

# Curso

Gestión empresarial, tramitología, registro de marcas y formalización de MiPymes en el marco del programa emprendimientos familiares



Elaborado por:  
Facultad Regional Multidisciplinaria Estelí, FAREM-Estelí



# Presentación

El curso denominado “Gestión empresarial, trámitología, registro de marca y formalización de MIPYMES en el marco del Programa Emprendimientos Familiares”, es auspiciado por la Cooperación Suiza en América Central, en coordinación con el MEFCCA y facilitado por Swisscontact, con el apoyo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (UNAN Managua) a través de la Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM - Estelí).

Emprendimientos Familiares se encuentra contribuyendo en la mejora del nivel de vida de 4,250 beneficiarios propietarios de pequeños y medianos negocios ubicados en los departamentos de Estelí, Madriz y Nueva Segovia, mediante el incremento de sus ingresos y ocupación a través del desarrollo de capacidades, en los tres componentes: Gestión de pequeños negocios, mercadeo y agregación de valor y programa de financiamiento. Este curso será de 90 horas presenciales y contiene cuatro temáticas: I: Gestión empresarial aplicada a pequeños negocios; 2: Formalización de las Mipymes, 3: Trámitología, registro de marca y patente, 4: Técnicas de capacitación para facilitadores. Estos temas comprenden 13 subtemas los cuales se desarrollarán por encuentros en 12 sesiones de manera simultánea y está dirigido al personal técnico del Ministerio de Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), y aliados de Swisscontact.

El propósito del curso está centrado en fortalecer las competencias en métodos y técnicas en gestión empresarial, formalización, registro de marcas y patentes, así como técnicas de capacitación para facilitadores a los técnicos territoriales y personal de aliados locales del Programa emprendimientos familiares. La metodología del proceso es aplicar las temáticas en un emprendimiento familiar a través de un diagnóstico para conocer el estado actual del emprendimiento y como puede avanzar para ser más competitivo.

El módulo servirá de apoyo para la discusión, análisis y debate de los encuentros presenciales y virtuales. Los contenidos de cada temática han sido elaborados de manera mediada y contiene preguntas y ejercicios prácticos que facilitan la aplicabilidad a los emprendimientos familiares tomando en cuenta la transversalidad de género, medio ambiente y sostenibilidad. De igual manera al fortalecimiento de las habilidades blandas a fin de que los participantes adquieran destrezas asociadas a la inteligencia emocional y a la capacidad que tiene un individuo para interactuar efectivamente a nivel personal y profesional en su ámbito de trabajo.



# Índice

Contenido	Pág
Módulo 1: Gestión empresarial aplicada a pequeños negocios	1
1.1. Ecosistema emprendedor. Redes empresariales	3
1.2. Herramientas tecnológicas para potenciar el emprendimiento (economía creativa y naranja)	5
1.3. Planificación de marketing y ventas (marketing digital)	21
1.4. Gestión del personal (reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, evaluación del desempeño)	33
Módulo 2: Formalización de las Mipymes	37
2.1. Diagnóstico del estado actual de la legalización de las Mipymes	39
2.2. Trámites requeridos para la formalización de los negocios (Alcaldía, DGI, MINSA, INSS, otros)	42
Módulo 3:Tramitología: registro de marcas y patentes	71
3.1. Trámites y recursos para la legalización	73
3.2. Aspectos legales sobre marca y patentes aplicadas a los emprendimientos	79
3.3. Ruta para alcanzar la legalización	86
Módulo 4:Técnicas de capacitación a capacitadores	95
4.1. Técnicas y recursos metodológicos para la facilitación	97
4.2. Instrumentos didácticos de organización de talleres y reuniones	101
Bibliografía	108



# Módulo 1

Gestión empresarial aplicada a pequeños negocios



## **Módulo: gestión empresarial aplicada a pequeños negocios:**

### **Objetivos:**

Comprender la gestión empresarial para pequeños negocios encaminados a la buena gestión de personal.

### **Contenido:**

1. Ecosistema emprendedor. Redes empresariales.
2. Herramientas tecnológicas para potenciar el emprendimiento (economía creativa y naranja)
3. Planificación de marketing y ventas (marketing digital).
4. Gestión del personal (reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, evaluación del desempeño



### **Estrategia de entrada:**

Este es el primer módulo de este curso denominado, gestión empresarial, tramitología, registro de marca y formalización de MIPYMES en el marco del programa emprendimientos familiares.

El módulo gestión empresarial aplicada a pequeños negocios le permitirá al participante comprender la gestión del proceso administrativo encaminados a la planificación del marketing, y las herramientas tecnológicas para potenciar el emprendimiento, así como la gestión del personal. Al inicio se detallan el objetivo que tienes que alcanzar y a medida que avances en el estudio teórico, encontrarás actividades de aprendizaje que te permitirán fortalecer y poner en práctica todo lo asimilado en tu estudio.

## I.I. ECOSISTEMA EMPRENDEDOR. REDES EMPRESARIALES

Hemos de empezar por conocer que es un Ecosistema Emprendedor:



En estos últimos años se ha hecho cada vez más popular el uso del término emprendimiento y también la acción de emprender como una forma de buscar nuevas soluciones para los desafíos actuales. Según el portal especializado **Gerencie.com**, emprendimiento se puede definir como la actitud y aptitud de una persona que le permite iniciar nuevos retos o proyectos, y un proyecto de emprendimiento es justamente un proyecto o una empresa que busca construir o lograr algo. Por su parte, emprender consiste en iniciar alguna acción o acciones para concretar o materializar una idea de negocio o una empresa.

**ES DECIR,** Un ecosistema emprendedor se refiere **al contexto en donde los nuevos negocios pueden crear conexiones valiosas con otras empresas**, instituciones o inversionistas para desarrollar ideas innovadoras que se puedan capitalizar.

**Un buen ecosistema es el que tiene buena relación entre los startups**, donde la colaboración pública privada es constante, donde fluye el capital y el acceso a talento especializado. Debe de existir una actitud y cultura emprendedora tanto en la población, como en las instituciones, universidad abierta a startups, grandes empresas...

### Factores fundamentales para su correcto desarrollo:

Si estos 5 elementos trabajan de modo eficiente y armonioso tendremos el ADN de un ecosistema empresarial exitoso.

#### I.I.I. Redes empresariales



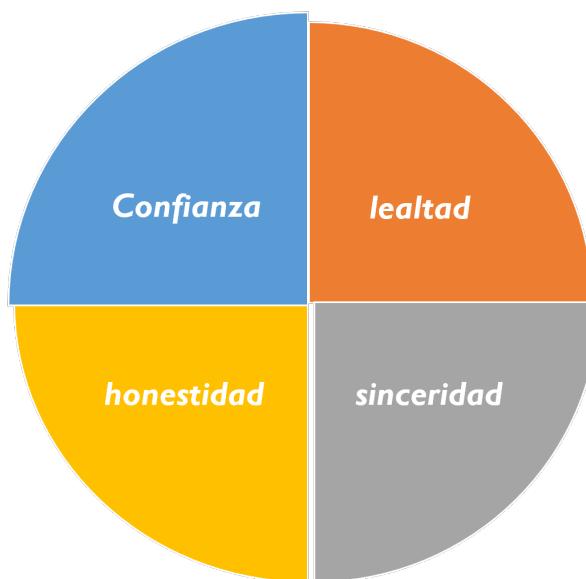
<http://aulafacil.com>

Es un mecanismo de cooperación entre pequeñas y medianas empresas, en donde la empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con otras para la búsqueda de un objetivo común”.

Una red empresarial: es un conjunto de empresas que acuerdan colaborar y compartir capacidades de forma organizada con la finalidad de mejorar la competitividad de cada organismo, respetando su individualidad.

Los beneficios de establecer una red empresarial no se reducen a la posibilidad de aumentar las ventas, sino a lograr impactar en el grado de competitividad de nuestra organización y esto es posible dado que podemos acceder a insumos con bajo costo, contar con más y mejores canales de distribución y comercialización, aumentar la capacidad de producción, mejorar el posicionamiento en las esferas de poder social y empresarial, etc.

Los valores que deben permanecer a la red que deseamos implementar deben ser:



## 1.2. HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA POTENCIAR EL EMPRENDIMIENTO (ECONOMÍA CREATIVA Y NARANJA)

A veces es importante hacer una retroalimentación de lo que estamos realizando para enfocarnos o redireccionar las acciones vinculadas a nuestro emprendimiento. En ocasiones esta radiografía nos ayuda a ser resilientes ante las adversidades y encontrar nuevas oportunidades dándole un nuevo valor agregado a nuestros productos o servicios.

### 1.2.1. Tipos de innovación

INNOVACIÓN INCREMENTAL	INNOVACIÓN RADICAL	INNOVACIÓN TRANSFORMACIONAL
Pequeños cambios que mejoran lo que ya existe	Son cambios significativos a los ya existentes	Cambios que transforman completamente lo que ya existe
<b>EJEMPLO</b> Nuevos modelos de celulares	<b>EJEMPLO</b> Máquina de escribir eléctrica	<b>EJEMPLO</b> La computadora

### 1.2.2. Categorías y tipos de innovación para la resiliencia de los emprendimientos

CATEGORÍA	TIPO	SIGNIFICADO
Nuevas formas de producir	Procesos	Nueva forma que hace el proceso más rápido, barato o efectivo.
	Tecnologías	Nueva tecnología que permite mejorar los procesos o productos.
Nuevas propuestas de valor	Productos	Nuevo producto en el mercado nunca antes visto
	Servicios	Nuevo servicio en el mercado nunca antes visto
	Marcas	Nueva forma de agregar o expandir el valor de las marcas en entidades
Nuevas formas de entregar	Canales de distribución	Nueva forma de hacer llegar los productos o servicios.
	Canales de comunicación	Nuevas formas de comunicarse con clientes, aliados o empleados.
	Ocasiones de consumo	Crear un nuevo momento o lugar en el que se consume el producto o servicio
Nuevos clientes y experiencias	Segmentos	Alcanzar nuevo cliente con los productos o servicios actuales
	Experiencia	Nueva forma de hacerlo ver, probar y sentir el producto o servicio.
Nuevos modelos de negocios	Modelos de negocios	Nueva forma de definir precios, cobrar o de hacer dinero.
	Aliados estratégicos	Que permita ofrecer al mercado algo nuevo que no se podría hacer por si misma

### 1.2.3. Propuesta del cierre de brecha

Desarrollo de la cultura de innovación con alineación organizacional y sistemas de gestión del desempeño.

Te has preguntado ¿Cómo puedo motivar a las personas para generar innovación? ¿Cómo conseguir ideas frescas? ¿Cómo crear una cultura basada en explorar cosas nuevas?

Si estas son preguntas frecuentes, entonces este reto es para vos.

PROPIUESTA DEL CIERRE DE BRECHAS		CULTURA DE INNOVACIÓN	Código T1H5									
<b>RETO:</b> <p>TEMA 1: Desarrollo de la cultura de Innovación con alineación organizacional y sistemas de gestión del desempeño.</p> <p>Te has preguntado ¿Cómo puedo motivar a las personas para generar innovación? ¿Cómo conseguir ideas frescas? ¿Cómo crear una cultura basada en explorar cosas nuevas? Si estas son preguntas frecuentes, entonces este reto es para vos.</p>	<b>REFERENCIA PRÁCTICA:</b> <p>Al momento de estar llenando cada una de las casillas vas a poder observar que llevan una secuencia indicada por flechas, esto significa que para avanzar debés realizar la casilla que se anticipa. Algunas preguntas que te pueden ayudar para poder llenar las casillas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es el obstáculo que impide el crecimiento?</li> <li>• ¿Qué retos se deben vencer en el proceso de operación?</li> <li>• ¿Existen personas emprendedoras que pueden aportar ideas?</li> <li>• ¿Qué habilidades deben tener los participantes?</li> <li>• ¿Cuál es el objetivo final?</li> </ul>	<b>RESULTADOS ESPERADOS:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar los retos u obstáculos que se tienen en el emprendimiento para poder avanzar y generar innovación.</li> <li>2. Generar un plan de acción adecuado a la realidad de la startup.</li> </ol>										
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>Para generar una propuesta que contribuya al cierre de la brecha de innovación, es importante que exista motivación para aprovechar todo el talento de la organización y transformar las ideas simples en grandes resultados interesantes que puedan:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificar los retos a los cuales se están enfrentando como organización.</li> <li>2. Identificar a los emprendedores internos para formar equipos en la organización.</li> <li>3. Empoderar a los emprendedores internos a través de programas para fortalecer sus habilidades y</li> <li>4. Apalancar a los emprendedores a través de un proceso de prueba y validación en la formación de otros.</li> </ol> <p>Cerrar las brechas de la innovación conlleva un trabajo especializado en la organización de identificar a las personas idóneas en este nuevo proceso de innovación abierta, las cuales deben comprometerse en la puesta en marcha de cada uno de los programas.</p>	<b>PREGUNTA</b> <p>Indicá el nivel de Innovation Readiness</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>IDENTIFICAR LAS BARRERAS ANTE LA INNOVACIÓN</th> <th>¿CÓMO MANEJAR LAS BARRERAS DE INNOVACIÓN?</th> <th>FORMACIÓN DE EQUIPOS EN LA ORGANIZACIÓN</th> <th>INICIATIVAS O PROGRAMAS PARA PONER EN MARCHA</th> <th>PRUEBA Y VALIDACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Falta de compromiso al proyecto.</li> <li>•Falta de capacidad de creación de nuevos productos.</li> <li>•Falta de valoración de los prototipos.</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Campaña de comunicación entre las personas del equipo para familiarizarse.</li> <li>•Diseño adecuado y tiempo para el desarrollo de "pensamiento creativo".</li> <li>•Espacio para conversar y validar las propuestas.</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Creativo.</li> <li>•Habilidad de comunicación.</li> <li>•Habilidades administrativas.</li> <li>•Conocimiento de herramientas tecnológicas.</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Sesión de trabajo dinámica y corta.</li> <li>•Definir rol de trabajo a cada participante.</li> <li>•Envío de resultados anticipadamente para aprovechar el tiempo de sesión.</li> </ul> </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Tiempo de prueba para validación 2 semanas.</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>	IDENTIFICAR LAS BARRERAS ANTE LA INNOVACIÓN	¿CÓMO MANEJAR LAS BARRERAS DE INNOVACIÓN?	FORMACIÓN DE EQUIPOS EN LA ORGANIZACIÓN	INICIATIVAS O PROGRAMAS PARA PONER EN MARCHA	PRUEBA Y VALIDACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Falta de compromiso al proyecto.</li> <li>•Falta de capacidad de creación de nuevos productos.</li> <li>•Falta de valoración de los prototipos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Campaña de comunicación entre las personas del equipo para familiarizarse.</li> <li>•Diseño adecuado y tiempo para el desarrollo de "pensamiento creativo".</li> <li>•Espacio para conversar y validar las propuestas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Creativo.</li> <li>•Habilidad de comunicación.</li> <li>•Habilidades administrativas.</li> <li>•Conocimiento de herramientas tecnológicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sesión de trabajo dinámica y corta.</li> <li>•Definir rol de trabajo a cada participante.</li> <li>•Envío de resultados anticipadamente para aprovechar el tiempo de sesión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Tiempo de prueba para validación 2 semanas.</li> </ul>	<b>INSTRUCCIONES:</b> <p>En la siguiente herramienta marcá el nivel de innovation readiness en el cual se encuentra actualmente la startup y trazá tiempos exactos para poder ir subiendo el nivel.</p>
IDENTIFICAR LAS BARRERAS ANTE LA INNOVACIÓN	¿CÓMO MANEJAR LAS BARRERAS DE INNOVACIÓN?	FORMACIÓN DE EQUIPOS EN LA ORGANIZACIÓN	INICIATIVAS O PROGRAMAS PARA PONER EN MARCHA	PRUEBA Y VALIDACIÓN								
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Falta de compromiso al proyecto.</li> <li>•Falta de capacidad de creación de nuevos productos.</li> <li>•Falta de valoración de los prototipos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Campaña de comunicación entre las personas del equipo para familiarizarse.</li> <li>•Diseño adecuado y tiempo para el desarrollo de "pensamiento creativo".</li> <li>•Espacio para conversar y validar las propuestas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Creativo.</li> <li>•Habilidad de comunicación.</li> <li>•Habilidades administrativas.</li> <li>•Conocimiento de herramientas tecnológicas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Sesión de trabajo dinámica y corta.</li> <li>•Definir rol de trabajo a cada participante.</li> <li>•Envío de resultados anticipadamente para aprovechar el tiempo de sesión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Tiempo de prueba para validación 2 semanas.</li> </ul>								

