%
- B.-FUNCIONALIDAD DEL ALMACENAMIENTO MASIVO MEJORA CON INCREMENTO DE CAPACIDAD DE MEMORIAS DE DISCO DURO A 1 TB CON AUMENTO DE PROCESAMIENTO DE RELOJ A 1.8 GHZ.**  
**B1.-**Equipar la unidad con memorias de 1TB y 40% menos peso.  
**B2.-**Confirmar pruebas de nuevos diseños de almacenamiento de 1TB  
15 **B3.-**Confirmar componentes complementarios económicos al 10%
- C.-REDUCCION DE LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ES POSIBLE CON REDUCCIÓN DE MEDIDAS ORIGINALES 17"<7.8 lbs a 14"<5.27 lbs.**  
**C1.-**Sustitución paulatina del 10% de maquinaria de mayor precisión en el armado de ventilación y memoria con reducción de tiempos del 20%.  
20 **C2.-**Acelerar la implementación de las nuevas dimensiones del producto para el mes N+4.  
**C3.-**Revisar y acelerar nuevos procesos de introducción de nuevas medidas a N+4.  
**C4.-**Anunciar nuevos procesos con las fusiones o alianzas próximas. Proponer ahorro en tiempo de proceso del 10%-
- D.-UTILIZACION DE ECOMATERIALES SE REALIZA MEDIANTE UTILIZACION DE MATERIALES RECICLABLES COMPATIBLES CON ISO 14000.**  
25 **D1.-**Verificación de materiales y certificaciones Nacional y Mundial  
**D2.-**Incremento del 15% de publicidad masiva al consumidor sobre las ventajas del actual core y su relación con los ecomateriales.  
**D3.-**Anunciar las ventajas del actual modelo, principalmente en la velocidad de acceso y gráficos, mientras se consolidan las alianzas y/o fusiones para adquisición de nuevos materiales.  
30 **D4.-**Anuncio publicitario de los nuevos materiales que incorporará la firma en N+3  
**D5.-**Evidenciar que la competencia tiene dificultades para incorporar ecomateriales por certificación no comprobada.  
**D6.-**Incrementar la velocidad de la logística en un 10%.  
**D7.-**Anunciar alianzas de contrapeso con base a la logística en un incremento del 10% de su velocidad.  
35 **D8.-**Incorporarse a asociaciones de monitoreo de ética que fomenten la tecnología actual a nivel mundial  
**D9.-**Incrementar publicidad de la ética actual evidenciando a alianzas y fusiones con daño a la sociedad a nivel mundial  
**D10.-**Incrementar 30% publicidad de campo para mejorar la PdC sobre el nuevo producto.  
**D11.-** Mejorar la comunicación con empresas de logística.  
40 **D12.-** Realizar convenios con organismos de RSC que den testimonio de procesos de fabricación.
- E.-OUTSOURCING DE DISEÑO SW PARA COMUNICACIÓN INALÁMBRICA MEDIANTE CONTRATO DE DISEÑO DE SW CON DESARROLLADORES UBICADOS EN MÉXICO Y LA INDIA.**  
**E1.-**Perfilamiento de candidatos de México y la India hasta lograr 100 ingenieros.  
45 **E2.-**Alianza con fabricantes que soporten la cadena de valor de la fabricación del actual modelo a un 30%.  
**E3.-**Revisión de capacitación y entrenamiento del 30% de ingenieros outsourcing  
**E4.-** Revisión de disminución de costos un 5% de fabricación por el outsourcing requerido

**FIGURA 102**

Aquí se muestran las estrategias mercadotécnicas que los **EM\_IDP\_AD**, consideran convenientes para probar, seleccionando **metas, tácticas** (propuesta de especificaciones tecnológicas del **PSOal**), **recursos** necesarios, **responsable, fecha** además del **tipo de táctica** a plantear, que de acuerdo a Hill y Jones (2011) se identifican como: **funcionales** (las que dependen de cada uno de los departamentos de la firma orientados a elevar el valor, la calidad, la eficiencia y la innovación); **negocios** (que permiten verificar el proceso interno de cómo se realizan los productos y los servicios en torno al valor agregado que se le entrega al consumidor); los **corporativos** (aquellos que tienen que ver con la **AD** deciden la estrategia de compra, venta, fusión, etc. Como tácticas empresariales, así como la incursión a nuevos segmentos con nuevos productos) y las **globales** (aquellas que implican a la ad para incursionar en otros países del orbe). Para realizarlo, se toma en cuenta las siguientes partes:

**6.1.1.-Subparte Selección y confirmación de las Políticas de la RSE:** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM) proveniente de la solicitud de patente MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre el diseño del **PSOal**, con desglose detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar cuáles **políticas de RSE** se evaluarán respecto de las estrategias y tácticas de mercadotecnia requeridas y que la firma decida.

**6.1.2.-Subparte Selección y confirmación de los Indicadores de RSE :** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM) proveniente de la solicitud de patente MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre el diseño del **PSOal**, con desglose detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia,

impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar cuáles **indicadores de RSE** se evaluarán respecto de las estrategias y tácticas de mercadotecnia requeridas y que la firma decida.

5 **6.1.3.-Subparte Selección y confirmación de la Probabilidad de la aplicación del Indicador de RSE:** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM) proveniente de la solicitud de patente MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre  
10 el diseño del **PSOal**, con desglose detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar qué **probabilidades existen de aplicar los indicadores de RSE** que se evaluarán respecto de las estrategias y tácticas de mercadotecnia requeridas y que la firma decida. La suma de todas las probabilidades  
15 es 1.00.

**6.1.4.-Subparte Selección y confirmación de la Intensidad de la aplicación del Indicador de RSE:** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM) proveniente de la**  
20 **solicitud de patente MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre el diseño del **PSOal**, con desglose detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar qué **intensidad de aplicación**  
25 **se dará a los indicadores de RSE** que se evaluarán respecto de las estrategias y tácticas de mercadotecnia requeridas y que la firma decida. Su valor es 3= Alto; 2= Medio; 1= Bajo.

5 **6.1.5.-Subparte Selección y confirmación de Estrategia de Mercadotecnia a analizar respecto a la RSE:** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM)** proveniente de la **solicitud de patente MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre el diseño del **PSOal**, con desglose detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar qué **estrategias de mercadotecnia** se evaluarán respecto a los indicadores y políticas de la **RSE** que la firma  
10 decida.

15 **6.1.6.-Subparte Selección y confirmación de las Características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a la RSE:** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM)** proveniente de la **solicitud de patente MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre el diseño del **PSOal**, con desglose detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar qué  
20 **características de la innovación del PSOal a nivel de: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización serán evaluados** respecto a **los indicadores de RSE** de acuerdo a las estrategias y tácticas de mercadotecnia requeridas y que la firma decida.

25 **6.1.7.- Subparte Selección y confirmación de las Metas y Tácticas asociadas a la Estrategia de Mercadotecnia a analizar respecto de la RSE:** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM)** proveniente de la **solicitud de patente MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre el diseño del **PSOal**, con desglose

5 detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar qué **metas y tácticas asociadas a las estrategias de mercadotecnia** se evaluarán respecto a los **indicadores y políticas de la RSE** que la firma decida.

10 **6.1.8.-Subparte Selección de probabilidad de ocurrencia del cruce Indicador de RSE vs. las Características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a la RSE:** a partir del resultado obtenido de la **5.1.-Parte: Matriz de la Definición Estrategias y Tácticas de Mercadotecnia (MDETM)** proveniente de la solicitud de patente **MX/A/2014/001057 de Mejía**, los **EM\_IDP\_AD** cuentan con una serie de estrategias de mercadotecnia que responden a cada una de las alternativas sobre el diseño del **PSOal**, con desglose detallado de prioridades, capacidad de reacción de la firma, probabilidad de ocurrencia, impacto y riesgo de la estrategia evaluada. El **EM\_IDP\_AD**, está en posición de seleccionar y confirmar qué **probabilidades de ocurrencia de las políticas e indicadores de la RSE con las características de la innovación a nivel: elemento, servicio, proceso, comercialización y organización** que la firma decida.

