|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Minuta Universal** | Folio de Minuta: Reunión de Trabajo |
| **Consecutivo 02** |
| **Videoconferencia Manual de Fortalecimiento de Marca INFONAVIT** |
| **Fecha:** 29 de septiembre de 2021 | **Hora:**  11:00 – 12:00 horas | **Lugar:** Sistema Zoom |
| **Participantes (Nombre, cargo, institución e iniciales):** |
| 1 | Eduardo Breton Ochoa, Gerencia Secretaria Técnica SGC INFONAVIT | EBO | 5 | Ing. Juan Francisco Bermúdez Rojas Vicepresidente Ejecutivo de Vivienda y Desarrollo Urbano, CMIC | JFBR |
| 2 | Luis David Cardona García, Gerencia Sr. Comunicación Institucional INFONAVIT | LDCG | 6 | Participación de 38 Afiliados de vivienda CMIC. |  |
| 3 | Carlos David Salinas Olascoaga, Gerencia Sr de Estrategia de Comunicación INFINAVIT | CDSO | 7 | Arq. Alejandro Reyes Torres, Gerente de Vivienda y Desarrollo Urbano CMIC. | ART |
| **Breve Resumen:** |
| Durante la reunión, se comentaron los siguientes temas: **Presentación Fortalecimiento de Marca INFONAVIT****Reevaluación de marca y control*** Se comentó que es una iniciativa del Instituto que se lanzo y que fue aprobada por la Asamblea general para poder establecer un inventario marcario de todo lo que implica las marcas que han sido registradas del INFONAVIT, poder ajustar y tener al día el tema de derechos y de administración de la propiedad intelectual del Instituto
* El portafolio marcario cuenta a la fecha con un total de 491 marcas, submarcas y signos distintivos registrados y vigentes ante el IMPI
* Se realizó la solicitud para la declaratoria de Marca Famosa, en el mes de agosto ya fue autorizada la marca y el 24 de septiembre fue entregada la resolución del IMPI de manera formal, en donde se hizo la declaratoria como Marca Famosa

**Prevención y control*** Derivado del proyecto de FMI se cuenta con un servicio de monitoreo en medios digitales que permite identificar usos indebidos de las marcas propiedad del Instituto
* Se enviaron cartas de aviso para desarrolladores para eliminar el logotipo del Infonavit de sus aplicativos publicitarios
* Como resultado de las reuniones con los desarrolladores se determinó crear una marca diferenciada que se desprende del logotipo original del Infonavit para el uso limitativo de los asesores inmobiliarios en la colocación de créditos para la vivienda
* Entendiendo las necesidades se desarrolló la marca Créditos INFONAVIT, que esta en proceso de registro y la cual tiene como objetivo que, si pueda estarse autorizando su uso mediante la firma de un convenio y de las cartas que se estarán compartiendo, para que los desarrolladores estén plenamente identificados y promover los desarrollos de vivienda con esta maraca diferenciada, por lo cual se desarrolló un manual de maraca diferenciada
* El manual cubre los aspectos básicos de uso de maraca y también deja muy claro de cómo se debería de usar tanto en temas impresos como temas digitales, viene la parte de usos correctos y usos incorrectos
* El proyecto de Fortalecimiento de Marca Infonavit está alineado a la Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-247-SE-2021 “Prácticas comerciales-Requisitos de la información comercial y la publicidad de bienes inmuebles destinados a casa habitación y elementos mínimos que deben contener los contratos relacionados”
* El proveedor sólo puede utilizar las imágenes y marcas de las ONAVIS, para la comercialización de sus viviendas, siempre que cuente con autorización expresa de dichas instituciones
* Se trabajó en el diseño de una autorización con fines comerciales de la Marca Diferenciada INFONAVIT