Fuente: TNBA

**HERRAMIENTA: PROPUESTA DEL CIERRE DE BRECHAS** TEMA 1: Desarrollo de la cultura de innovación con alineación organizacional y sistemas de gestión del desempeño

CULTURA DE INNOVACIÓN Código TIHS

Indicá el nivel de Innovation Readiness				
IDENTIFICAR LAS BARRERAS ANTE LA INNOVACIÓN	¿CÓMO MANEJAR LAS BARRERAS DE INNOVACIÓN?	FORMACIÓN DE EQUIPOS EN LA ORGANIZACIÓN	INICIATIVAS O PROGRAMAS PARA PONER EN MARCHA	PRUEBA Y VALIDACIÓN

**PREGUNTAS DE REFLEXIÓN:**

1. ¿Cómo creés que debe ser un programa de innovación donde existan equipos ganadores por el aporte valioso en la organización?

Fuente: TNBA

### Ejercicio:



**Vamos a trabajar, para encontrar los problemas que impiden que el emprendimiento no logre el crecimiento esperado (empezaremos a ser resilientes).**

De acuerdo al emprendimiento que usted está atendiendo, usaremos la herramienta de Propuesta del Cierrre de Brechas.

Algunas preguntas que te pueden ayudar para poder llenar las casillas son:

- ¿Cuál es el obstáculo que impide el crecimiento?
- ¿Qué retos se deben vencer en el proceso de operación?
- ¿Existen personas emprendedoras que pueden aportar ideas?
- ¿Qué habilidades deben tener los participantes?
- ¿Cuál es el objetivo final?

**Al finalizar, presentaremos nuestra propuesta en plenario!!**

#### 1.2.4. Técnica de la creatividad y Valor agregado



<https://rhenlasempresas.com/2021/06/02/sistema-de-gestion-de-la-creatividad-y-la-innovacion/>

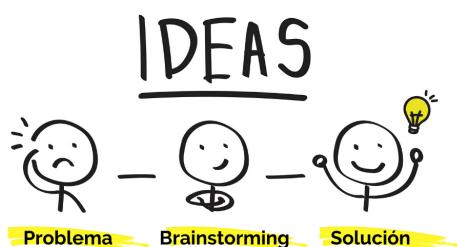
Tener una idea brillante y saber materializarla es la clave para triunfar en los negocios. Hay personas que dejan volar su imaginación y de ella surgen pensamientos que acaban dando lugar a un producto o servicio de éxito. Y es que potenciar la creatividad es esencial para conseguir ideas empresariales sorprendentes, con las que despertar el interés de la sociedad. (El hándicap) es que la imaginación no siempre está cuando se la necesita. Es más, hay estudios que demuestran que la creatividad se despierta por la noche. Por ello, para que podamos estimular la mente durante la jornada laboral, tenemos las siguientes técnicas:

Para poder **obtener ideas de valor** en nuestra empresa que nos ayuden a **crear y modificar los productos y procesos** es absolutamente necesario trabajar la creatividad y hacerlo de forma planificada y estructurada.

Para estimularla las empresas pueden apoyarse en diferentes técnicas de creatividad, que les ayudarán a encontrar soluciones diferentes, creativas y que aporten valor.

A continuación, algunas de ellas:

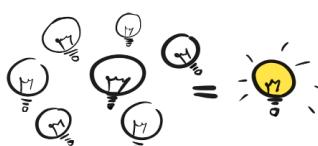
##### I. BRAINSTORMING (Tormenta de ideas)



<https://josefacchin.com/brainstorming/>

Se trata de una técnica grupal que busca generar el mayor número de ideas posible en un tiempo determinado que suele ser una hora. Los participantes aportan todas las ideas que se les van ocurriendo y de la cantidad finalmente se obtienen ideas de calidad. Normalmente participan entre 6 y 12 personas, preferentemente de diferentes áreas, especialidades y edades.

##### 2. PROVOCACIÓN



<https://pablodomingo.es/blog/brainstorming.html>

Se apoya en la formulación de provocaciones, es decir, frases o ideas que a priori no tienen sentido (Por ejemplo: el agua es de color negro) pero que nos sirven de punto de partida para generar ideas originales.

Se puede utilizar de forma individual o como complemento de otras técnicas cuando creamos que estamos bloqueados o que no podemos salir del pensamiento lógico.

### 3. ATRIBUTOS



<https://job-wizards.com/es/el-brainstorming-es-siempre-una-buena-idea/>

La técnica consiste en tres pasos:

**A** • Hacemos un listado de las **características o atributos del producto o servicio que se quiere mejorar** (por ejemplo, de un ordenador portátil diríamos que tiene una pantalla, un teclado, un cargador, los altavoces integrados, varios puertos ...)

**B** • **Analizaríamos** cada atributo y la forma de mejorarlo

mediante la formulación de varias preguntas por parte del dinamizador.

**C** • Seleccionaríamos las mejores ideas para hacer una evaluación posterior.

### 4. SCAMPER



*Es una mezcla de varias técnicas y es muy útil para mejorar productos y servicios. Consiste en una lista de preguntas que capacita a pensar nuevas alternativas:*

- **Sustituir:** sustituir cosas, lugares, procedimientos, gente, ideas, funciones, horarios.
- **Combinar:** combinar temas, conceptos, ideas, emociones, funciones.
- **Adaptar:** adaptar ideas de otros contextos, tiempos, lugares, personas.
- **Modificar:** añadir algo a una idea o un producto, transformarlo.
- **Proponer utilizarlo para otros usos:** Extraer las posibilidades ocultas de las cosas, nuevos usos, nuevas opciones.
- **Eliminar:** sustraer conceptos, partes, elementos del problema, usos, tecnología.
- **Reordenar:** o invertir elementos, cambiarlos de lugar, hacer lo contrario, cambiar los roles.

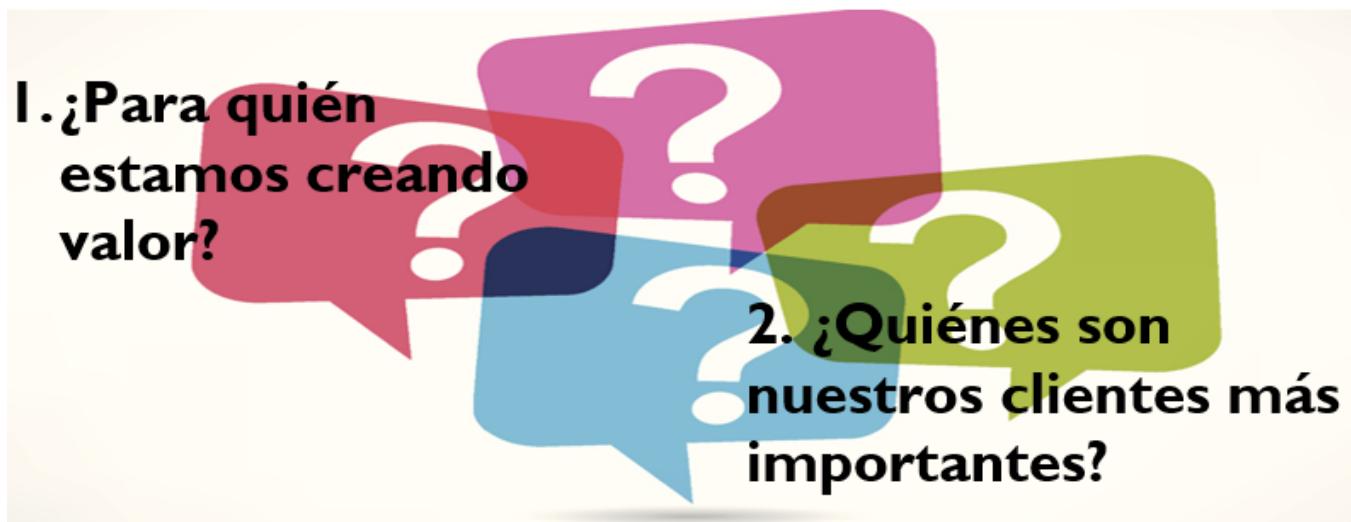
#### 1.2.5. Segmento de clientes (retroalimentación para redireccionarlo)

##### RETO:

¿Crees que todas las personas son tu mercado de venta? O ¿Ya sabes que no todos son el mercado meta?

Como emprendedor es importante que aprendas que no todas las personas van a ser clientes directos y para eso es importante el uso de esta herramienta donde conoceremos quienes son el segmento de mercado.

El segmento de cliente es una clasificación específica de las personas que serán los clientes y consumidores del producto o servicio. Para que puedas aprovechar de forma individual o en equipo de trabajo esta herramienta, es importante que te hagas estas preguntas:



#### Instrucciones de la herramienta:

Para usar la herramienta es importante que tengás en claro que no todas las personas son tu segmento de mercado. Toma en cuenta los siguientes pasos para poder segmentar:

1. Buscá información demográfica, conoce los intereses, comportamientos e incluso cuales son aquellas preocupaciones de los posibles clientes.
2. Cuando tengás la información, procede a clasificarla a definir si existen más de un grupo de personas.

**HERRAMIENTA: SEGMENTO DE CLIENTES**  
TEMA 8: Modelo de Emprendimiento Startup.

MODELOS DE  
EMPRENDIMIENTO

Código  
T8H2

1. ¿Dónde viven las personas?  
2. Género y rango de edad  
3. Alguna otra

**PREGUNTAS DE REFLEXIÓN:**

¿Para quienes creés que estás creando valor?  
¿Puede existir otro tipo de público?

Fuente: Osterwalder A, Modelo de negocio canvas [2011] strategyzer consultora Adaptado por TNBA

## RETO:

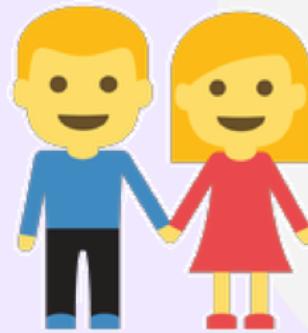
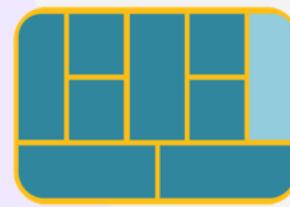
Llegó el momento de crear un producto con características diferentes y fuera de serie. ¿Estás listo?



## Ejemplo

### Segmento del mercado

- ✓ Grupo de personas a las que se le ofrece el producto y/o servicio.
- ✓ Se debe identificar con precisión a quiénes se dirige la propuesta empresarial, el segmento o nicho de mercado.
- ✓ Algunos autores indican que este cuadrante es el más importante del modelo.
- ✓ Dirigir esfuerzos hacia determinado segmento puede generar eficiencia en la publicidad y abordaje del mercado.



### Segmento del mercado

- ✓ Grupo de personas a las que se le ofrece el producto y/o servicio.
- ✓ Se debe identificar con precisión a quiénes se dirige la propuesta empresarial, el segmento o nicho de mercado.
- ✓ Algunos autores indican que este cuadrante es el más importante del modelo.
- ✓ Dirigir esfuerzos hacia determinado segmento puede generar eficiencia en la publicidad y abordaje del mercado.

### EJEMPLO

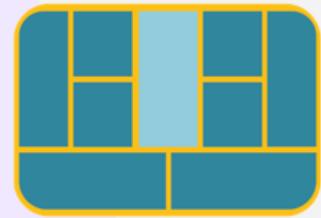
Negocio  
Confección de vestidos

**Mujeres**  
**Están por casarse**  
**25-35 años**

**Ingresos:**  
**C\$15,000**

## Propuesta de valor

- ✓ Concepto de producto y/o servicio a ofrecer al mercado.
- ✓ Con sencillez se debe dejar claro lo qué se le ofrece a la clientela potencial.
- ✓ Es importante que cuente con características especiales para el mercado, con ventajas competitivas.
- ✓ Es recomendable incorporar elementos novedosos, atractivos para los clientes.



## Propuesta de valor

- ✓ Concepto de producto y/o servicio a ofrecer al mercado.
- ✓ Con sencillez se debe dejar claro lo qué se le ofrece a la clientela potencial.
- ✓ Es importante que cuente con características especiales para el mercado, con ventajas competitivas.
- ✓ Es recomendable incorporar elementos novedosos, atractivos para los clientes.