- 20 • **Módulo 101b.- Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver Figura 102, caso ejemplo).**
- (Ver **Figura 102**). El funcionamiento se basa en realizar las siguientes partes:  
**Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver Figura 102, caso ejemplo).**

25 **6.1.9.-Subparte: Cálculo Ponderación de Probabilidad e Intensidad del Indicador RSE:** Por cada indicador de **RSE**, se realiza la ecuación: **probabilidad aplicación\* la Intensidad de la aplicación del Indicador de RSE** citadas en las **subpartes 6.1.3. y 6.1.4**, respectivamente.

**6.1.10.-Subparte Cálculo de la Ponderación de probabilidad de ocurrencia del cruce Indicador de RSE vs. las Características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a la RSE:** Por cada indicador RSE, se realiza la ecuación: **probabilidad de ocurrencia del cruce Indicador de RSE vs. las características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a la RSE a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización \* ponderación de probabilidad e intensidad del Indicador RSE\*** obtenidas de la **Subparte 6.1.8 y 6.1.9.**

**6.1.11.-Subparte Cálculo de Sumas Parciales y Totales:** Se realiza la ecuación sumas parciales de las **subpartes: 6.1.8 y 6.1.10** respetivamente, por **indicador de RSE**. Se realiza la ecuación sumas parciales de las **subpartes: 6.1.8 y 6.1.10** respetivamente, por **orientación de la RSE**, respectiva. Sin ser restrictivo y sí ejemplificativo, por estrategia de mercadotecnia analizada y **orientación de RSE**, se estima las característica de innovación con un **máximo de 70 puntos**. A nivel de ponderación, las características de innovación en conjunto con las **políticas de RSE**, se estima las características de innovación con un máximo de **15 puntos**. Se toma en cuenta las sumas parciales que en el ejemplo son **1.5** . A partir de estos niveles máximos, el **EM\_IDP\_AD**, tiene la posición de decidir en qué niveles la firma se tiene en capacidades y recursos para validar si el **PSOal**, conserva o no sus características para introducirse en el mercado.

**Módulo 101c.- Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento de datos.** En la que se despliega de manera visual en pantalla y/o documento impreso, la matriz resultante, con confirmación guardado de datos. El funcionamiento se basa en realizar las siguientes partes:

**6.1.12.- Matriz Evaluación de las Estrategias de Mercadotecnia del PSOal vs los parámetros de Responsabilidad Social Empresarial (MEEMRSE)**

**Módulo 103a.-Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. (Ver Figura 103).** El funcionamiento se basa en realizar las siguientes partes:

Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos.

6.2.- Parte Matriz Resumen de Cuantificación de la Innovación del PSOal y la RSE (MRCIRSE).(Ver Figura 104, con datos caso ejemplo)

DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA MERCADOTÉCNICA EVALUADA																	
TIPO DE INNOVACIÓN	META	TÁCTICA	RS E1	RS E2	RS E3	RS E4	RS E5	RS E6	RS E7	RS E8	RS E9	RSE 10	RSE 11	RSE 12	RSE 13	RSE 14	CAL IF. TOT .
DE ELEMENTO	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE SISTEMA	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE PROCESO	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE ORGANIZACIÓN	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE MERCADOTÉCNICA	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
<b>TOTAL DE LA MATRIZ</b>																	<b>70.00</b>

5

**Notas:**

**MT.-**Meta específica

**TK.-**Táctica específica

**FIGURA 104**

10

Aquí se calcula y muestra un concentrado de las calificaciones asignadas a cada una de las características de innovación del **PSOal** en diseño, tales como: elemento, sistema, procesos, comercialización y organización contra cada una de las orientaciones de **RSE**, que la firma decida para evaluar. Se realizan los cálculos como se indica:

15

**6.2.1.-Subparte Cálculo y despliegue de las Características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a los Indicadores de RSE:** Se realiza, por cada característica

de innovación del **PSOal** en diseño, tales como: elemento, sistema, procesos, comercialización y organización y cruce con orientaciones de **RSE**, la ecuación:

**Suma de los datos provenientes de la subparte 6.1.8 / Suma de los datos provenientes de la subparte 6.1.11**

- 5 Son presentados los totales provenientes de las **subpartes: 6.1.8 y 6.1.11**. Son mostrados finalmente: la estrategia, metas y tácticas a nivel de las características de innovación del **PSOal** a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización, con el cruce de evaluación de cada una de las políticas e indicadores considerados por el **EM\_IDP\_AD** de **RSE**, que la firma decide para incursionar, con los subtotales y totales previstos en las
- 10 subpartes arriba mencionadas.

**Módulo 103c.-** Tipo de ejecución del módulo: Procesamiento fin aplicación/sesión. (**Ver Figura 100**). El funcionamiento se realiza mediante la ejecución de:

**F.-**Sección: fin de aplicación/sesión

- 15 **F.1.-**Parte: aviso ejecución fin de la aplicación y fin de la sesión

**Figura 200. Esquema del aparato para el procesamiento de información en la evaluación de las estrategias mercadotécnicas respecto a la responsabilidad social empresarial mediante el método de desarrollo de la innovación para productos y servicios basados en el valor (DIPSV).** Esquema que muestra cómo se soporta el funcionamiento a través del **aparato**, que contiene el **método DIPSV** dentro de un **sistema** de cómputo. Se destaca que las partes de almacenamiento del aparato y método (201) a (213), pertenecen a la **solicitud de patente MX/a/2013/011807**; las partes de almacenamiento (214) a (217) pertenecen a la solicitud de patente **MX/a/2014/001033 de Mejía**; las partes de almacenamiento (218) a (219) a la solicitud de **patente MX/a/2014/001057** siendo la parte de almacenamiento (220) y su algoritmo de ejecución en el cpu, las complementarias y descritas en la presente solicitud. El **método**, que es soportado a través de las características del **aparato descritos en conformidad con las reivindicaciones anteriores**, capaz de interactuar en un **sistema** de cómputo a través de

20

25

unidades de entrada de datos tales como: Esquema que muestra cómo se soporta el funcionamiento a través del **aparato**, que contiene el **método DIPSV** dentro de un **sistema** de cómputo. Así, siendo explicativos y no limitativos se describen como: unidades de entrada de datos (**201**), tales como teclados, mouse, dispositivos hardware/software *touch-screen*, etc.; unidad de procesamiento central (CPU) (**202**) de: doble, cuádruple o cantidades superiores de núcleos (RISC, CISC o similares); Unidad central de almacenamiento con características del **PSOal** (**203**), basado en discos múltiples o estado sólido; el Programa de despliegue del formato de carta **DIPSV** (**204**), el cual es diseñado en lenguaje C++, C# o equivalente a cualquier otro intermedio al lenguaje de máquina;

5    Unidades de despliegue de datos (**205**), tales como *displays*: LCD, LED, Plasma, Teléfonos Inteligentes, etc.; unidad impresora de datos (**206**), del tipo láser o de inyección de tinta; una base de datos voz del consumidor (**207**) que contenga los campos y registros correspondientes a la según el segmento, necesidades, satisfacción de desempeño de los consumidores que se identifique para atender, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido como formato de carta **DIPSV**;

10   una base de datos con costos de manufactura (**208**), que contenga los campos y registros correspondientes, según el tipo de elementos componentes y sistemas que los agrupen como producto que se identifique como satisfactor de las necesidades del consumidor, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido por el formato de carta **DIPSV**;