**Red de Vigilancia*** Se desarrolla un modelo de Red de Vigilancia que se conformará por el personal del Instituto y externos con la intención de fortalecer la vigilancia, monitoreo y denuncias que deriven del uso indebido y no autorizado de la propiedad intelectual del Instituto
* Se le estará dando difusión en ele mes de octubre, será un canal abierto para poder presentar denuncias de manera anónima o presentando sus datos y poder atender este tipo de asuntos
* Se pretende empezar con las autorizaciones en el mes de octubre y noviembre, para que los que cumplan con los requisitos que se estarán solicitando, empezar a emitir estas autorizaciones, las cuales en reuniones previas se está pretendiendo que sean en un margen de entre 3 y 5 años del uso de esta marca diferenciada de Créditos INFONAVIT

**Modelo de mercadotecnia** * Se busca colaborar con todos los desarrolladores para que se sumen de manera activa al entendimiento del consumidor, así como a la ejecución de actividades y campañas de comunicación
* Con el objetivo de hacer que las y los derechohabientes lo comprendan mejor se decidió lanzar la plataforma de comunicación Infonavit Fácil, en donde se inicio la primera etapa con contenidos de crédito y cobranza social, para explicarle a la gente cuales son los beneficios, derechos, obligaciones y responsabilidades que tiene al adquirir un crédito, a partir de la segunda semana de octubre se estarán liberando Newsletters semanales para estar en contacto directo

**Preguntas*** CMIC pregunta si en el caso de la inscripción remota que se tenía que firmar un convenio de confidencialidad, ¿con esto se sustituiría el convenio o es otra parte de la marca?
	+ Se comenta que es otra parte, hay convenios que están en proceso de renovación en los cuales ya se están ajustando el clausulado, para ver que tipos de marcas diferenciadas o cuales maracas distintivas que no sea la principal se vana a estar permitiendo utilizar, esto es todo un proceso a lo largo de los siguientes meses y que hablan desde temas de crédito, de cartera de asesores etc. En donde se va ir detallando en el clausulado cuales son los alcances de las autorizaciones o no en cuanto a la marca
	+ Se comenta que se esta trabajando con el área de comunicación para la actualización de los contratos de captura remota para hacerlo que tome en cuenta todo lo que se ha comentado, se esta en proceso de revisar el contrato los anexos, en cuanto que den se compartirá
* CMIC comenta que en INFONAVIT FACIL se había comentado que inmediatamente a quien se acerca es poder enviarle correos estar cruzando este tipo información con el Instituto
	+ Se comenta que se agradecería que se promoviera a través de la fuerza de ventas, se les va empezar a llegar una vez que se firme el contrato de uso de marca o el documento legal necesario los materiales de manera periódica para que los puedan utilizar
* CMIC pregunta ¿cuándo se podría tener el manual para poder difundirlo a loa afiliados?
	+ Se comenta que lo mas probable es que sea en los próximos 15 a 20 días, se estaría haciendo llegar por conducto del vicepresidente de vivienda Ing. Francisco Bermúdez, el modelo de solicitud de autorización para iniciar con todo el proceso, uno a uno con cada uno de los afiliados y poder ir avanzando, se tiene que revisar algunos temas de sus avisos de privacidad, detalles legales que se tienen que revisar, debido a que el modelo de mercadotecnia tiene un elemento de poder compartir información sobre correos electrónicos de los prospectos de clientes de los desarrolladores con el Instituto, se tienen que definir algunos detalles administrativos y legales para la firma de las autorizaciones correspondientes
* Se comenta que finalmente que todo el material que se tenga impreso que se tenga todavía y que por algún motivo tenga la maraca INFONAVIT, se está dando la tolerancia para que se continue utilizando hasta que se termine, con la previsión de que no se realice una nueva producción de lo que se tenga todavía en stock
 |
| **Acuerdos:** |
| **Número** | **Descripción** | **Resp.** | **Fecha** | **Estatus** |
| 01 |  | INFONAVIT |  |  |
| 02 |  | INFONAVIT/CMIC |  |  |
| 03 |  | CMIC |  |  |
| 04 |  | INFONAVIT/CMIC |  |  |
|  | Ing. Juan Francisco Bermúdez Rojas  Vicepresidente Nacional de Vivienda y Desarrollo Urbano  |