Vestidos de novia a la medida

Asesoría de imagen

## Propuesta de valor

- **Novedad:** Satisface un conjunto completamente nuevo de necesidades que los clientes no percibían anteriormente porque no existía una propuesta de valor similar.
- **Actuación:** Mejora el rendimiento del producto o servicio.
- **Personalización:** Adaptado a las necesidades específicas de clientes individuales.
- **Terminando el trabajo:** Ayuda a los clientes a realizar un cierto trabajo.
- **Diseño:** Destaca por un diseño superior.
- **Marca / Estado:** Se destaca por la popularidad o el respeto de una marca / estado.
- **Precio:** Ofrece un valor similar pero a un precio menor.
- **Reducción de costo:** Ayuda a los clientes a reducir sus propios costos personales que asumirían sin el producto / servicio.
- **Reducción de riesgos:** Ofrece a los clientes la oportunidad de reducir sus propios riesgos. (Por ejemplo, garantía de un año)
- **Accesibilidad:** Proporciona a los clientes que previamente carecían de acceso a productos / servicios.
- **Conveniencia / Usabilidad:** Proporciona a los clientes una manera más fácil de usar un producto / servicio vital. (Por ejemplo, iTunes)

**Vestidos de novia a la medida**

**Asesoría de imagen**

### Ejercicio:



De manera grupal, elijan uno de los emprendimientos (selecciona el producto o servicio de ese emprendimiento) de tus compañeros (as) para ayudarle en las mejoras del negocio tomando en cuenta la herramienta de SCAMPER, seleccione una o varias de las técnicas que usted considere que permitirá presentar una mejora en el producto o servicio del emprendimiento, **importante es siempre pensar en las oportunidades de mercado.**

**¡Presentar en plenario la mejor alternativa resultante de la nueva propuesta de producto o servicio!!!**

### 1.2.6. Herramientas tecnológicas digitales

#### 1.2.6.1. ¿ Cómo diseñar publicidad gráfica con canva ?

Una vez que hemos logrado un nuevo producto o servicio es el momento de darlo a conocer (hacer marketing). En esta oportunidad lo haremos con herramientas tecnológicas digitales CANVA.



La plataforma digital Canva es una herramienta digital, que nos permite diseñar cualquier tipo de arte gráfico, para promover visualmente la imagen de tu marca o negocio, así como los productos o servicios que del mismo.

- Diseño de artes gráficas
- Ahorra costos de diseño e impresión
- Almacenamiento gratuito

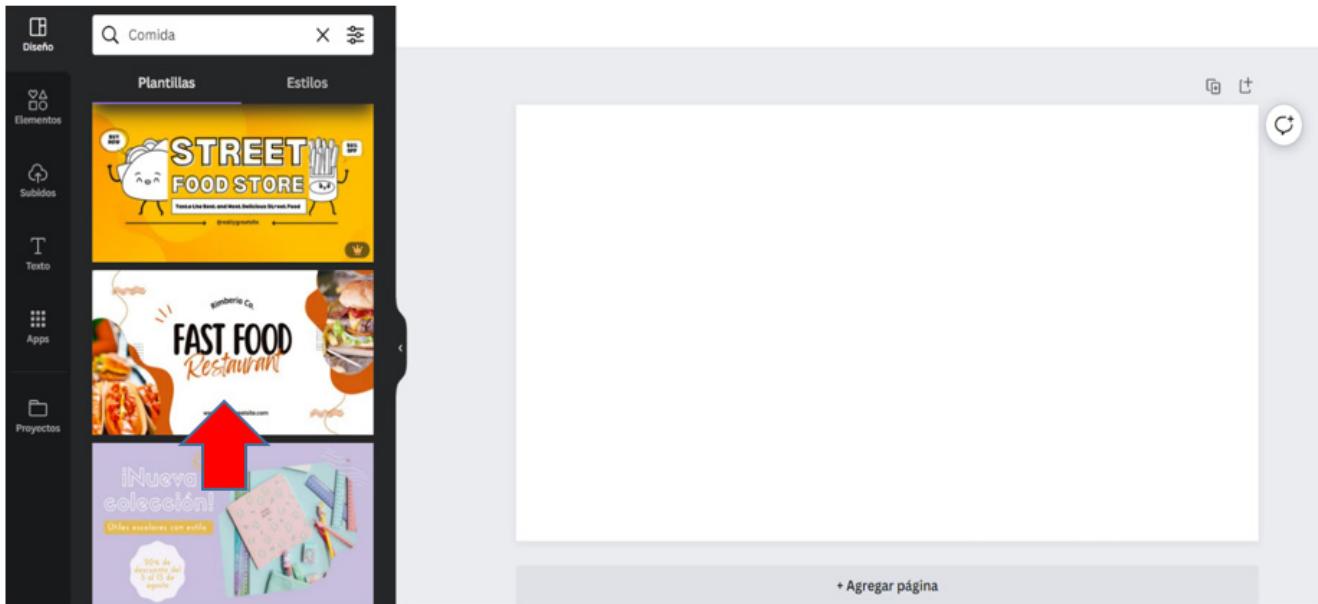
## Ejercicio:



Usando la Plataforma CANVA, haremos Marketing Digital de nuestra nueva propuesta de producto o servicio. Crearemos un anuncio para Facebook, donde lanzaremos nuestra nueva propuesta.

1. Acceder a CANVA <https://www.canva.com/>
2. Seleccionar la opción Anuncio para Facebook.

3. Elegir plantilla, categoría comida



#### 4. Diseñar el arte visual y descargarlo para compartir por las redes sociales

Lograr los recursos necesarios

- Imágenes
- Texto
- Formas, entre otros

**COMO RESULTADO CADA PARTICIPANTE PRESENTARÁ SU NUEVA PROPUESTA DE PRODUCTO O SERVICIO DEL EMPRENDIMIENTO ELEGIDO DESDE EL INICIO DEL CURSO**



### 1.2.6.2. Cómo hacer un video para redes sociales?

Los videos en redes sociales, son una estrategia de marketing digital. Su objetivo es atraer al público objetivo y hacer un llamado a la acción a través de contenido audio visual.

La creación de videos para redes sociales puede dividirse en tres fases

- Planeación
- Edición
- Publicación

#### Planeación

En esta etapa se determina la idea para el video, la temática, las herramientas de edición, el público objetivo, las redes sociales, y la hora en que se publicara el video.

#### Edición

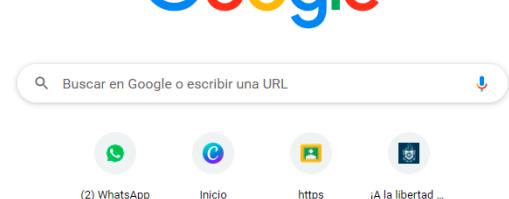
Una vez hecha la planeación del video, procedemos a crear el video en el programa de edición que seleccionamos.

Para este ejemplo la idea es un post animado para Facebook de una marca de ropa llamada powerful, el video está dirigido a mujeres entre los 15 y 30 años de edad, y el video será subido un sábado a las 10:00 p.m.

#### Pasos para crear un video en Canva

##### Paso 1

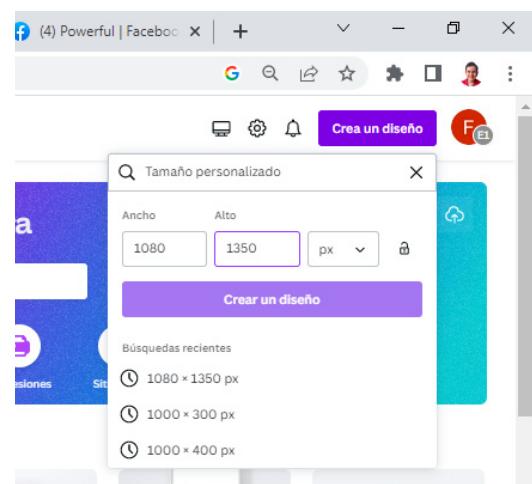
Ve al navegador de tu preferencia y entra a Canva, o descarga la aplicación para dispositivos móviles



##### Paso 2

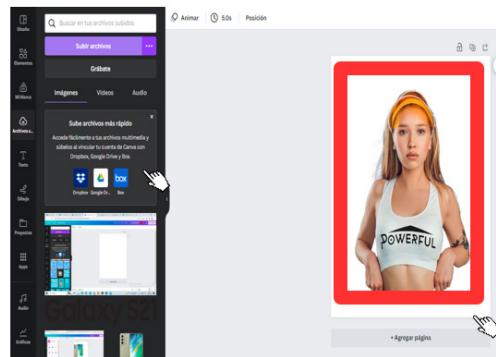
Una vez dentro de Canva, dirígete a crear un diseño y selecciona una medida para el video.

La medida óptima para un video para Facebook es de 1080 x 1350 px



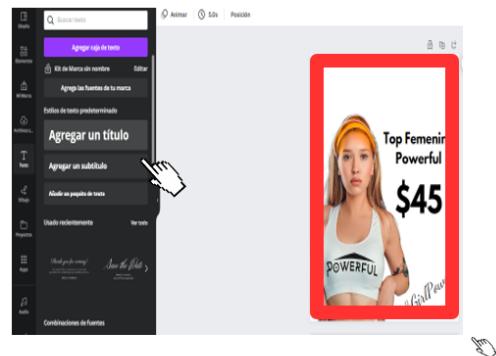
### Paso 3

Cuando crees en diseño, el momento de seleccionar las imágenes que serán colocadas en el video presionando en subir archivo



### Paso 4

Ahora coloca el texto que deseas que aparezca en el video. La información debe ser breve y concisa.



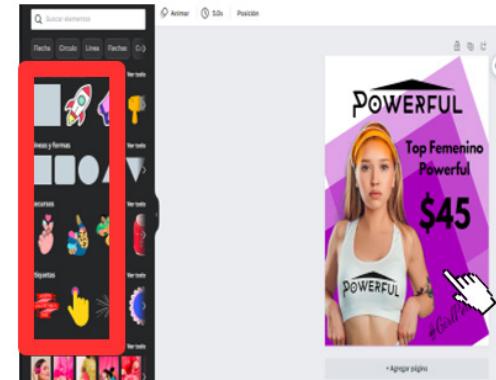
### Paso 5

Coloca la identidad grafica de la empresa o marca, ya sea el logo o nombre de la misma. Recuerda que la marca debe ser visible en todo momento.



### Paso 6

Añade elementos gráficos que puedan hacer más atractivo el video, pueden ser formas geométricas o iconos.

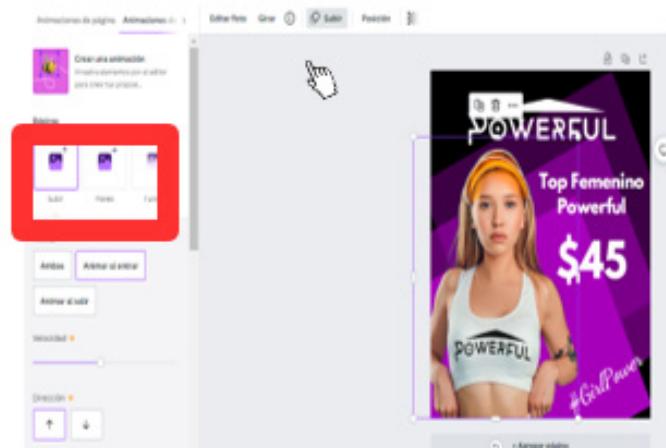


**Paso 7**

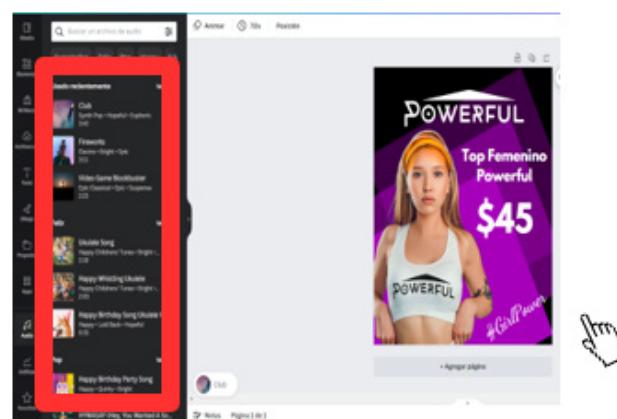
Experimenta con diferentes diseños, cambiando colores, fondos, elementos, entre otros. El límite es tu creatividad.

**Paso 8**

Añade animaciones a los elementos, presiona el elemento y presiona en animación, luego selecciona la animación que se vea mejor y haz lo mismo con los demás elementos.

**Paso 9**

Añade música, busca en audio una melodía que te guste o sube la que deseas.



Una vez seguidos estos pasos podemos proceder a descargar el video y publicarlo, pero para que el video publicado tenga un mayor alcance es recomendable seguir los siguientes pasos.

## Pasos para publicación exitosa

### Paso 1

Cambia el nombre del archivo, cuando creas un video en Canva el archivo del video será guardado con un nombre genérico, cambia el nombre del archivo para que sea más fácil de encontrar.

### Paso 2

Descarga el video en formato mp4, en Canva se hace desde el botón compartir.



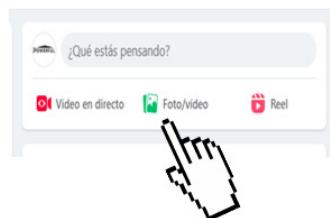
### Paso 3

Ingresa a la página de la empresa o marca, en la red social seleccionada, en este caso Facebook.



### Paso 4

Presiona en el botón que dice foto y video, y sube el video que creaste



### Paso 5

Antes de presionar en publicar, escribe un “copy” atractivo que acompañe al video, el texto debe llevar información acerca del contenido del video, puede llevar “Hashtags” y debe incluir un llamado a la acción, puede ser un dale like, la dirección del negocio o un “link” al sitio web de la página.

## Ejemplo de Copy

Con Powerful siente el poder femenino, aprovecha nuestros precios en tops deportivos femeninos y demuestra el poder que llevas dentro.

#girlpower #powerful #tops #femme #bepowerful

Visita nuestro sitio web <https://sites.google.com/view/powerful-principal/p%C3%A1gina-principal?fbclid=IwARlw0hFl0tlg-ldpLX9-iUfKJJPwEiktOMLsOSG7o8u8umGslPxAOsJzcPM>

### I.3. PLANEACIÓN DE MARKETING Y VENTAS (MARKETING DIGITAL).

#### ¿Qué es el marketing?

Kotler y Armstrong (2001) definen el marketing como, el proceso social y empresarial por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor con otros.



**El marketing; más que ninguna otra función de negocios se ocupa de los clientes. Crear valor y satisfacción para los clientes construye el corazón del pensamiento y la práctica del marketing moderno.**

Ya sabemos que para todo negocio no hay nada más importante que buscar la forma de satisfacer las **necesidades** de los clientes, y si se entienden bien las necesidades de los clientes, desarrollarás **productos** que ofrecen mayor **valor**, les asignaras precios apropiados, los distribuye y promueve de manera eficaz esos productos se venderán más fácilmente por tanto la venta y la publicidad son solo una parte de la mezcla del marketing

#### Términos importantes:

##### Necesidades, deseos y demandas

Los deseos son la forma que adoptan las necesidades humanas moldeadas por la cultura y la personalidad individual

Necesidades, estado de carencia percibida.

Demanda, deseo humano respaldado por el poder de compra.

Valor

Publicidad

Promoción

ventas

Marketing, proceso social y gerencial por el que individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando productos y valor con otros.

Los términos mencionados anteriormente son los que nos van a introducir a la temática objeto de estudio.

Una vez que conocemos el concepto de marketing, veremos que es el análisis del marketing.