15   una base de datos voz de la mercadotecnia (**209**), que contenga los campos y registros correspondientes según los atributos y las características del tipo de producto que se identifique como satisfactor de las necesidades del consumidor, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido por el formato de carta **DIPSV**;

20   una base de datos relación valor precio de los productos del mercado (**210**), que contenga los campos y registros correspondientes según los atributos y las características del tipo de producto que se identifique como satisfactor de las necesidades del consumidor, así como la de los competidores, de acuerdo a lo requerido por el formato de carta **DIPSV**;

25   una base de datos con la proyección de la difusión de la innovación (**211**), que contenga los campos y registros correspondientes a la *proyección* del producto propuesta desarrollado, de acuerdo a lo

requerido por el formato de carta **DIPSV**; una subrutina, realizada en lenguaje C++, C# o equivalente a cualquier otro intermedio al lenguaje de máquina que contenga el procesamiento de cálculo **(212)** que determine: *la relación valor-precio, el costo de retención del consumidor y la difusión de la innovación de producto, mediante el uso del*

5 *método desarrollo de la Innovación de productos y servicios basado en el valor (DIPSV)*; finalmente, una red de comunicaciones **(213)** LAN, MAN, WAN soportado por fibra óptica, enlaces inalámbricos de baja y alta velocidad; **(214)** base de datos atraktividad de mercado; **(215)** base de datos evaluación de factores internos/ externos; **(216)** base de datos de perfil competitivo; **(217)** base de datos de matrices **MAXI-MAXI; MINI-MAXI;**

10 **MAXI-MINI; MINI-MINI;** **(218)** base de datos: matriz de definición de estrategias y tácticas de mercadotecnia **(MDETM)**; **(219)** base de datos: matriz cuantificación de la planeación estratégica de la mercadotecnia, la tecnología y el riesgo **(MCPMTR)**. A partir de los datos hasta ahora acumulados, es factible integrar el desglose de estrategias de mercadotecnia que los **EM\_IDP\_AD**, decidan implementar y realizar valoraciones a

15 diferentes escenarios, estrategias, metas y tácticas, correspondientes a cada diseño de **PSOal**. Estas valoraciones incluyen las características e innovación a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización donde le innovación que se evaluarán respecto a indicadores y orientaciones de la **RSE**. Con esto, se tendrán calificaciones que los **EM\_IDP\_AD**, decidirán umbrales operativos y /o de riesgo.

20

25

## DESCRIPCIÓN DE LAS FIGURAS

5 La presente invención se entiende con la siguiente referencia de dibujos a través de los **esquemas, diagramas de flujo y tablas que se muestran en las diversas figuras** que se encuentran en las figuras anteriormente descritas y que ahora se describen a continuación con independencia. A continuación, se lista y describen de los diagramas de flujo de los procesos del **aparato** y el **método** descritos en cada figura para facilitar la comprensión de la presente invención a través de la **figura 100, figura 200 y sus derivaciones: módulo, tipo de ejecución del módulo, sección, partes y subpartes:**

**FIGURA 100.-** Es un diagrama de flujo que muestra:

**Módulo 100a.-** Tipo de ejecución del módulo: entrada /consulta/ borrado de datos, que consta de la **sección, partes y subpartes:**

**Sección 0:** menú despliegue carta desarrollo del valor de la innovación (**DIPSV**), perteneciente a las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la **MX/a/2014/001057** de Mejía, la cual se presenta como **opción 6 dentro** del menú de selección y que conecta con el **módulo 100b.**

**Módulo 100b.-** Tipo de ejecución del módulo: entrada/consulta/borrado de datos, que consta de las **partes y subpartes:**

**Evaluación de las Estrategias Mercadotécnicas respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE),** el cual se compone de las **partes:**

**6.1.-Parte: Matriz Evaluación de las Estrategias de Mercadotecnia del PSOal vs los parámetros de la RSE (MEEMRSE)**

**6.2.-Parte: Matriz Resumen de Cuantificación de la Innovación del PSOal y la RSE (MRCIRSE)**

**Módulo 100c.-** Tipo de ejecución del módulo: Procesamiento fin aplicación/sesión. , que consta de la **sección y parte:**

**F.-Sección:** fin de aplicación/sesión.

**F.1.-Parte:** aviso ejecución fin de la aplicación y fin de la sesión.

**FIGURA 101.-** Diagrama de flujo matriz definición de estrategias y tácticas de mercadotecnia (**MDET**M).

5 **Módulo 101a.-**Tipo de ejecución del módulo: procesamiento de datos. El cual consiste en la siguiente **parte** y **subpartes**:

**6.1.-Parte: Matriz Evaluación de las Estrategias de Mercadotecnia del PSOal vs los parámetros de la RSE (MEEMRSE)**

6.1.1.-Subparte: Selección y confirmación de las Políticas de la RSE

10 6.1.2.-Subparte: Selección y confirmación de los Indicadores de RSE

6.1.3.-Subparte: Selección y confirmación de la Probabilidad de la aplicación del Indicador de RSE

6.1.4.-Subparte: Selección y confirmación de la Intensidad de la aplicación del Indicador de RSE

15 6.1.5.-Subparte: Selección y confirmación de Estrategia de Mercadotecnia a analizar respecto a la RSE

6.1.6.-Subparte: Selección y confirmación de las Características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a la RSE

20 6.1.7.- Subparte: Selección y confirmación de las Metas y Tácticas asociadas a la Estrategia de Mercadotecnia a analizar respecto de la RSE

6.1.8.-Subparte: Selección de probabilidad de ocurrencia del cruce Indicador de RSE vs. las Características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a la RSE

6.1.9.-Subparte: Cálculo Ponderación de Probabilidad e Intensidad del Indicador RSE

25 6.1.10.-Subparte: Cálculo de la Ponderación de probabilidad de ocurrencia del cruce Indicador de RSE vs. las Características de la Innovación del PSOal a analizar respecto a la RSE

6.1.11.-Subparte: Cálculo de Sumas Parciales y Totales

## **6.2.-Parte: Matriz Resumen de Cuantificación de la Innovación del PSOal y la RSE (MRCIRSE).**

- 5 **6.2.1.-Subparte** Cálculo y despliegue de las Características de la Innovación del **PSOal** a analizar respecto a los Indicadores de **RSE**.

**Módulo 101b.-** Tipo de ejecución del módulo: almacenamiento de datos. El cual consiste en la siguiente **parte**:

10 **FIGURA 200.-** Esquema del aparato para el procesamiento de información en la creación de estrategias mercadotécnicas para la toma de decisiones mediante el método de desarrollo de la innovación para productos y servicios basados en el valor (**DIPSV**) dentro de un sistema de cómputo.

15

### **RECOMENDACIONES PARA LA MEJOR EJECUCIÓN DE LA INVENCIÓN**

La ejecución del **aparato para el procesamiento de información en la evaluación de las estrategias mercadotécnicas respecto a la responsabilidad social empresarial mediante el método de desarrollo de la innovación para productos y servicios basados en el valor**, permite a los **EM\_IDP\_AD**, generar alternativas que son evaluadas cualitativa y cuantitativamente para justificar la toma de decisiones de un **PSOal** y respecto de políticas e indicadores que la firma tenga o vaya a tener sobre **RSE**. Para su mejor desempeño se sugiere adaptarlo las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejjá, la **MX/a/2014/001033** y la **MX/a/2014/001057** de Mejjá, a fin de:

- 25 **1.-**Obtener el detalle de las estrategias de mercadotecnia que el **PSOal** produce con diferentes alternativas

2.- Obtener el desglose de características de innovación del **PSOal**, consideradas por cada alternativa a evaluar, a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización.