## Análisis del marketing

Según Kotler y Armstrong (2001), la administración de la función de marketing inicia con un análisis completo de la situación de la empresa. La empresa debe de analizar sus mercados y su entorno de marketing para encontrar oportunidades atractivas y evitar amenazas externas, debe de estudiar sus puntos fuertes y débiles del negocio, así como sus acciones de marketing actuales y potenciales, para determinar que oportunidades puede aprovechar mejor. El análisis del marketing proporciona información a las otras tres funciones de la administración del marketing: Planeación, implementación y control del marketing.

### 1.3.1. Planeación del marketing

La planeación del marketing, implica decidir que estrategias del marketing ayudaran a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos generales. Se requiere un plan de marketing detallado para cada ramo, producto o marca.

#### ¿Qué es un plan de marketing?

Un plan de marketing es una herramienta importante para gestionar los esfuerzos de una empresa para sus acciones de comunicación, atención, promoción y presencia de marca. Es parte del plan de negocio, pues ayuda alcanzar las metas establecidas.

#### ¿Para qué sirve un plan de marketing?

Diseñar tu plan de marketing te ayudará a establecer los distintos aspectos clave de cada campaña, incluyendo su misión, personas, presupuesto, tácticas, etc. Incluir esta información en un solo documento, te hará más fácil dar seguimiento a cada estrategia y detectar qué está funcionando, qué aspectos necesitan mejorar y cuáles han sido los resultados para dar seguimiento y medir el éxito de tus campañas



## CUANDO NO SÉ A DÓNDE IR, CUALQUIER CAMINO ME LLEVA ALLÍ

### ¿Qué aspectos tiene un plan de marketing?

1. **Resumen ejecutivo**, presenta un breve resumen de los principales objetivos y recomendaciones del plan.
2. **Situación del marketing actual**, describe el mercado meta y la posición del negocio en él, o incluye información acerca del mercado, el desempeño del producto, la competencia y la distribución.
3. **Análisis de amenazas y oportunidades**, evalúa las principales amenazas y oportunidades que el producto podría enfrentar y ayuda a anticipar sucesos positivos y negativos importantes que podrían afectar al negocio.
4. **Objetivos y puntos clave**, expresa los objetivos del marketing que quiere alcanzar durante la vigencia del plan y analiza los puntos clave que afectaran su logro. Por ejemplo, si la meta es alcanzar una participación de mercado del 15% esta sección estudia la forma de cómo alcanzarlo.
5. **Estrategias de marketing**, traza la lógica de marketing con el que la unidad de negocio espera alcanzar sus objetivos de marketing y las características específicas de los mercados metas, el posicionamiento y los niveles de gastos del marketing. Se delinean estrategias específicas para cada elemento de la mezcla del marketing y se explica cómo cada uno responde a las amenazas, oportunidades y puntos clave que se detallaron en secciones anteriores del plan.
6. **Programa de acción**, detallan la forma en que las estrategias de marketing se convierten en programas de acción específicos que contesten las siguientes preguntas: ¿Qué se hará? ¿Cuándo se hará? ¿Quién se encargará de hacerlo? ¿Cuánto costará?
7. **Presupuesto**, es un estado de resultado proyectado. Muestra las ganancias esperadas, número de unidades que se venderán y los costos esperados (producción, distribución y marketing).
8. **Controles**, delinea la forma en que se vigilará el avance y permite estudiar los resultados de la implementación y detectar los productos que no están alcanzando sus metas.



### ¿Te has preguntado, cómo hacer un plan de marketing?



- Revisa tu año anterior y el de tu competencia
- Haz una lista de objetivos comerciales importantes
- Haz una lista de los objetivos de marketing más importantes (ejemplos: alcanzar

- 1000, seguidores en Facebook, lograr 100 clientes potenciales calificados semanales)
- Describe las campañas de marketing que más te interesan
  - Elige cómo medir resultados y dar seguimiento a tus esfuerzos de marketing

### EJERCICIO:



1. ¿Por qué es importante para un negocio hacer un plan de marketing?
2. ¿Por qué se dice que lo más importante para un negocio es satisfacer las necesidades de los clientes?
3. Tomando en cuenta el emprendimiento asignado realice el siguiente análisis:

#### a. Análisis de la competencia

Resumen del análisis	Emprendimiento	Competencia 1	Competencia 2	Competencia 3
Nombre				
Tamaño				
Precios				
Canales de comunicación				
Canales de distribución				
Estrategias promocionales				

#### b. Hacer un registro semanal de las ventas

REGISTRO SEMANAL DE VENTAS				
Periodo de reporte: RESULTADO FINAL				
Producto Vendido	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Venta Total
<b>TOTAL</b>				

Fuente/Registro de costos y ventas para pequeñas empresas/Swisscontact

#### c. Haga una proyección de las ventas (tomando en cuenta las ventas anteriores y la temporada.

### 1.3.2. Marketing digital

El marketing digital es la actividad que promueve una marca en entornos de internet al realizar una comunicación digital. Busca conocer una audiencia, entender el mercado y atraer a las personas para convertirlas en clientes a través de distintos canales y mediante diferentes estrategias.

**El objetivo del marketing es conocer y entender tan bien al consumidor, que el producto o el servicio se adapte a él como un guante y pueda venderse por si solo.**

Peter Drucker

[www.media.com/blog](http://www.media.com/blog)

Dichos canales pueden ser los buscadores, redes sociales, sitios web y correos electrónicos, entre otros, mediante los cuales se creará una experiencia satisfactoria.

#### Gestión de redes:

Es un conjunto de acciones diarias que desarrollas en tus medios para promocionar no solo tu negocio, sino principalmente para acercar y fidelizar a los usuarios. Estas acciones van desde la elección de la red social en la que crearás un perfil hasta el análisis de un contenido a ser publicado.



#### Como hacer una buena gestión de las redes:

##### I. Conoce bien tu audiencia (segmentar el mercado).

Sin lugar a dudas, seleccionar la audiencia apropiada es una de las partes más importantes de la estrategia promocional. Un mensaje promocional que se envía a la audiencia equivocada está condenado al fracaso. Los mensajes promocionales deberán dirigirse hacia un objetivo específico para el cual se diseña todo el programa de marketing.



Sin embargo, existe una sutil diferencia entre el **mercado objetivo** y la **audiencia objetivo**. Por ejemplo, el mercado objetivo de los juguetes para niños es, en primera instancia, los niños, aunque las audiencias objetivo podrían incluir al niño, a sus padres, a las diferentes agencias gubernamentales relacionadas con la seguridad del producto y a los grupos de consumidores interesados con el bienestar de los niños. En este caso, la audiencia objetivo es mucho mayor que el mercado objetivo. El caso opuesto también es posible.

**Para que el gerente de promoción diseñe en forma adecuada la audiencia objetivo apropiado, como punto de partida es necesario familiarizarse con el producto, determinar quién lo utiliza, como se utiliza y quien influye en su compra y empleo.**

Al crear un anuncio publicitario se debe de estar claro a que cliente va dirigido o sea la audiencia (nicho de mercado)

## ¿Qué información se debe de tener de la audiencia?

- 1- Edad (lenguaje)
- 2- Nivel de instrucción.
- 3- Que medios digitales utiliza
- 4- Gasto promedio.
- 5- A quien le está comprando.



### Definir a un cliente ideal

Permite entender cuáles son las coordenadas que se pueden utilizar en el mensaje publicitario.

Identificar las características de cada público objetivo para que puedan llegar hasta éste, mediante mensajes adecuados de comunicación de marketing y publicidad.

## 2. Selecciona las principales redes sociales (Facebook, WhatsApp, Instagram etc.



La publicidad en Facebook es una de las redes sociales más utilizada por las marcas y empresas, ya que cuenta con millones de usuarios activos y continúa creciendo.

Para crear tus campañas publicitarias, necesitas una página de empresa y una cuenta publicitaria. Además, cuenta con una plataforma, llamada Facebook Business Manager, con la que podrás gestionar la publicidad de varias cuentas desde un mismo lugar.



### Publicidad en Instagram

Para realizar publicidad en Instagram debemos hacerlo desde la plataforma de Facebook,

<https://anaivars.com/publicidad-en-redes-sociales-que-es-y-como-funciona/>



**Publicidad en WhatsApp:** es una red social más personalizada, apta para subir historias en los estados.

**Formato para analizar la marca:**

ROL				
OBJETIVO				
PRINCIPAL ACTIVIDAD				
TONO				
PERSONALIDAD				

Fuente/marketing de contenido en redes sociales para emprendedores/CARCIP

**Análisis de la marca de la Tienda Valentina's Store:**

	PAGINA WEB	FACEBOOK	INSTAGRAM	WHATSAPP
ROL	Informar	Generar vínculo	Asegurar su fidelidad	Establecer relaciones
OBJETIVO	Informar sobre las ofertas, los precios, tallas, material y marca.	Generar vínculos con la comunidad, a través de imágenes y conversaciones	Aumentar engagement	Incrementar relación y fidelidad
PRINCIPAL ACTIVIDAD	Proporcionar información sobre el negocio y su producto	Informar y construir lazos	Aclarar dudas, brindar información.	Entablar comunicaciones
TONO	Informativo	Consejero, cercano	Amistoso	cercano
PERSONALIDAD	Responsable, segura.	Segura, cercano	confiable	Confiable, conversador

Fuente/ Msc. Rodríguez Orbelina. – Br. Escoria Xochil

**Engagement:** compromiso entre la marca y la audiencia, interacciones que ocurren en respuesta al contenido que se publica (cuantos comentarios y cuantas veces fue compartida la publicación, se debe de analizar si los comentarios son positivos)

**3. Ten un objetivo,** debe de estar claro que se pretende lograr con la publicidad.**Ejemplo:**

- Informar sobre la marca y sus productos.
- Informar sobre las ofertas especiales,
- Generar emotividad y experiencia de marca a través de las imágenes.
- Incrementar las ventas en X% en una fecha especial.

**4. Seleccionar el mensaje:**

Determinar con exactitud que decir a la audiencia escogida es un proceso importante y difícil. La clave es el tema, por ejemplo, si se quiere promover una bebida dietética, un vino, un café etc. ¿qué tema se trataría de cubrir en cada caso? Un ejemplo del uso exitoso de un tema por parte de una compañía en varios grupos de marketing, es la famosa campaña Marlboro que comenzó hace cerca de 50 años, el tema del “vaquero rudo” puede funcionar incluso en la actualidad, cuando fumar cigarrillos tiene menor aceptación social. Así, los fumadores pueden verse como independientes y rudos para continuar fumando.

El diseño de tu mensaje tiene que ser atractivo para tu mercado potencial, así que usa gráficos, encabezados y copias que llamen la atención y causen que el lector tome acciones. Ofrece cupones o descuentos para animar a los clientes a comprar.

**Formular el mensaje requiere la solución de cuatro problemas: que decir (contenido del mensaje), como decirlo en forma lógica (estructura del mensaje), como decirlo de manera simbólica (formato del mensaje) y quien debe de decirlo (fuente del mensaje).**

**Contenido del mensaje:** el comunicador debe de pensar que decir a la audiencia meta para producir la respuesta deseada. Además, se debe de formular algún tipo de beneficio, motivación identificación o razón de porque la audiencia piensa en el producto o investiga al respecto. Se pueden distinguir tres tipos de atractivos: los atractivos racionales, atraen el interés de la audiencia por si misma, los atractivos emocionales, intentan fomentar emociones negativas o positivas que motivaran a la compra, los atractivos morales, se dirigen hacia el sentido de la audiencia de lo que es correcto y apropiado.

#### **Uso adecuado de los colores:**

La psicología del color es de mucha importancia por lo que se debe de entender que el color puede causar que se atraiga al público objetivo o se genere una repulsión ante el contenido, por eso es importante conocer que es lo que el color comunica y ser efectivo a la hora de comunicar. A continuación, se detalla el uso adecuado de los colores:

COLOR	EXPRESA	SE USA
<b>AZUL</b>	Profesionalismo, conocimiento, confianza, seriedad, integridad, sinceridad, calma y sobre todo infinito.	Empresas del sector bancario aerolíneas, productos medicinales y productos tecnológicos
<b>ROJO</b>	Peligro, atracción, pasión, dinamismo, energía, calidez y agresividad, llama mucho la atención.	Marcas de consumo humano y en marcas que quieren influir dinamismo en las personas, negocios que venden productos para el amor y la amistad.
<b>VERDE</b>	Expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo, está relacionado con la naturaleza, la vida y la salud. Se asocia con las plantas, la naturaleza y el dinero, llama a la calma. Sus principales emociones son: naturaleza, ética, crecimiento, frescura, serenidad y orgánico.	Productos ambientales, negocios asociados con el dinero, la salud.
<b>AMARILLO</b>	Se le asocia con el calor, la luz, la felicidad, la alegría y el optimismo. Significa diversión, inteligencia, juventud, belleza, traición, sexualidad y creatividad	Se usa en restaurantes para estimular el apetito
<b>NARANJA</b>	Dinamismo, juventud, alegría y diversión. Emociones del color naranja: innovación, modernidad, juventud y diversión.	Productos dirigidos a las personas con actitud alegre. Positivas y de pensamiento juvenil

<b>PURPURA</b>	Lujoso, realeza, sabiduría, dignidad, misterio y espiritualidad	Usado en marcas asociadas a los contenidos de fantasía, asociados con la creatividad, el conocimiento y la imaginación.
<b>ROSA</b>	Diversión, delicadeza, romántico, inocencia. Color asociado a las flores y a las mujeres en general.	Utilizado en marcas para público femenino, romántico y delicado. Utilizado por los pintores
<b>CAFÉ</b>	Masculino, rural, madera, natural, tierra, simplicidad y rustico	Utilizado en marcas asociadas con el café y el chocolate por su color y en las que expresan humildad y masculinidad
<b>BLANCO</b>	Pureza, limpio, sencillez, ingenuidad, nobleza y suavidad. Buen color para expresar lo puro, lo bueno y lo noble.	Utilizado en espacios pequeños para dar sensación de amplitud
<b>NEGRO</b>	Poder, elegancia, satisfacción, prestigio, valor, atemporalidad, muerte y noche.	Marcas que transmiten elegancia, simplicidad, poder

Fuente: Elaborado Msc. Rodríguez G. Orbolina, información (mercadotecnia digital 2.0)

**Estructura del mensaje.** La efectividad de un mensaje depende de su estructura, al igual que de su contenido.

**Formato del mensaje.** El comunicador debe desarrollar un formato fuerte para el mensaje. Si se debe transmitir el mensaje por medio del producto o su empaque, el comunicador debe de poner atención en el color, textura, esencia, tamaño y forma.