3.- Determinar y listar las políticas e indicadores de **RSE**, con los cuales las estrategias de mercadotecnia a nivel del punto 2, sean ponderadas y evaluadas.

4.- Verificar las puntuaciones resultantes para que los decisores en la figura de los **EM\_IDP\_AD**, decidan los rangos con los cuales se valorará a la firma si el **PSOal** y la **RSE** son finalmente viables.

10

### ALTERNATIVAS DE USO DE LA INVENCIÓN

La ejecución del **método y aparato para el procesamiento de información en la evaluación de las estrategias mercadotécnicas respecto a la responsabilidad social empresarial mediante el método de desarrollo de la innovación para productos y servicios basados en el valor**, permite a los **EM\_IDP\_AD**:

15

1. A partir de las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la **MX/a/2014/001057** de Mejía, es posible generar de forma sistemática y estructurada las relaciones de las estrategias de mercadotecnia de un **PSOal**, con las políticas e indicadores de **RSE** correspondientes. Así, es posible tener en permanente vigilancia al sistema para actualizar en línea las nuevas disposiciones que se tengan de ambas para realizar una mejor planeación estratégica.

20

2. Con lo anterior, es posible generar una serie de escenarios más completos sobre las estrategias de mercadotecnia del **PSOal** y sus políticas de **RSE**, que permitan calcular costos más detallados de diseño y su impacto económico, social ambiental así como financiero

25

3. Es posible crear interfaces que permitan valorar económicamente, las estrategias y tácticas mercadotécnicas que el presente **método y aparato** proponen, a fin de estimar costos y riesgos inherentes a las tomas de decisiones mercadotécnicas.

## REIVINDICACIONES

Habiendo descrito suficientemente **mi** invención, que **considero** una novedad en el campo de la **RSE** y la generación de estrategias mercadotécnicas para la toma de decisiones en el desarrollo de nuevos productos y servicios. Es complemento las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, **la MX/a/2014/001033 y la MX/a/2014/001057 de Mejía**, de donde son obtenidos previamente, los datos de atributo, características de productos, servicios (**voz del consumidor**), de la marca objetiva y subjetiva (**voz de la mercadotecnia**) y de los elementos, sistemas, procesos, comercialización y organización (**características del PSOal**), que impactan a la firma y a los productos, servicios de la competencia, al considerar la introducción de un **PSOal**, al mercado. Dada la generación de alternativas de mercadotecnia, las cuales han sido calculados sus prioridades, capacidad de reacción, probabilidad de ocurrencia, impacto y zona de riesgo, es posible ponderar en orientación e indicadores de **RSE**, en los que decida incursionar por parte de los **EM\_IDP\_AD** de la firma. Por lo tanto, reclamo de **mi** exclusiva propiedad lo contenido en las siguientes reivindicaciones:

1. Un **aparato** que ejecuta el **método** para el **procesamiento de información en la evaluación de las estrategias mercadotécnicas respecto a la responsabilidad social empresarial mediante el método de desarrollo de la innovación para productos y servicios basados en el valor (DIPSV)** que comprende las etapas:
  - a. Un **módulo del aparato** que presenta el tipo de ejecución del módulo: entrada /consulta/ borrado de datos/ procesamiento de datos a nivel **Sección** que despliega el menú de selección despliegue carta desarrollo del valor de la innovación (**DIPSV**) de las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, **la MX/a/2014/001033 y la MX/a/2014/001057 de Mejía**. Sin ser limitativo, sugiere como **opción 6** el título: **Evaluación de las Estrategias Mercadotécnicas respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**.
  - b. Un **módulo del aparato**, que despliega para alta, consulta, baja y procesamiento de datos de:

- 5
- i. De la **matriz evaluación de las estrategias de mercadotecnia del PSOal vs los parámetros de la RSE (MEEMRSE)**. Ésta matriz presenta al **EM\_IDP\_AD** una serie de estrategias y tácticas de mercadotecnia a características de innovación de **PSOal** a nivel elemento, sistema, procesos, comercialización, organización, los cuales son evaluados en su cruce matricial con una serie de políticas e indicadores de responsabilidad social, que la firma identifique como potenciales a aplicar.
- 10
- ii. De la **matriz resumen de cuantificación de la innovación del PSOal y la RSE (MRCIRSE)**. Ésta matriz, despliega: la estrategia, metas y tácticas a nivel de las características de innovación del **PSOal** a nivel: elemento, sistema, proceso, mercadotecnia y organización, con el cruce de evaluación de cada una de las políticas e indicadores considerados por el **EM\_IDP\_AD** de **RSE**, que la firma decide para incursionar, con subtotales y totales correspondientes.
- 15
- c. **Un módulo del aparato**, que despliega la decisión de continuar cargando información o cerrar la aplicación y/o la sesión.
- 20
2. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice la recopilación de datos a través de la unidad de entrada de datos y/o los provenientes de la base de datos, de las **políticas, indicadores RSE, probabilidad de aplicación donde se realiza procesamiento de ajuste para que la suma total sea 1.00, considerando todos los indicadores RSE e intensidad de las RSE** (1.-Baja; 2.-Media; 3.-Alta) que los **EM\_IDP\_AD**, analizarán de acuerdo a los cruces con los datos que se desglosan en la **reivindicación 3**.
- 25
3. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, en conformidad con la **reivindicación 2** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice: la recopilación de datos a través de la unidad de entrada de datos y/o los provenientes del campo **estrategias de mercadotecnia** las solicitudes de patente **MX/a/2013/011807** de Mejía, la **MX/a/2014/001033** y la

- MX/a/2014/001057 de Mejía**, que presentan las **estrategias, metas, tácticas incluyendo recursos** necesarios, **responsable, fecha** además del **tipo de táctica** a seleccionar por parte de los **EM\_IDP\_AD** sobre las características de innovación del **PSOal**, a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización. Por cada uno de estos últimos, se asigna una **probabilidad de ocurrencia** respecto a las políticas e indicadores de **RSE**, a cruzar.
- 5
4. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, en conformidad con la **reivindicación 2** y la **reivindicación 3** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice: el procesamiento de datos, **cálculo de la ponderación del indicador de RSE**, a través de la ecuación: **probabilidad aplicación de la RSE \* intensidad de la RSE**, por cada política e indicador de **RSE** tomando en referencia las características de innovación del **PSOal**, a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización, del cruce matricial.
- 10
5. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, la **reivindicación 2** la **reivindicación 3** y la **reivindicación 4** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**), realice el procesamiento de datos, **cálculo de los sumas subtotales de la ponderación de los indicadores de RSE**, a través de la ecuación: **probabilidad aplicación de la RSE \* intensidad de la RSE**, de cada política e indicador de **RSE** tomando en referencia las características de innovación del **PSOal**, a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización, del cruce matricial.
- 15
6. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, la **reivindicación 2**, la **reivindicación 3**, la **reivindicación 4** y la **reivindicación 5** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (**CPU**) realice el procesamiento de datos, por cada selección de estrategia, meta y táctica **cálculo de ponderación de las características de innovación** del **PSOal**, a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización **con el indicador de RSE**, a través de las ecuaciones:
- 20
- 25

**probabilidad de ocurrencia elemento\* ponderación del indicador RSE**

**probabilidad de ocurrencia sistema\* ponderación del indicador RSE**

**probabilidad de ocurrencia proceso\* ponderación del indicador RSE**

**probabilidad de ocurrencia comercialización\* ponderación del indicador RSE**

5 **probabilidad de ocurrencia organización\* ponderación del indicador RSE**

7. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, la **reivindicación 2**, la **reivindicación 3**, la **reivindicación 4**, la **reivindicación 5** y la **reivindicación 6** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (CPU) realice el procesamiento de datos, **cálculo de suma subtotal y total de las probabilidades de ocurrencia de las características del PSOal a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización, organización**, de cada una de los **indicadores RSE**.

8. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, la **reivindicación 2**, la **reivindicación 3**, la **reivindicación 4**, la **reivindicación 5** y la **reivindicación 6** y la **reivindicación 7** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (CPU) realice el procesamiento de datos, **cálculo de suma subtotal de la cálculo de ponderación de las características de innovación del PSOal a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización, organización**, de cada una de las **indicadores RSE**.

9. El aparato en conformidad con la **reivindicación 1**, la **reivindicación 2**, la **reivindicación 3**, la **reivindicación 4**, la **reivindicación 5** y la **reivindicación 6** y la **reivindicación 7** y la **reivindicación 8** que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (CPU) realice el procesamiento de datos, **cálculo de suma subtotal y total de las probabilidades de ocurrencia de las características del PSOal a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización, organización**, de cada una de las **políticas RSE**.

10. Todas las reivindicaciones anteriores, presentado en forma tabular mediante un programa fuente que despliega la carta **DIPSV**, en el formato **Matriz Evaluación de**

las Estrategias de Mercadotecnia del PSOal vs los parámetros de Responsabilidad Social Empresarial (MEEMRSE) presentados mediante un programa fuente que despliega la carta DIPSV de las solicitudes de patente MX/a/2013/011807 de Mejía, la MX/a/2014/001033 y la MX/a/2014/001057 de Mejía, que la presente solicitud complementa y se presentan en las unidades de despliegue de datos y/o impresora de datos.

11. El aparato en conformidad con la reivindicación 7 que comprende un código programa fuente que hace que la unidad procesadora de datos (CPU) realice el despliegue resumen de la estrategia, las metas, las tácticas, las características de innovación del PSOal a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización así como la suma total de las ponderaciones por rubro de las políticas RSE. Se despliega matriz características de innovación del PSOal a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización vs. políticas RSE con cálculo por cruce por medio de las ecuaciones:

**suma total probabilidad de ocurrencia de elemento de la RSE/suma de las probabilidades de ocurrencia del total las RSE**

**suma total probabilidad de ocurrencia de sistema de la RSE/suma de las probabilidades de ocurrencia del total las RSE**

**suma total probabilidad de ocurrencia de proceso de la RSE/suma de las probabilidades de ocurrencia del total las RSE**

**suma total probabilidad de ocurrencia de comercialización de la RSE/suma de las probabilidades de ocurrencia del total las RSE**

**suma total probabilidad de ocurrencia de organización de la RSE/suma de las probabilidades de ocurrencia del total las RSE**

12. La reivindicación 11, presentado en forma tabular mediante un programa fuente que despliega la carta DIPSV, en el formato **matriz resumen de cuantificación de la innovación del PSOal y la RSE (MRCIRSE)** presentados mediante un programa fuente que despliega la carta DIPSV de las solicitudes de patente MX/a/2013/011807 de Mejía, la MX/a/2014/001033 y la MX/a/2014/001057 de Mejía, que la presente

solicitud complementa y se presentan en las unidades de despliegue de datos y/o impresora de datos.

5

10

15

20

25

## RESUMEN

Este invento, describe un **método** y **aparato** en hardware y software para: ingresar, procesar, almacenar, recuperar, controlar y transmitir datos mediante un **sistema** de cómputo. El **método** y **aparato**, son complementarios a las solicitudes de patente 5 **MX/a/2013/011807** de Mejía, **la MX/a/2014/001033** y **la MX/a/2014/001057 de Mejía**, en el **procesamiento de información en la evaluación de las estrategias mercadotécnicas respecto a la responsabilidad social empresarial mediante el método de desarrollo de la innovación para productos y servicios basados en el valor (DIPSV)**.

Los **EM\_IDP\_AD** seleccionan información previa cuantitativa-cualitativamente de las 10 estrategias, metas y tácticas sobre las características de innovación del **PSOal** a nivel: elemento, sistema, proceso, comercialización y organización. Se ponderan contra las políticas e indicadores de **RSE** de la firma. Así, se logra prever diseños de **PSOal** y las estrategias mercadotécnicas resultantes, para lanzamiento o no al mercado. Lo anterior brinda la posibilidad de analizar diversos escenarios, diseños y alternativas, con ahorro de 15 costos. Como apoya lo anterior, se crean dos matrices: Matriz Evaluación de las Estrategias de Mercadotecnia del PSOal vs los parámetros de la **RSE (MEEMRSE)** y la Matriz Resumen de Cuantificación de la Innovación del **PSOal** y la **RSE (MRCIRSE)**.