**Fuente del mensaje.** Los mensajes transmitidos por fuentes atractivas captan mayor atención y recuerdo.

### Cómo escribir títulos persuasivos 5 técnicas de Copywriting,

- **Fórmula de los números:** el título se vuelve más atractivo, más atrayente. El siempre hecho de poner un número vuelve la estrategia o argumento más atrayente. Ejemplos: 5 técnicas para, 3 secretos que no sabías sobre, 5 errores más comunes que están frenando tu crecimiento.
- **Fórmula de la pregunta:** en lugar de utilizar una afirmación se debe de transformar en una pregunta, el formular una pregunta hace que el visor haga clic. Ejemplo: ¿Cómo escribir?, sabias qué?
- **Fórmula de la sencillez:** el problema que resuelves en el mercado transfórmalo en algo simple. Ej: Rápido te cuento cómo gané 1000 dólares en 1 semana, secreto, gratis, mejor, descubre el secreto para mejorar tus ingresos.
- **Utilizar palabras persuasivas:** en la comunicación existen palabras que llaman la atención como: secreto, gratis.
- **La gran promesa:** dar una gran promesa al cliente, para saber de que se trata la promesa debe de ser real sino el cliente te ignorará. Ej: Cómo ganar 1000 seguidores en 20 minutos. (Eficaz, Cómo escribir títulos persuasivos, 2022)



Redacte un título persuasivo, utilizando las 5 técnicas estudiadas, utilice el siguiente recuadro

## 5. Elabora contenidos relevantes (imágenes, videos, estados, anuncios, infografías, historias etc.

### Según el emprendedor eficaz, para resaltar tu publicidad:

- El contenido debe de tener un factor que llame la atención (presentación diferente)
- Debe de tener algo particularmente atrayente (idea diferente)

Ley básica de los negocios, oferta y demanda= los productos interceptan con personas que están buscando esos productos (oferta: atrayente, algo que la competencia no está proponiendo.

## 6. Agenda tus publicaciones.

La agenda de publicaciones es un documento (Excel) donde a modo de calendario vas a definir cada una de las publicaciones. Se estructura en líneas y columnas, correspondiendo cada línea a la publicación de un día y las columnas indicarán (día, tema, objetivo, red social, formato)



CALENDARIO DE PUBLICACIONES						
FECHA	HORA	CONTENIDO	OBJETIVO	FORMATO	RED SOCIAL	
SEMANA 1	8am	Comercial	Aumentar las ventas, aumentar seguidores	VIDEO		
SEMANA 2	6pm	Contenido de valor	informar a los clientes sobre el producto	REELS	(videos verticales cortos)	
SEMANA 3	3pm	Variedad de productos	informar a los clientes sobre el producto	IMAGEN		
SEMANA 4	5pm	Variedad de productos	informar a los clientes sobre el producto	IMAGEN		

## 7. Mide los resultados

En esta última etapa se le da un seguimiento al plan, incluso desde su puesta en marcha, para la medición paulatina del mismo.



**Indicador de gestión (KPI):** es una forma de medir si el negocio está alcanzando su objetivo del uso de las redes sociales

RED SOCIAL	MEDIR EL RESULTADO
FACEBOOK	El alcance de las publicaciones, reacciones y seguidores, interacciones del post con el público, mención de la marca, compartidos, cuantos compraron
INSTAGRAM	Media de seguidores diarios, captación por publicación, comentarios, reacciones, reproducciones, cuantos compraron
WHATSAPP	Cuantas personas vieron los estados, cuantas reaccionaron cuantos compraron.

## Tips para la publicidad en redes:

1. Crea contenido relevante, que llamen la atención a la audiencia y con toda la información necesaria. (hazlo en 30 segundos)
2. Describe escenas concretas.
3. Utiliza un lenguaje sencillo.
4. Utiliza historias personales con las que se identifique el interlocutor.
5. Responde de forma rápida.
6. Comparte fotos con los clientes.
7. Agradece a los usuarios.
8. Ofrece beneficios.

9. Despierta emociones.
10. Celebra fechas importantes.
11. Diseña encuestas con objetivos definidos.
12. Agenda tus publicaciones.



### **Orientaciones generales:**

Estimados participantes, a continuación, se detalla el contenido del trabajo sobre la gestión de redes:

1. Introducción.
2. Nombre del emprendimiento:  
Definición del producto:
3. Detallar como se identifica en las redes que utiliza

4. Selección del público objetivo:

#### **Segmentación geográfica:**

País: Ciudad:

Ubicación:

#### **Segmentación demográfica:**

Género: Edad:

#### **Poder adquisitivo:**

#### **Segmentación conductual:**

#### **Segmentación psicográfica:**

5. Objetivos que desean alcanzar:

#### **Objetivo general:**

#### **Objetivos específicos:**

}}

6. Explicación de los formatos de contenido que utiliza el emprendimiento (ejemplo de una tienda: en los estados de WhatsApp e historias en Instagram: imágenes anunciando nuevas colecciones a la venta.

Imágenes:

Videos:

Estados:

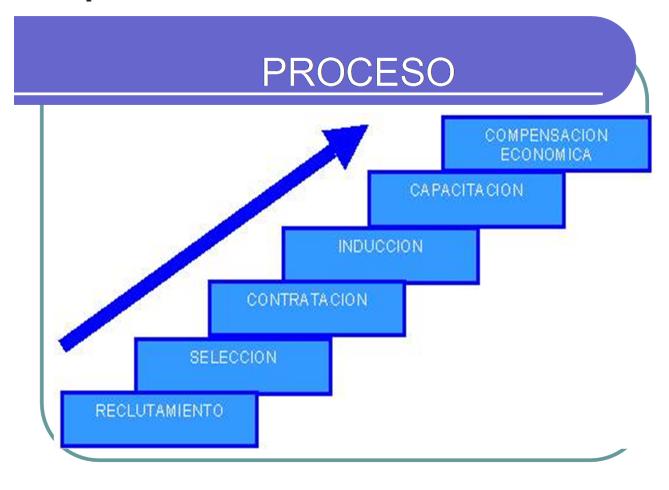
Infografías:

7. Selección de los canales de comunicación (redes sociales)
8. Logotipo.
9. Análisis de la marca (formato para analizar la marca)
10. Creación del ecosistema de la marca.
11. Presentar estrategias para el público.
12. Creación de dos contenidos digitales.
13. Calendario de publicación en las redes.
14. Preguntas frecuentes.
15. Como se medirá el resultado en las redes.

#### **Recuerde:**

1. El mensaje debe de ser atractivo, poner en práctica su creatividad.
  2. Hacer uso adecuado de: los colores, imágenes, formato y contenido.
  3. La oferta debe de llamar la atención para la audiencia.
  4. Justificar el texto.
  5. Darle un formato atractivo al trabajo.
  6. Darle seguimiento al contenido del trabajo (completo)
  7. Una vez finalizado convertirlo a pdf
  8. Preparar una presentación en power point.
- Deben de subir el trabajo a classroom

#### **1.4. Gestión del personal (reclutamiento, selección, contratación, inducción, capacitación, evaluación del desempeño**



El proceso de la gestión de personal sigue el siguiente procedimiento:

**I.4.1. Identificación de la vacante:** es importante que el emprendedor evalúe cual es la necesidad de recursos humanos que tiene su emprendimiento, tomando en cuenta los requerimientos y las características que debe de tener la persona que desea contratar. Ejemplo en una panadería se necesita personal para la atención al cliente, el candidato debe de ser una persona que tenga habilidades de comunicación, con buenas relaciones humanas y presentación personal.

**I.4.2. Reclutamiento,** una vez que se ha identificado la vacante, se sigue el proceso de divulgar la existencia de esa vacante haciendo uso de las redes sociales o de los medios de comunicación para lo cual se debe de redactar un mensaje, que contenga la siguiente información (que necesita, requisitos, salario, donde y cuando deben de llevar los documentos y con quien se deben de avocar).

**I.4.3. Selección,** es la escogencia del individuo adecuado para el cargo, se selecciona entre los candidatos reclutados al más idóneo. A través de una pequeña entrevista.

Aspectos a evaluar en la entrevista:

Candidatos	Hoja de vida	Puntualidad	Forma de vestir	Uso del lenguaje corporal	Pertinencia de las respuestas
Candidato 1					
Candidato 2					
Candidato 3					

**I.4.4. Contratación,** puede ser verbal o escrita (se llena el contrato de trabajo donde queda claro: el salario, la fecha de pago, las funciones que va desempeñar, duración del contrato entre otros).

**I.4.5. Inducción,** es el procedimiento a través del cual se le da a conocer al trabajador todo lo referente a: el negocio, el producto o servicio, se le explica bien cuáles son sus funciones, se presenta con los compañeros de trabajo, los valores, las áreas, precios etc.

#### **Contenido de un programa de inducción:**

1. Bienvenida.
2. La empresa
3. Productos que vende
4. Proceso
5. Relaciones de trabajo  
Clases de relaciones de trabajo.  
Jornada y horario de trabajo.  
Salario e incentivos.  
Días de descanso y vacaciones  
Permisos.

6. Seguridad e higiene industrial.
7. Rutina diaria del empleado.
8. Recorrido por las instalaciones.
9. Presentación ante el superior
10. Descripción del trabajo (deberes y normas)

**I.4.6- Evaluación al desempeño,** es importante evaluar cómo está realizando sus funciones el nuevo trabajador y determinar cuáles son sus fortalezas y debilidades.

**I.4.7- Capacitación,** como resultado de la evaluación al desempeño el emprendedor se puede dar cuenta si el trabajador necesita capacitación y en que temáticas. Este tema se mirará con mayor detalle en el cuarto módulo.



- I. Tomando en cuenta el emprendimiento supóngase que necesita personal para lo cual debe de hacer lo siguiente:
  - Identificación de la vacante. (requisitos- cualidades del candidato)
  - Redacte el aviso que debe de divulgar en las redes sociales.
  - Redacte una entrevista de trabajo y los aspectos a evaluar.
- Hacer un programa de inducción.



# Módulo 2

Formalización de las Mipymes



## Objetivo

Aplicar los pasos para la formalización de las Mipymes enrumbadas a la generación de mayor competitividad.

## Contenido

- 2.1.Diagnóstico del estado actual de la legalización de las Mipymes.
- 2.2.Trámites requeridos para la formalización de los negocios (Alcaldía, DGI, MINSA , INSS, otros).



## Estrategía de Entrada



Este es el segundo tema del curso denominado, formalización de las Mipymes, en el cual se desarrollarán diferentes actividades propias que expliquen el paso a paso hasta lograr una mayor legalización de los actos de comercio que se realice en un emprendimiento familiar.

Se iniciará con un pequeño diagnóstico del estado en que se encuentra la Mipyme en el ámbito de formalización.

## 2.1. Diagnóstico del estado actual de la legalización de las Mipymes.

En un reciente estudio realizado por la fundación suiza de cooperación para el desarrollo técnico, se muestran datos del año 2020, en relación al crecimiento económico por sector, en el que se evidencia que el sector terciario, donde predominan las Mipyme, reportó una recuperación del 4.9% en el comercio, la que en relación a 2018 iba en descenso.

También se exponen las cifras oficiales del censo económico urbano, que revela que en Nicaragua existían 175,298 establecimientos en el sector urbano, de los cuales 173,807 eran Mipyme.

En Nicaragua las distintas barreras que enfrentan las Mipymes a nivel nacional están relacionadas con:

- Bajo nivel de capacitación.
- Muy limitado acceso a centros de capacitación y asesorías.
- Muy limitado acceso a servicios financieros.
- Poco seguimiento de proyección al mercado para optimización del negocio.
- Poco acercamiento a establecer vínculos y/o asociaciones con empresas sólidas en el mercado, para el desarrollo de cadenas productivas y mejorar la competitividad.
- Poco conocimiento sobre aspectos legales y/o regulatorios orientado a las Mipyme.
- Desconocimiento de aranceles del país donde se va a exportar.



De las Mipyme estudiadas, la mayor parte, se dedica a la venta de comidas y bebidas (restaurante, comedor, cafetería, etc.) (35%), seguido de elaboración de productos tortillas (18%), elaboración de productos de panadería (17%) y fabricación de prendas de vestir y otros productos textiles (8%).

Un alto porcentaje de las Mipymes objeto del estudio no están legalmente constituidas (60%). Solamente un 6% cuenta con la inscripción ante la DGI, alcaldía e INSS.

En cuanto a la legalización, en la región de las Segovia existen 6 tipologías de licencias y certificados que les permiten a las Mipyme mayor competitividad y la entrada a nuevos mercados, entre estas se destacan: 1. Licencia/registro sanitario; 2. Certificado de salud de los trabajadores; 3. Programa de buenas prácticas de manufactura (BPM); 4. Competencias laborales; 5. Procedimientos para controlar y asegurar la calidad de sus productos y servicios; y 6. Sistema de gestión de la calidad.

Todo lo antes mencionado nos confirma que es necesario tener siempre una perspectiva realista del negocio.

### 2.1.1. Formalizar el emprendimiento permite acceder a múltiples beneficios tales como:

- Posibilidad de acceso a financiamiento.
- Acceder a mercados nacionales e internacionales.
- Convertirte en proveedor de bienes y servicios del estado.
- Tener acceso a beneficios fiscales.



**Es imprescindible saber de dónde se parte y hacia dónde se va.**

### **2.1.2. Diagnóstico en las Mipymes**

El diagnóstico implica, en principio, un análisis en profundidad de las principales áreas de gestión de un negocio, una evaluación con base en herramientas idóneas para conocer la situación de la empresa. Por otro lado, el emprendedor podrá conocer con detalle no solo las debilidades que se detecten, sino también las fortalezas en las áreas de gestión.

Por lo tanto, al tener un entendimiento más profundo sobre la organización y sus resultados reales, surgirá la oportunidad de resolver problemas de manera práctica.

Es decir, el conocimiento de la situación del emprendimiento permitirá priorizar la atención de las áreas.



Fuente: <https://www.gestionar-facil.com/diagnostico-de-una-empresa/>

Lo común es que un diagnóstico se apoye en un método de preguntas, respuestas y feedback.

### 2.1.3. Áreas clave en el proceso de diagnóstico

El proceso de diagnóstico típico involucra las 5 principales áreas que todo negocio posee:

- Administración
- Contabilidad marketing y ventas.
- Producción y operaciones.
- Recursos humanos.



#### Actividad de Aprendizaje Ponga en práctica lo aprendido

##### I. Con la información proporcionada en este curso realice un diagnóstico del emprendimiento que acompaña, los siguientes aspectos lo dirigirán a esta tarea.

- I.1. Describa el estado actual del emprendimiento en cuanto al tema de legalización.
- I.2. Si el emprendimiento ha iniciado alguno de los trámites de legalización, indique cual ha realizado.
- I.3. Si el emprendimiento no ha realizado ninguno de los trámites de legalización, indague por qué no lo ha hecho. ¿cuáles son los principales impedimentos para iniciar?
- I.4. Pregunte al emprendedor que acompaña, si tiene registrada su marca, emblema o logo. De ser positiva la respuesta, pregunte por los beneficios le ha traído este registro.
- I.5. Si la respuesta a la pregunta anterior es negativa, pregunte al emprendedor ¿sí le gustaría registrar su marca? ¿por qué no lo ha hecho?
- I.6. Pregunte al emprendedor, si estaría dispuesto a recibir acompañamiento para la legalización de su emprendimiento y para el registro de marca y patentes. Si la respuesta es negativa, pregunte ¿cuáles son las razones por las que no se dejaría acompañar?

**Lo ideal es no improvisar, pues se trata de la salud de nuestro emprendimiento.**

## **2.2. Trámites requeridos para la formalización de los negocios (Alcaldía, DGI, MINSA, INSS, otros).**

Emprender y montar un negocio propio es un sueño que muchos han cumplido. Sin embargo, el trabajo de los comerciantes no termina con la apertura de una tienda física o virtual. Es necesario formalizar el negocio para fortalecerlo y hacerlo crecer.

La formalización consiste, básicamente, en cumplir con los requisitos legales que exige un país para comercializar bienes y servicios. Se trata de ejercer una actividad económica, como la venta de productos, bajo las normas del estado. Formalizar un negocio, genera distintos beneficios. A continuación, se presentan:

1. **Acceso a financiación.** En sus primeras etapas, los negocios suelen emplear recursos propios. Pero, a medida que pasa el tiempo, pueden requerir de alternativas de financiación que les permita seguir creciendo. La formalización facilita el acceso de los negocios a los préstamos que ofrecen las entidades financieras. Muchas veces, se niegan solicitudes de créditos porque el comercio no cumple con los requisitos legales.
2. **Participación en capacitaciones.** Los negocios formales pueden acceder a varios programas educativos, capacitaciones y cursos de formación gratuitos que ofrecen entidades públicas y privadas. En estos espacios, los emprendedores y comerciantes adquieren herramientas y conocimientos que les permitirán fortalecer sus habilidades, mejorar sus negocios e incrementar las ventas.
3. **Seguridad jurídica.** Cuando su emprendimiento y negocio es reconocido legalmente, es más fácil para las autoridades ayudarle en el caso de que surja algún imprevisto legal.
4. **Confianza en sus clientes.** Si su negocio está formalizado, podrá generar mayor confianza y credibilidad en las personas, pues tendrán la seguridad de que están comprando a un comerciante que cumple con las normas y requisitos legales.
5. **Manejar las finanzas del negocio adecuadamente.** Separar sus cuentas personales de las de su negocio es importante para manejar adecuadamente las finanzas del comercio. Mezclarlas, por el contrario, puede traer algunos inconvenientes, como afectar su rentabilidad, retrasar los pagos, entorpecer la toma de decisiones o dificultar el acceso a financiación. Al formalizar su negocio tendrá la opción de abrir una cuenta empresarial en alguna entidad bancaria. Así, los gastos e ingresos de su tienda física o virtual estarán separados de sus finanzas personales.

Según el MEFCCA, formalizar un negocio permite acceder a múltiples beneficios tales como:

- Posibilidad de acceso a financiamiento.
- Acceder a mercados nacionales e internacionales.
- Convertirse en proveedor de bienes y servicios del estado.
- Tener acceso a beneficios fiscales.

A continuación, se presenta el conjunto de entidades que se debe visitar y forman parte de la ruta paso a paso para formalizar los pequeños emprendimientos en Nicaragua.

Según el registro único Mipyme (RUM), muestra los siguientes beneficios:

Las empresas industriales de los sectores priorizados pueden exonerar materias primas, bienes intermedios y bienes de capital del 15% del IVA;

Clasificar al “sector de actividad micro y pequeña industria artesanal y turística nacional” según acuerdo ministerial sobre salario mínimo;

De conformidad a la guía del emprendedor de Nicaragua Creativa muestra todos los beneficios que es posible obtener si una Mipyme se formaliza;



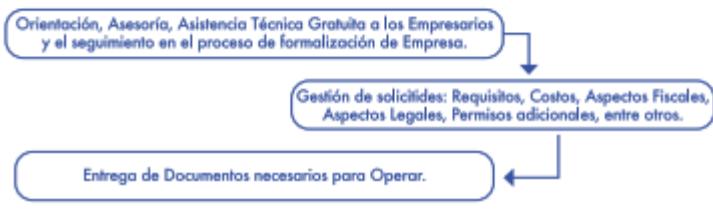
#### ► Beneficio de estar formalizado para los negocios

- Acceso a beneficios fiscales de acuerdo a la lista taxativa.
- Las exportaciones de bienes de producción nacional o servicios prestados al exterior se le aplicara una tasa del 0% de Impuesto al Valor Agregado (IVA).
- Puede aplicar un crédito tributario a los anticipos o IR anual con previo aval de la administración tributaria en un monto equivalente al 1.5% del valor FOB de las exportaciones.
- Al realizar inscripción ante INSS y Ministerio del Trabajo, se aplica el salario mínimo para MIPYME.
- Acceso a los programas y proyectos impulsados por nuestro buen gobierno. Oportunidad de participar de ferias y ruedas de negocios y eventos a nivel internacional.

#### ► ¿Dónde iniciamos el proceso de formalización de nuestro negocio?

**VUI:** La ventanilla única de inversiones es un centro de formalización empresarial, donde puedes dirigirte para inscribir tu negocio bajo la modalidad de régimen general persona natural y régimen general persona jurídica.

#### ► ¿Qué servicios puedes encontrar en la Ventanilla Única de Inversiones VUI?



Aquí se comienza a detallar cada una de las instituciones y pasos que se debe seguir para lograr dicha formalización de las Mipymes, donde se establece la ruta con el orden de prioridad a visitar, que se encuentran contenidas en diferentes instrumentos y direcciones de web, que se advertirá en las instituciones que se señalan:

## 2.2.1. Dirección General de Ingresos

La DGI, es una institución descentralizada con autonomía administrativa y financiera, cuyo objeto es aplicar y hacer cumplir las leyes, actos y disposiciones que establecen o regulan ingresos a favor del estado, que están bajo la jurisdicción de la administración tributaria, a tal efecto, anualmente recibe una partida presupuestaria, para ejecutar el cumplimiento de sus fines e impulsar una mayor eficiencia en la recaudación de todos los tributos.

### 2.2.1.1. Guía del emprendedor de Nicaragua Creativa.

Esta refiere la ruta a seguir en la DGI.

#### Inscripción persona natural (cuota fija y régimen general)

##### Administración de renta.

##### RUC, (Registro Único de Contribuyente)

Acude a la Administración de Rentas más cercana al domicilio donde realizará su actividad económica, presentando los siguientes Requisitos:

##### Persona Natural (CUOTA FIJA):

1.Tener la edad de 18 años cumplidos.

2.Documento de identificación ciudadana:

a)Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.

b)Nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base al artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.

c) Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la Ley N° 761, Ley General de Migración y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición 1 (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.

3.Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Debe presentar al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. Si la factura no está a su nombre, debe adjuntarle constancia de la persona que aparece reflejada en la misma.

4.En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite, la representación deberá ser mediante un escrito simple.

##### Persona Natural (RÉGIMEN GENERAL):

1. Tener la edad de 18 años cumplidos.

2. Documento de identificación ciudadana:

a)Nacionales: Cédula de Identidad Ciudadana, de acuerdo a lo establecido en el literal f) del artículo 4, de la Ley N° 152 Ley de Identificación Ciudadana.

b)Nacionales residentes en el exterior: Pasaporte y/o Cédula de Residencia en el extranjero, en base al artículo 1 de la Ley N° 514 Ley de Reforma a la Ley N° 152, Ley de Identificación Ciudadana.

c)Extranjeros: Pasaporte extendido por la autoridad competente de su país de nacionalidad, de conformidad a lo establecido en Artos. 87, 89 y 213 de la Ley N° 761, Ley General de Migración y Extranjería; Arto. 65, inciso 2 y Arto. 69, inciso 1.3 de su reglamento. La Cédula de residencia permanente condición 1 (A TRABAJAR) queda de manera opcional, o sea si la persona solicita que la inscriban con dicho documento.

3. Documentos para hacer constar el Domicilio Fiscal:

Al menos una de las siguientes facturas de servicios básicos: agua, luz, teléfono o contrato de arriendo del inmueble. En caso de que las facturas mencionadas no estén a nombre del solicitante, debe presentar "Declaración Notarial", indicando las generales de ley (nombre, estado civil, oficio, dirección domiciliar, dirección del negocio o empresa y la dirección para oír notificaciones).

4. Servicios Profesionales: Título o Carta de Egresado, que lo acredita como Técnico o Profesional, emitido por el Instituto Técnico o la Universidad correspondiente, sin perjuicio de que quien no posea estos documentos también están obligados a inscribirse en el Registro Único del Contribuyente (RUC).

**Importante:** Las nuevas cedulas RUC en material PVC, serán revalidadas cada dos años, previa actualización de los datos por parte de los contribuyentes, lo que no implica el cambio de tarjeta PVC. Según aviso número DAC-/55-/10-2017. Publicado en la página WEB de la DGI el 13 de octubre del 2017.

► **¿Cuál es el costo de la inscripción en Dirección General de Ingresos - DGI?**  
La Administración Tributaria no aplica ningún arancel, pero si es importante señalar que, para el proceso de la inscripción se completa el formulario DUR (Documento Único de Registro) con el cual simultáneamente se inscribe en DGI, Alcaldía e Instituto Nicaragüense de Seguridad Social (INSS).

## 2.2.1.2. En el sitio diseñado para trámites <http://www.tramitesNicaragua.gob.ni/> se muestra así:

Registro del contribuyente

### Paso I Solicitar Formulario de Inscripción

¿dónde debe ir?

Entidad a cargo administraciones de rentas (DGI) de todo el país

Sitio web: <http://www.DGI.gob.ni/>

### Unidad a cargo dirección de asistencia al contribuyente

Lun: 08:00 - 05:00

Mar: 08:00 - 05:00

Mié: 08:00 - 05:00

Jue: 08:00 - 05:00

Vie: 08:00 - 05:00

### Sucursales DGI a nivel nacional

¿qué obtendrá?

Formulario de inscripción de registro al contribuyente (ver anexo 1 y 2)

### Actividad individual 2:



Considerando que ya está trabajando con un caso de protagonista del MEFCCA, llene el formato de la DGI con los datos que tenga disponibles del protagonista para obtención de número ruc con los colaboradores del emprendimiento que desarrolla. (ver anexo 1 y 2)

En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?

Espera en fila: min 5mn - max. 10mn

Tiempo de atención: min 5mn - max. 10mn

¿Qué normas justifican este trámite?

1. Ley creadora del registro único (1981) artículo 6
2. Reglamento de organización del ruc artículo 7
3. Ley no. 562: código tributario de la república de Nicaragua artículo 103

**Es bueno saber...**

**En éste paso el funcionario le orientará la forma correcta en la que tendrá que llenar el formulario.**

## **Paso 2 Verificar Documentos**

**¿Qué obtendrá?**

**Orden pago por matrícula municipal (ver anexo 3)**

**¿Qué información y documentos debe suministrar?**

### **Persona natural**

1. Documento de identidad (copia simple) cédula de identidad (persona natural, socios y representante legal nacional), pasaporte o cédula de residencia (extranjeros)
2. Documentos para hacer constar el domicilio tributario tales como recibos de: agua, luz, teléfono o contrato de arriendo. En caso, que el recibo no esté a su nombre, adjuntar constancia de la persona que aparece reflejada.
3. Carta poder en escrito simple  
Aplica para el régimen d cuota fija. En caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite.
4. Título o carta de egresado  
Emitido por el instituto técnico o la universidad correspondiente, en caso de servicios profesionales.
5. Poder especial de representación en caso de ser una tercera persona quien realiza el trámite de inscripción en régimen general de una actividad específica.

### **Persona jurídica**

**En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?**

**Espera en fila:** min 5mn - max. 10mn

**Tiempo de atención:** min 15mn - max. 20mn

**¿qué normas justifican este trámite?**

1. Decreto no. 850: ley creadora del registro único del ministerio de finanzas
2. Reglamento de la ley no. 822, ley de concertación tributaria
3. Ley de reforma a la ley no. 152, ley de identificación ciudadana
4. Ley no. 475 ley de participación ciudadana
5. Decreto no. 69-2005 reformas e incorporaciones al decreto no. 118-2001 artículo 70

**Es bueno saber...**

En el momento de la verificación de los documentos el funcionariado hará una revisión exhaustiva de los requisitos para asignar el código ciuu, según la actividad económica.

El pago de la matrícula municipal en la administración de renta solo aplica para contribuyentes con domicilio en las cabeceras departamentales.

**Paso 3 Solicitar Inscripción de Registro del Contribuyente**

**¿dónde debe ir? Entidad a cargo administraciones de rentas (DGI) de todo el país. Unidad a cargo dirección de asistencia al contribuyente**

**¿qué obtendrá?**

Constancia de inscripción definitiva (ver anexo 4)

Cédula RUC provisional (ver anexo 5)

Documento único de registro (DUR) (ver anexo 6)

Recibo de pago de matrícula municipal (ver anexo 7)

En concepto de matrícula municipal para persona natural

**Persona jurídica Nro 505**

En concepto de matrícula municipal para persona jurídica, si el capital es igual o menor de C\$ 50,000.00

O **Nro 0 - 1 %** en concepto de matrícula municipal para persona jurídica, si el capital es mayor de C\$ 50,000.00

**En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?**

**Espera en fila:** min 15mn - max. 30mn

**Tiempo de atención:** min 20mn - max. 25mn **hasta paso siguiente:** min 4 días - max. 5 días

**¿qué normas justifican este trámite?**

1. Decreto no. 850: ley creadora del registro único del ministerio de finanzas
2. Reglamento de la ley no. 822, ley de concertación tributaria
3. Ley de reforma a la ley no. 152, ley de identificación ciudadana
4. Ley no. 475 ley de participación ciudadana
5. Decreto no. 69-2005 reformas e incorporaciones al decreto no. 118-2001 artículo 70

**Es bueno saber**

Al momento de digitalizar la información el funcionario emite la constancia de inscripción preliminar. Ésta debe ser revisada en el mismo momento de la solicitud ante el funcionario/a, si los datos están correctos el funcionario/a, podrá imprimir la constancia de inscripción definitiva.

El pago de la matrícula municipal solo es obligación para la apertura de negocios con fines de lucro. El documento único de registro (dur) nace de un acuerdo interinstitucional entre DGI, alma e INSS y sólo puede otorgarse en las 16 cabeceras departamentales. Éste tiene carácter obligatorio. Una vez que se registre como contribuyente, automáticamente se genera su número de usuario y su contraseña, mismos que deben ser retirados en el área de asistencia al contribuyente.