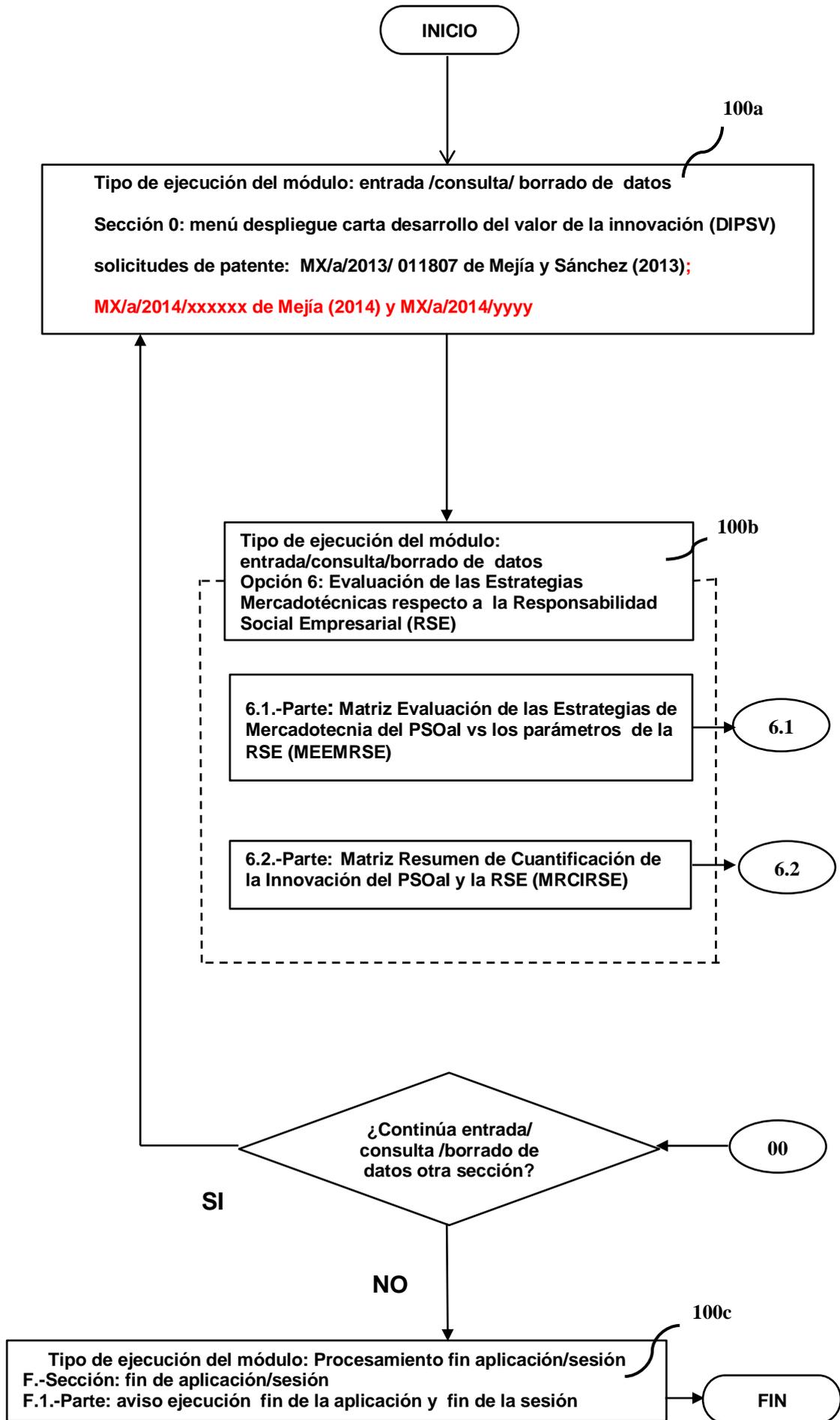
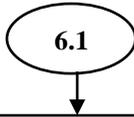
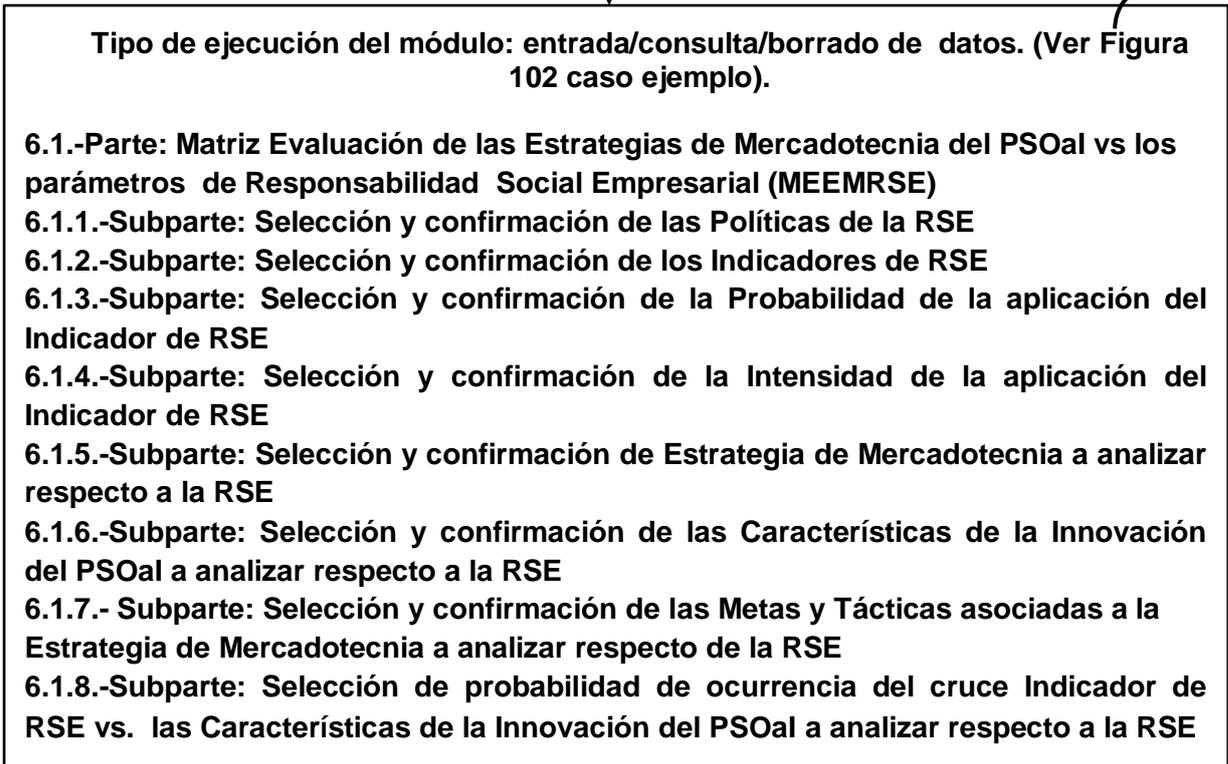