**Requisitos:****Emisión de documento único de registro - dur (DGI – ALMA - INSS)**

Carta solicitud dirigida la administradora de renta de la DGI,

- 4 fotocopias certificadas de constitución de sociedad, inscrita en el registro mercantil.
- 4 fotocopias de solicitud de comerciante, inscrita en el registro mercantil.
- 4 fotocopias del poder general de administración otorgado a un nicaragüense o con cédula de residencia, inscrito en el registro mercantil (si el representante legal es extranjero, sin cédula de residencia).
- 4 fotocopias de cédula de identidad nicaragüense del representante legal, en caso de ser extranjero presentar residencia nicaragüense en condición que le permita trabajar en el país.
- 4 fotocopias de cédula de identidad de cada socio (pasaporte en caso de ser extranjeros) o copia del ruc (en caso que el socio sea persona jurídica).
- 4 fotocopias de servicio público (agua, luz, teléfono o contrato de arriendo notariado a nombre de la persona), para constatar domicilio del presidente o representante legal.
- 4 fotocopias del contrato de arriendo notariado para constatar domicilio de la empresa (si es privado debe certificarlo con un abogado).
- 4 fotocopias de poder especial con timbres fiscales, si el trámite es realizado por un abogado, gestor o socio.
- 4 fotocopias de cédula de identidad del apoderado especial.
- 2 fotocopias de cédula de identidad del notario autorizante de la escritura de constitución (solo para trámite de Alcaldía de cabecera Departamental).
- 4 formularios de inscripción llenos (1 original y 3 copias)

**Aclaraciones sobre trámite en dirección general de ingresos y Alcaldía de cabecera Departamental**

Si el presidente o representante legal de la empresa no cuenta con constancia de su domicilio a su nombre, deberá presentar 4 copias certificadas de una declaración notarial del domicilio.

Si la empresa tiene domicilio en casa de uno de los socios o bufete de abogados, deberá presentar declaración notarial para constatar el domicilio de la empresa. Este mismo mecanismo se debe aplicar, si el contrato de arriendo está a nombre de uno de los socios.

Si el presidente de la sociedad es extranjero, debe tener cédula de residencia con condición que le permita trabajar en el país, de lo contrario deberá nombrar a un representante legal nicaragüense con cédula de identidad o extranjero con residencia en condición para trabajar, mediante poder general de administración debidamente inscrito en el registro mercantil.

**Nota importante (aplica solo para alma):**

De acuerdo a los artos. N°. 7,14 y 21 de la ordenanza municipal n°. 01-2009, toda actividad económica de nuevos negocios, requiere de inspección de medio ambiente de la Alcaldía de cabecera

Departamental, para esto se debe realizar pago de C\$100.00, en concepto de arancel por dictamen ambiental, según lo dispuesto en el artº 20 de la ordenanza municipal nº.I-2013 “daño y multas ambientales en el municipio de Managua”.

Antes de realizar el pago de dictamen de medio ambiente se requiere de una orden de pago generada desde la web para posteriormente realizar pago a través de tele - pagos con tarjeta de débito o crédito (BAC, BANPRO o la FISE), de igual manera se puede realizar pago en cualquier ventanilla de banco.

#### Paso 4 retirar cédula RUC

##### 2.2.3. Alcaldía Municipal

En esta institución también se establece la ruta con el orden de prioridad a visitar, que se encuentran contenidas en diferentes instrumentos y direcciones de web:

##### 2.2.4. Guía del emprendedor de Nicaragua Creativa.

Esta refiere una ruta de trámites a seguir para lograr la formalización de las Mipymes.

###### **Matrícula de la Alcaldía**

Cualquier persona, natural o jurídica que realice una actividad económica debe notificar a la alcaldía de su respectivo municipio y solicitar su matrícula. El requerimiento de la matrícula del negocio como usualmente se le conoce, está establecido en los planes de arbitrio municipales, es necesario que el negocio tenga su Registro único de Contribuyente.

###### ► ¿Qué requisitos debe presentar?

- \* Original y copia del número RUC.
- \* Original y Copia de la cedula de identidad.
- \* Solvencia municipal o boleto de no contribuyente.
- \* Carta poder (si actúa en representación del contribuyente).
- \* Especificar el barrio, teléfono y dirección exacta del negocio y del dueño de la actividad.
- \* Completar el Formulario de apertura de matrícula de cuota fija debidamente.

El valor de la matrícula del negocio se establece según el tipo de actividad económica, entre C\$ 80.00 a C\$ 1,500.00 córdobas.

**Aspecto a tomar en cuenta:** Para las actividades de hoteles, hospedajes, pensiones y similares, bares, restaurantes, venta de licor, billares, casinos, centros de diversión y espacios (tragamonedas, roconolas y actividades afines) deben presentar constancia de la Policía Nacional y permiso de la Dirección General de Medio Ambiente y Urbanismo.

##### 2.2.2. En el sitio diseñado para trámites <http://www.tramitesNicaragua .gob.ni/> se muestra así:

#### Paso I solicitar inscripción del contribuyente

**¿dónde debe ir? Entidad a cargo. Alcaldía de cabecera Departamental  
Unidad a cargo departamento de impuesto municipal**

##### I. ¿qué obtendrá?

Orden de pago para pago de matrícula

## **2. ¿qué información y documentos debe suministrar?**

1. Documento de identidad (copia simple) cédula de identidad (persona natural, socios y representante legal nacional), pasaporte o cédula de residencia (extranjeros)
2. Cédula de registro único de contribuyente (RUC) (copia simple) (persona natural y jurídica)
3. Escritura pública de constitución y estatutos de la empresa (copia simple) (persona jurídica)
4. Poder especial para representación ante INTUR (copia simple) (persona jurídica)
5. Permisos especiales (copia simple) (policía nacional y medio ambiente)

## **3. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?**

**Espera en fila:** min 10mn - max. 15mn

**Tiempo de atención:** min 5mn - max. 10mn

**¿qué normas justifican este trámite?**

- I. Decreto 10-91: plan de arbitrios del municipio de Managua artículo 66

## **Paso 2- pagar inscripción del contribuyente y constancia de matrícula**

**¿dónde debe ir?**

**Entidad a cargo Alcaldía de cabecera Departamental**

Unidad a cargo departamento de caja alma

### **I. ¿qué obtendrá?**

Recibo de pago de matrícula municipal (ver anexo 8)

### **2. ¿qué información y documentos debe suministrar?**

- I. Orden de pago (original)

## **Cuota fija Nio 80**

La cuota fija varía según la actividad económica, desde 80.00 a 1,500.00 Nio

### **Registro contable**

**Nio 252.5** por anticipo de matrícula persona natural

**Nio 0 - 1 %** sobre el capital social persona jurídica

## Aval ambiental

**Nio 100** persona natural

**Nio 500** persona jurídica

**Métodos de pago:** efectivo, tarjeta de crédito, cheque

Para cuota fija el costo lo establece el funcionario de acuerdo a las características del negocio. En régimen contable toda persona natural deberá presentar a los dos meses de su apertura el formulario de declaración de sus ingresos y pago de matrícula, restando el anticipo de matrícula de 252.50 Nio.

### 4. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?

**Espera en fila:** min 10mn – max 5mn

**Tiempo de atención:** min 5mn - max. 10mn

### 5. ¿qué normas justifican este trámite?

I decreto 10-91: Plan de arbitrios del Municipio de Managua. Artículos 11, 66

#### Paso 3- retirar formulario de inscripción

¿dónde debe ir?

**Entidad a cargo Alcaldía de cabecera Departamental auxiliar administrativa I. ¿qué obtendrá?**

Formulario de matrícula para cuota fija (ver anexo 9)

Formulario de matrícula para registro contable (Ver anexo 10)

### 2. ¿qué información y documentos debe suministrar?

Recibo de pago de matrícula municipal (original)

### 3. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?

**Espera en fila:** min 10mn - max. 15mn

**Tiempo de atención:** max. 5mn

#### Paso 4- retirar constancia de matrícula

¿dónde debe ir?

**Entidad a cargo Alcaldía de cabecera Departamental**

**I. ¿qué obtendrá?**

Matrícula municipal (ver anexo 11)

Constancia de inscripción (ver anexo 12)

**2. ¿qué información y documentos debe suministrar?**

1. Formulario de matrícula para cuota fija (original)
2. Formulario de matrícula para registro contable (original)

**3. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?**

**Espera en fila:** min 10mn - max. 15mn

**Tiempo de atención:** min 10mn - max. 15mn

**Es bueno saber...**

En el caso de las personas naturales en régimen contable, se les entrega una constancia de inscripción temporal, mientras transcurren los 2 meses para establecer el monto de su inscripción. En el caso de las personas jurídicas reciben su matrícula municipal de inmediato.

**Nota importante (aplica solo para la DGI):**

De acuerdo al código tributario, artº. 126, el contribuyente tiene 30 días calendario después de inscribirse en registro mercantil, para solicitar el ruc, una vez concluido este término, incurrirá en una multa de C\$ 750.00.

**Pago de aranceles de la Alcaldía de cabecera Departamental:**

El pago correspondiente a la matrícula municipal, debe ser cancelado en la delegación de la DGI (córdobas y efectivo), según la siguiente tabla:

<b>Aranceles alma</b>	
<b>Matrícula municipal</b>	Capital menor o igual a C\$ 50,000: C\$ 500
<b>Constancia de matrícula</b>	Capital mayor a C\$ 50,000: 1% del capital social
	1% de la matrícula municipal

### **Impuesto municipal sobre ingresos y tasas**

#### **Impuesto municipal registro contable**

### **Paso 5- comprar formulario de declaración de registros contables**

**¿dónde debe ir?**

**Entidad a cargo Alcaldía de cabecera Departamental**

**I. Unidad a cargo**

**15. Recepción alma**

Lun: 08:00 - 05:00

Mar: 08:00 - 05:00

Mié: 08:00 - 05:00

Jue: 08:00 - 05:00

Vie: 08:00 - 05:00

**Persona a cargo atención al público**

**I. ¿qué obtendrá?**

Formulario de declaración de registros contables (ver anexo 13)

**2. Costo Nro 5**

**Métodos de pago:** efectivo

**3. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?**

**Espera en fila:** max. 5mn

**Tiempo de atención:** max. 5mn

**4. ¿qué normas justifican este trámite?**

I. Decreto no. 455: plan de arbitrios municipales artículo 3 y 11

### **Paso 6- pagar impuestos municipales sobre ingresos**

**I. ¿dónde debe ir?**

**Entidad a cargo alcaldía**

Complejo Centro Cívico Edificio F Puerta 413 Managua

**Unidad a cargo departamento de caja****2. ¿qué obtendrá?**

**Recibo de pago (ver anexo 14)**

**3. ¿qué información y documentos debe suministrar?**

- I. Formulario de declaración de registros contables con número de liquidación (original)

**Costo Nio 75**

I % de ingresos brutos mensuales

**Impuesto por basura****Nio 75**

Con ingresos mensuales de 0.00 a 25,000.00 Nio

 **Nio 250**

Con ingresos mensuales de 25,001.00 a 150,000.00 Nio

**Nio 500**

Con ingresos mensuales de 150,001.00 a 300,000.00 Nio

 **Nio 750**

Con ingresos mensuales de 300,001.00 Nio a más

**Métodos de pago:** efectivo, tarjeta de crédito, cheque

El valor de la matrícula se calcula aplicando el 2% sobre el promedio mensual de los ingresos brutos, obtenidos por la venta de bienes o prestación de servicios de los tres últimos meses del año anterior o de los meses transcurridos desde la fecha de la apertura, si no llegaren a tres. Si no fuera aplicable el procedimiento de cálculo establecido en el párrafo anterior la matrícula se determinará en base al promedio de los meses en que se obtuvieron ingresos por ventas de bienes o prestaciones de servicios.

**4. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?**

**Espera en fila:** min 10mn - max. 15mn

**Tiempo de atención:** min 5mn - max. 10mn

**5. ¿qué normas justifican este trámite?**

- I. Decreto no. 455: plan de arbitrios municipales artículo 3 y 11

(Para solicitud de instalación de rótulos ver anexo 15)



### Actividad individual 3:

**Elabore un cronograma de visitas a la DGI y la alcaldía considerando sus actividades convencionales, estableciendo el paso a paso para ir a cada institución.**

- Enumere cada uno de los documentos que se requieren en la DGI y la alcaldía para lograr su inscripción.
- Enliste cada uno de los requisitos que se establecen en la DGI y la alcaldía para lograr su inscripción.
- Calcule los posibles gastos para realizar dicho trámite

## 2.3. Instituto Nicaragüense de Seguridad Social

La ruta con el orden de prioridad a visitar que se establece en esta institución también, que se encuentran contenidas en diferentes instrumentos y direcciones de web:

**2.3.1. En el sitio diseñado para trámites <http://www.tramitesNicaragua.gob.ni/> se muestra así:**

### Apertura de nueva nómina

Por solicitud

#### Paso I solicitar creación de nómina

¿dónde debe ir?

Entidad a cargo nicaragüense de seguridad social (INSS)

Sitio web: <http://www.INSS.gob.ni>

#### Unidad a cargo dirección de incorporación

Lun: 08:00 - 05:00

Mar: 08:00 - 05:00

Mié: 08:00 - 05:00

Jue: 08:00 - 05:00

Vie: 08:00 - 05:00

Persona a cargo afiliadores

#### I. ¿qué obtendrá?

Formulario de inscripción o actualización del empleador y/o nómina  
actualización del empleador y/o nómina (ver anexo 16 y 17)

## 2. ¿qué información y documentos debe suministrar?

I. Formulario de inscripción o actualización del empleador y/o nómina (original)



**Actividad individual 4:** considerando que ya está trabajando con un caso de protagonista del MEFCCA llene el formato del INSS con los datos del protagonista para apertura, guiándose del instructivo, con los datos de los colaboradores del emprendimiento que desarrolla. (ver anexo 16 y 17)

## 3. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?

**Espera en fila:** min 10mn - max. 15mn

**Tiempo de atención:** min 5mn - max. 10mn

Es bueno saber...

Una vez procesada su solicitud, le llegará la factura al lugar indicado empleador deberá reportar la baja de empleados, cambios de salarios, salida automática y descansos en el Reporte Mensual de Salario (RMS).

El RMS debe entregarse en los 3 primeros días hábiles de cada mes en la delegación correspondiente ó realizarlo a través del Sistema Integral Empresarial (SIE).

## Paso 2- solicitar incorporación

**¿dónde debe ir?**

**Entidad a cargo instituto nicaragüense de seguridad social (INSS)**

**Unidad a cargo dirección de incorporación**

## Persona a cargo afiliadores

**I. ¿qué obtendrá?**

Formulario de inscripción o actualización del empleador y/o nómina

## 2. ¿qué información y documentos debe suministrar?

### Persona natural

1. Formulario de inscripción o actualización del empleador y/o nómina (original)
2. Documento de identidad (original)
3. Cédula de residencia vigente (original) en caso de ser extranjero. Pasaporte de país de origen (original)

### Persona jurídica

## 3. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?

**Espera en fila:** min 5mn - max. 10mn

**Tiempo de atención:** min 5mn - max. 10mn

### Es bueno saber...

El afiliador le brindará la información sobre las obligaciones del empleador.

Si requiere una información adicional puede solicitar la visita de un afiliador.