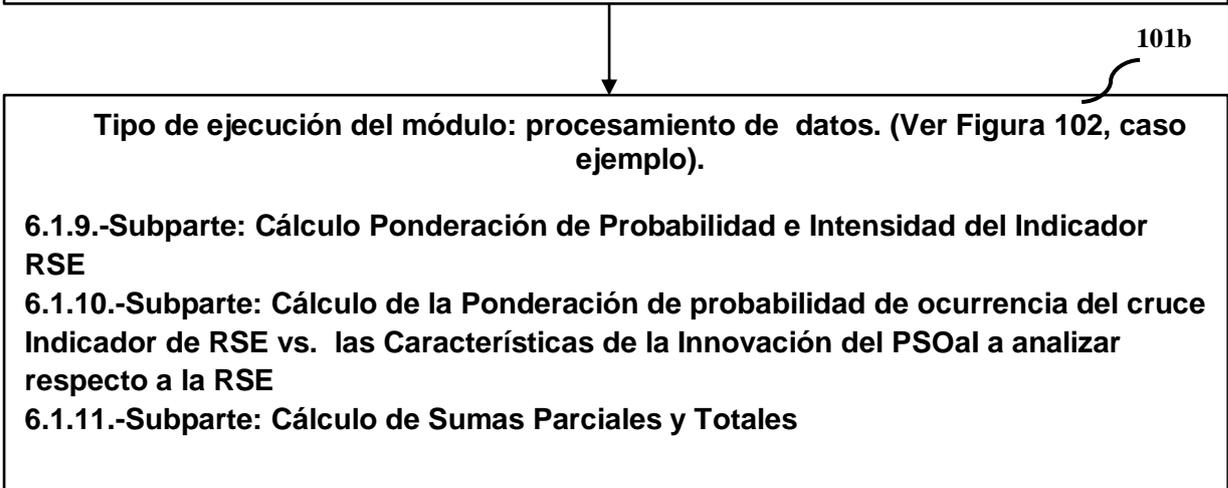
FIGURA 100



101a



101b



101c

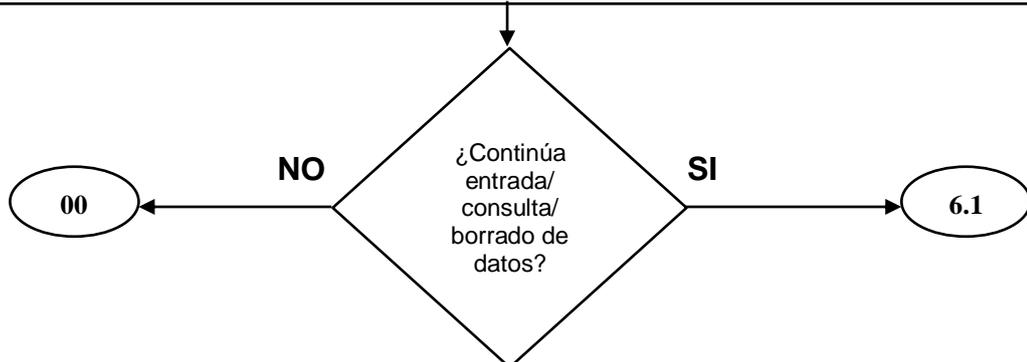


FIGURA 101

POLITICAS DE LA RSE	INDICADORES DE LA RSE	PROBABILIDAD APLICACION DE LA RSE	INTENSIDAD DE LA RSE: 1.-BAJA 2.-MEDIA 3.-ALTA	PONDERACION	ESTRATEGIAS DE MERCADOTECNICA DE INNOVACION					TOTAL	
					ESTRATEGIA 1						
					CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN						
					E	S	Pr	C	O		
					META	META	META	META	META		
TACTICAS	TACTICAS	TACTICAS	TACTICAS	TACTICAS							
A).- Responsabilidad Discrecional	RSE 1.- Calidad de vida en la empresa	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	20.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 2.-Ética empresarial	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 3.-Vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15	
	RSE 4.-Cuidado y preservación del ambiente	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50		
B).- Responsabilidad Ética	RSE 5.- Consideraciones Económicas	0.06	3.00	0.18	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	10.00
	Subtotal	0.06		0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.18	0.90	
	RSE 6.-Reputación o Marca	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15		
C).- Responsabilidad Legal	RSE 7.-Innovación y Aprendizaje	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	10.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 8.-Motivación al Empleado	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15		
D).- Responsabilidad Económica	RSE 9.-Adminstración o Reducción del Riesgo	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	30.00
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 10.- Relaciones estrechas con los proveedores	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 11.- Acceso a Capital o Incremento de Valor a los Participantes	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 12.- Mejora en la posición de Mercado	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50	
	RSE 13.- Mejora en la relación con el Estado	0.01	3.00	0.03	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	
	Subtotal	0.01		0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.03	0.15	
RSE 14.- Ahorro en Costos	0.10	3.00	0.30	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00		
Subtotal	0.10		0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	0.30	1.50		
TOTAL		1.00			3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00	70.00
					15.00					15.00	00

Notas: E-ELEMENTO; S.-SISTEMA; Pr.-PROCESO; C.-COMERCIALIZACION; O.- ORGANIZACIONAL; MT.-METAS ESPECIFICAS ; TK.-TACTICAS ESPECIFICAS

#### Notas ejemplo (Ver Solicitud de Patente MX/a/2014/YYYY Figuras 102 y 104)

##### Estrategias:

- 1.-¿Qué acciones se deben realizar para MAXIMIZAR el DESEO del Consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?
- 2.-¿Qué acciones se deben realizar para MAXIMIZAR el DESEO del Consumidor y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?
- 3.-¿Qué acciones se deben realizar para MAXIMIZAR el DESEO del Consumidor y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO para introducir el producto en el mercado?
- 4.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR el PRECIO COSTOSO y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?
- 5.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR el PRECIO COSTOSO y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO a introducir en el mercado?
- 6.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la DISTRIBUCION COSTOSA y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?

- 7.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la DISTRIBUCION COSTOSA y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO a introducir en el mercado?
- 8.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la ETICA CUESTIONABLE y DISMINUIR la PRESENCIA DE LA ÚLTIMA GENERACIÓN 10 CORE a introducir en el mercado?
- 9.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la ETICA CUESTIONABLE y DISMINUIR las PdC SOBRE LAS ALIANZAS Y FUSIONES DEL COMPETIDOR MÁS CERCANO a introducir en el mercado?
- 10.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR el PRECIO COSTOSO y AUMENTAR el gusto del consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?
- 11.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR a DISTRIBUCIÓN COSTOSA y AUMENTAR el gusto del consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?
- 12.-¿Qué acciones se deben realizar para MINIMIZAR la ETICA CUESTIONABLE y AUMENTAR el gusto del consumidor por el diseño CURVO de la LAPTOP a introducir en el mercado?

#### **META/TACTICA**

**A.-CPU EFICACIA DE VELOCIDAD DE DISIPACION DE CALOR MEJORA CON EL DISEÑO DE CARCAZA CON AUMENTO DE 0.05 mm EN LAS VENTILAS LATERALES CON INCREMENTO PREVIO DE ENERGÍA.**

- A1.-**Incremento del 10% de la ergonomía del diseño.
- A2.-**Realizar Alianza y/o Fusiones con otras Firmas que representan el 15% del mercado.
- A3.-**Mejorar la tecnología actual con resucción inicial de costos del 5% en N+2 con ingenieros de Alianza
- A4.-**Probar nuevos elementos más económicos que reduzcan costos al 15%

**B.-FUNCIONALIDAD DEL ALMACENAMIENTO MASIVO MEJORA CON INCREMENTO DE CAPACIDAD DE MEMORIAS DE DISCO DURO A 1 TB CON AUMENTO DE PROCESAMIENTO DE RELOJ A 1.8 GHZ.**

- B1.-**Equipar la unidad con memorias de 1TB y 40% menos peso.
- B2.-**Confirmar pruebas de nuevos diseños de almacenamiento de 1TB
- B3.-**Confirmar componentes complementarios económicos al 10%

**C.-REDUCCION DE LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS ES POSIBLE CON REDUCCIÓN DE MEDIDAS ORIGINALES 17"<7.8 lbs a 14"<5.27 lbs.**

**C1.-**Sustitución paulatina del 10% de maquinaria de mayor precisión en el armado de ventilación y memoria con reducción de tiempos del 20%.

- C2.-**Acelerar la implementación de las nuevas dimensiones del producto para el mes N+4.
- C3.-**Revisar y acelerar nuevos procesos de introducción de nuevas medidas a N+4.

**C4.-**Anunciar nuevos procesos con las fusiones o alianzas próximas. Proponer ahorro en tiempo de proceso del 10%-

**D.-UTILIZACION DE ECOMATERIALES SE REALIZA MEDIANTE UTILIZACION DE MATERIALES RECICLABLES COMPATIBLES CON ISO 14000.**

**D1.-**Verificación de materiales y certificaciones Nacional y Mundial

**D2.-**Incremento del 15% de publicidad masiva al consumidor sobre las ventajas del actual core y su relación con los ecomateriales.

- D3.-**Anunciar las ventajas del actual modelo, principalmente en la velocidad de acceso y gráficos, mientras se consolidan las alianzas y/o fusiones para adquisición de nuevos materiales.
- D4.-**Anuncio publicitario de los nuevos materiales que incorporará la firma en N+3
- D5.-**Evidenciar que la competencia tiene dificultades para incorporar ecomateriales por certificación no comprobada.
- D6.-**Incrementar la velocidad de la logística en un 10%.
- D7.-**Anunciar alianzas de contrapeso con base a la logística en un incremento del 10% de su velocidad.
- D8.-**Incorporarse a asociaciones de monitoreo de ética que fomenten la tecnología actual a nivel mundial
- D9.-**Incrementar publicidad de la ética actual evidenciando a alianzas y fusiones con daño a la sociedad a nivel mundial

**D10.-**Incrementar 30% publicidad de campo para mejorar la PdC sobre el nuevo producto.

- D11.-** Mejorar la comunicación con empresas de logística.
- D12.-** Realizar convenios con organismos de RSC que den testimonio de procesos de fabricación.

**E.-OUTSOURCING DE DISEÑO SW PARA COMUNICACIÓN INALÁMBRICA MEDIANTE CONTRATO DE DISEÑO DE SW CON DESARROLLADORES UBICADOS EN MÉXICO Y LA INDIA.**

- E1.-**Perfilamiento de candidatos de México y la India hasta lograr 100 ingenieros.
- E2.-**Alianza con fabricantes que soporten la cadena de valor de la fabricación del actual modelo a un 30%.
- E3.-**Revisión de capacitación y entrenamiento del 30% de ingenieros outsourcing
- E4.-** Revisión de disminución de costos un 5% de fabricación por el outsourcing requerido

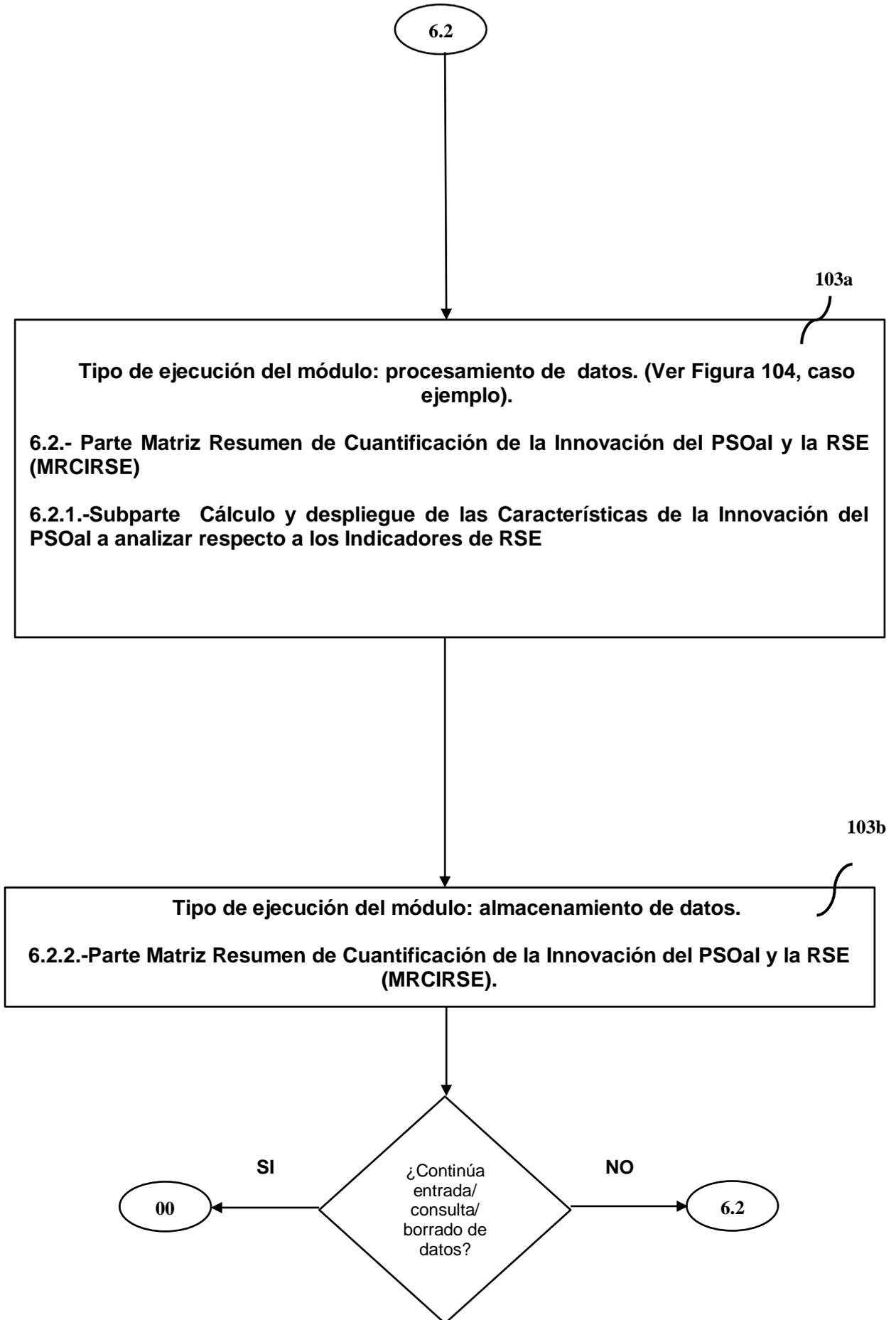


FIGURA 103

<b>DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA MERCADOTÉCNICA EVALUADA</b>																	
TIPO DE INNOVACIÓN	META	TÁCTICA	RS E1	RS E2	RS E3	RS E4	RS E5	RS E6	RS E7	RS E8	RS E9	RS E10	RS E11	RS E12	RS E13	RS E14	CALIF. TOT.
DE ELEMENTO	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE SISTEMA	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE PROCESO	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE ORGANIZACIÓN	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
DE MERCADOTÉCNICA	MT	TK	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	3.00
<b>TOTAL DE LA MATRIZ</b>																	<b>70.00</b>

**Notas:**

MT.-Meta específica

TK.-Táctica específica

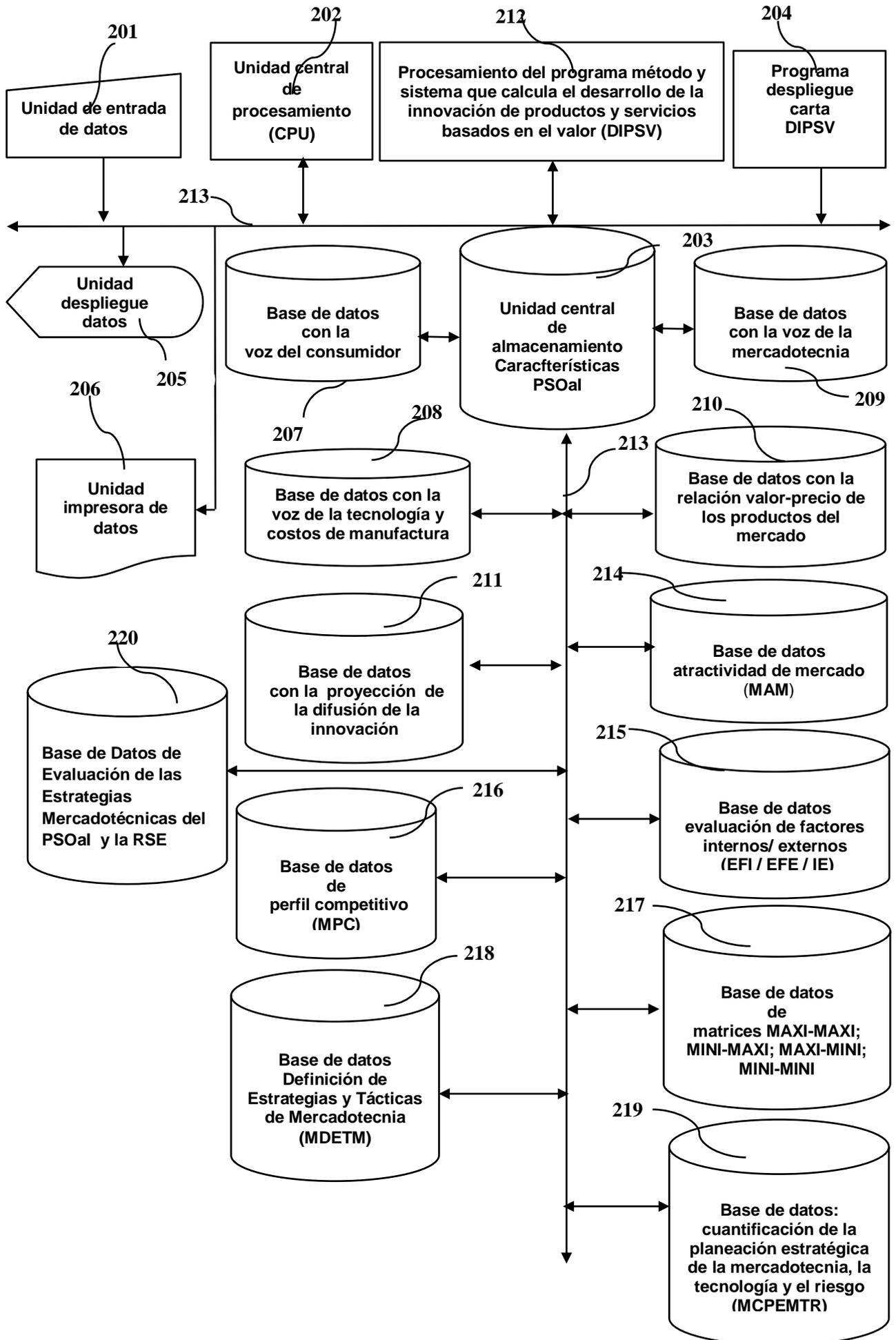


FIGURA 200