Una vez presentada la información y si tiene trabajadores inscritos, la factura le llegará al lugar indicado.

### Paso 3- solicitar inscripción

#### ¿dónde debe ir?

**Entidad a cargo instituto nicaragüense de seguridad social (INSS)**

**Unidad a cargo dirección de incorporación**

### Persona a cargo afiliadores

## I. ¿qué obtendrá?

Ficha de inscripción del asegurado firmado y sellado (ver anexo 18)



**INSTITUTO NICARAGÜENSE DE SEGURIDAD SOCIAL**  
**FICHA DE INSCRIPCIÓN DEL ASEGURADO**



<b>DATOS DEL ASEGURADO/A</b>										
1) NSS del Asegurado/a:		2) Tipo de Documento de Identidad:		Cédula CSE: <input type="checkbox"/>	Residencia: <input type="checkbox"/>	Pasaporte: <input type="checkbox"/>	4) Fecha de Nacimiento:			
		3) No. de Doc. de Identidad:								
5) Primer Nombre:		Segundo Nombre:		Primer Apellido:		Segundo Apellido:		6) Sexo: H <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/>		
<b>Datos de Nacimiento</b>										
7) País:		8) Departamento:		9) Municipio:						
<b>Datos de Residencia</b>										
10) Departamento:		11) Municipio:		12) Distrito/Zona:	13) Comarca:					
14) Barrio:										
15) Dirección Exacta:										
16) Teléfonos:		No. Convencional:		No. Celular:	17) Correo Electrónico:					
18) Nombres y Apellidos del Padre:						No. de Cédula de Identidad:				
19) Nombres y Apellidos de la Madre:						No. de Cédula de Identidad:				
20) Estado Civil:		Soltero/a: <input type="checkbox"/>	Casado/a: <input type="checkbox"/>	Unión de Hecho Estable: <input type="checkbox"/>						
21) Nombres y Apellidos de Cónyuge / Compañera/o de vida:						No. de Cédula de Identidad:				
<b>OBLIGATORIO</b>										
22) Registro Patronal:		23) Nómina:		24) Razón Social:						
25) Departamento:		26) Municipio:		27) Distrito/Zona:	28) Comarca:					
29) Barrio:										
30) Dirección Exacta del Empleador (donde está la Nómina):					31) Teléfonos:	No. Convencional:		No. Celular:		
32) Fecha de Ingreso: Dia    Mes    Año	33) Total Ingreso del Mes:		34) Salario Mensual:		35) Cargo que Desempeña:					
	C\$ 22,500.00		C\$							
36) Sistema de Pago:		Mensual <input type="checkbox"/>	Quincenal <input type="checkbox"/>	Catorcenal <input type="checkbox"/>	Semanal <input type="checkbox"/>	37) Dia de Cierre : (cierres especiales)				
38) Novedades Atrasadas: (máximo 6 meses)										
Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual	Meses Atrasados	Total Ingreso del Mes	Salario Mensual		
Enero			Mayo			Septiembre				
Febrero			Junio			Octubre				
Marzo			Julio			Noviembre				
Abril			Agosto			Diciembre				
<b>FACULTATIVO</b>										
39) Modalidad:		Integral <input type="checkbox"/>	IVM <input type="checkbox"/>	Salud <input type="checkbox"/>	40) Ingreso Mensual:				41) Aporte Mensual:	
42) Actividad Ocupacional:							43) Mes de Aplicación:			
Dirección de Envío de Factura (Llenar en caso de ser diferente a la dirección de residencia)										
44) Departamento:		45) Municipio:		46) Distrito/Zona:	47) Comarca:					
48) Barrio:										
49) Dirección Exacta:										
<b>PARA USO INSS</b>										
50) Municipio de Inscripción:			51) Fecha de Inscripción en el INSS:			52) Nómina asignada (Facultativo):				
53) Fotocopias de Documentos que se adjuntan:										
Cédula Identidad: <input type="checkbox"/>		Pasaporte: <input type="checkbox"/>		Certificado de Nacimiento/ Apostilla: Asegurado/a: <input type="checkbox"/>		Hija(s)/o(s): <input type="checkbox"/>	Certificado Matrimonio: <input type="checkbox"/>		Certificado de Unión de Hecho Estable: <input type="checkbox"/>	Acreditación como Religioso/a: <input type="checkbox"/>
54) Observaciones:										
55) Nombre y apellido del Afiliador/a			56) Firma del Empleador/Representante Legal/Asegurado			57) Firma y sello autorizada-INSS				
Asegurado/a: Para la inscripción de sus beneficiarios, favor presentar en el área de Afiliación de la Delegación más cercana el certificado de nacimiento de hija(s), certificado de matrimonio y cédula de su esposa/compañera de vida. En el Seguro Facultativo después de cotizar un (1) año de manera continua tendrá derecho a subsidio.										
Edificio 1907, Dupla Norte, Managua. Teléfonos: 2222-5103/2222-5602/2222-7142. <a href="http://www.inss.gob.ni">http://www.inss.gob.ni</a>										
Original: Oficina de Afiliación // Copia: Empleador o Asegurado Facultativo										

## 2. ¿qué información y documentos debe suministrar?

1. Ficha de inscripción del asegurado (original)
2. Documento de identidad (original)

## 3. En correspondencia al trámite en sí se expresa ¿cuánto dura?

Tiempo de atención: max. 5mn

Es bueno saber...

La solicitud se puede realizar presentándose en las delegaciones o con una visita de un afiliador. Una vez afiliado tiene que solicitar su carnet de asegurado y de los beneficiarios. Una vez presentado el formulario el empleador espera recibir la factura correspondiente con el detalle del monto a pagar por nómina. Por cada nómina hay una factura, en la cual se detalla el reporte mensual del trabajador (subsídios, bajas, aumentos de salario, etc.).

Los trabajadores del campo y del mar que no posean cédula de identidad o partida de nacimiento pueden asegurarse presentando 2 testigos.

El empleador puede retirar los comprobantes de derechos de sus asegurados (colillas) presentando la factura cancelada en la delegación correspondiente.



### Actividad individual 4:

- Elabore un cronograma de visitas al INSS considerando sus actividades convencionales, estableciendo el paso a paso para ir a dicha institución.
- Enumere cada uno de los documentos que se requieren en el INSS para lograr su inscripción.
- Enliste cada uno de los requisitos que se establecen en el INSS para lograr su inscripción.
- Calcule los posibles gastos para realizar dicho trámite

## 2.4. Ministerio de Salud (MINSA)

### Introducción

La manufactura a pequeña escala en el sector de alimentos en su mayoría es realizada por mujeres, esto ha venido incrementando como una alternativa para desarrollar actividades que generen ingreso ante la crisis socio política y económica que atraviesa el país, sin embargo, para ser competitivos y lograr entrar a nuevos mercados es preciso cumplir con las regulaciones establecidas desde el punto de vista higiénico sanitario.

La licencia sanitaria es el requisito más importante, de esta depende el funcionamiento formal para la elaboración de alimento con vías de comercialización y por ello es el preámbulo a otros requerimientos tal como registro sanitario.

El registro sanitario es el acto administrativo mediante el cual el MINSA evalúa y certifica un alimento procesado conforme a las normas y reglamentos de inocuidad alimentaria.

#### Objetivos:

**Dar a conocer los requerimientos para la gestión de licencia sanitaria y registro sanitario.**

#### Importancia de obtener licencia y registro sanitario:

La licencia y registro sanitario son requerimientos de obligatorio cumplimiento para toda empresa que produce y manipula alimentos por tanto la obtención de estos debe ser priorizada.

Todos los establecimientos que elaboran alimentos deben contar con una licencia sanitaria, sino se considera que lo hacen de manera informal y por tanto no pueden aspirar a ser comercializados en mercados más competitivos.

Los resultados de los trámites permiten valorar las condiciones de salud del personal, es un indicativo de las condiciones reales de trabajo.

Genera confianza en el consumidor y permite a su vez tener la posibilidad de convertirse en proveedor de compradores ya establecidos.

Evita sanciones e incluso multas por falta de cumplimiento con las regulaciones nacionales.

Las políticas del país están en sintonía con otros países de Centroamérica por lo cual la armonización de su cumplimiento es aceptada por estos países.

#### 2.4.1. Presentación y ruta de gestiones para obtener licencia sanitaria:

La licencia sanitaria es la autorización que extiende el MINSA a través de los SILAIS (Sistemas Locales de Atención Integral en Salud), a todos aquellos establecimientos de alimentos que cumplen con las

normativas sanitarias establecidas. Para el establecimiento es importante porque demuestra a los consumidores, que es un local que está regulado por el órgano rector de la salud en nuestro país.

En esta institución se establece la ruta con el orden de prioridad a visitar, que se encuentran contenidas en diferentes instrumentos y direcciones de web:

#### **2.4.1.1. Guía del emprendedor de Nicaragua Creativa.**

Esta refiere una ruta de trámites a seguir para lograr la autorización de una Licencia Sanitaria.

##### ► **Licencia Sanitaria**

Si tu negocio es del sector de alimentos, bebidas, farmacéutico o de elaboración de esencias y cosméticos, visita la unidad de salud (Centro de salud - MINSA) más cercana de acuerdo a la ubicación geográfica de tu emprendimiento.

Presenta la solicitud y se te entregara un Formulario de Solicitud de Trámite de Licencia Sanitaria y se programará la inspección del local.

Se procede a realizar la inspección sanitaria, el tiempo aproximado desde que realizo la solicitud, hasta la fecha que se realizará la inspección es de 20 días máximo.

Posterior a la inspección el interesado entrega los siguientes requisitos:

##### ► **Matrícula de la Alcaldía.**

- \* Certificación de Inspección de Bomberos.
- \* Constancia de Fumigación.
- \* Certificados de Salud (Art 5.2 NTON de la Norma de Manipulación de Alimentos).
- \* Fotocopia de la cédula, si es persona natural o cédula RUC en caso de ser jurídico.
- \* Resolución Administrativa emitida por la Policía Nacional. (Los establecimientos que no tengan expendio de bebidas alcohólicas, omitir este requisito).
- \* Ficha de Inspección Sanitaria.
- \* Pago de arancel.

Se recepcionan y revisan los requisitos en el Centro de Salud correspondiente, si la documentación está completa y conforme, se le regresa al usuario para que este se dirija al Sistema Local de Atención Integral en Salud (SILAIS) de su Localidad.

El SILAIS correspondiente recepciona y revisa los documentos, se entrega constancia de trámite de la Licencia Sanitaria.

Si la revisión de la documentación es satisfactoria se emite la Licencia Sanitaria, la cual debe estar firmada y sellada por las autoridades competentes.

Se debe tener en cuenta que: Si en la inspección no cumple con la regulación sanitaria, se llega a una negociación con el interesado, para establecer los plazos de cumplimiento de las recomendaciones emitidas por el MINSA.

Conforme los plazos establecidos posteriormente se realizan inspección para verificar el cumplimiento y continuar el procedimiento de trámite de licencia sanitaria.

**Si el establecimiento cambia de ubicación deberá solicitarse una nueva Licencia Sanitaria.**

**Se debe colocar la Licencia Sanitaria en un lugar visible en el establecimiento, para que sea de conocimiento de la población.**

**Vigencia:** La Licencia Sanitaria tendrá una vigencia de dos años, renovándola treinta días antes de su fecha de vencimiento.

**Los costos estimados en pago de la licencia sanitaria son de C\$ 5,500.00, detallados en C\$500.00 por inspección y C\$5,000 por Licencia.**

#### 2.4.1.2 En el sitio diseñado para trámites

<https://www.minsa.gob.ni/index.php/repository/Descargas-MINSA/Direcci%C3%B3n-General-de-Regulaci%C3%B3n-Sanitaria> se indica la ruta a seguir conforme los procedimientos que servirá para agilizar los trámites en la obtención de permisos para licencia sanitaria que emiten las diferentes instituciones.

#	Descripción	Institución y/o gestión
1	Presentar solicitud de trámite se licencia sanitaria por escrito	SILAIS correspondiente o más cercano conforme la ubicación geográfica donde se encuentra el establecimiento o unidad productiva.
2	Solicitud inspección in situ	Una vez que se hace ha remitido solicitud al SILAIS correspondiente se hace nueva solicitud pero para la inspección al establecimiento o unidad productiva.
3	Matricula de alcaldía	Previo a la gestión de licencia sanitaria se debe haber obtenido La matricula en la alcaldía.
4	Solvencia DGI	Previo a la gestión de licencia sanitaria se debe haber inscrito ante la DGI y obtener la solvencia ante la DGI.
5	Aval de bomberos	Se solicita a la estación de bomberos un aval, para esto se hace Una inspección verificando si las instalaciones eléctricas y físicas cumplen con las condiciones necesarias para evitar riesgos de incendios.
6	Constancia de fumigación	Los SILAIS cuentan con una lista de empresas fumigadoras o Personas autorizadas para brindar el servicio. Las mismas deben emitir una constancia y expresar el tipo de producto utilizado para el control de plagas.
7	Pago correspondiente a la gestión de licencia sanitaria	Una vez presentado los requisitos se realiza el pago, este puede variar en dependencia del establecimiento, por lo general entre C\$2,000.00 y C\$2500.00. SILAIS
8	Certificados de salud (art 5.2 nton de la norma de manipulación de alimentos) del personal análisis: egh (heces), vdrl (enfermedades venéreas), baar (estupro). Certificados de salud	El personal que está directamente relacionado con el proceso se presenta al centro de salud, para la realización de los análisis pertinentes. Si estos tienen resultados alterados en algunos trabajadores, se prescribe el tratamiento correspondiente y posteriormente se repite el análisis.

9	Cronograma de capacitaciones	Se presenta un cronograma con temas de capacitación, incluyendo propuesta de fechas para impartir.
10	Documentos o manuales escritos: BPM, poes, control de plagas, formatos, otros.	Este es uno de los requisitos cuellos de botella para las Mipymes que manipulan y elaboran alimentos.
11	Preparación previa de las condiciones para la inspección del MINSA	El establecimiento o unidad productiva debe crear condiciones desde el punto de vista higiénico sanitario en el personal, infraestructura, proceso de producción, entorno, etc., que le permitan obtener una buena calificación durante la inspección.
12	Inspección	Se lleva a cabo la inspección por parte del personal técnico del SILAIS-MINSA conforme a ficha de inspección, estas tienen una calificación de la cual va a depender en gran medida la aprobación para su otorgamiento.
13	Cumplimiento de recomendaciones	Durante la inspección se brindan recomendaciones a corto, Mediano y largo plazo, las que deberán ser cumplidas en conformidad a lo establecido por el ente regulador.
14	Obtención de licencia sanitaria	Una vez obtenida la licencia sanitaria se coloca en un lugar visible del establecimiento.

#### **2.4.1.3. Requisitos para la obtención de la licencia sanitaria**

- Solicitud por escrito.
- Autorización para la ubicación y construcción del establecimiento otorgada por la autoridad competente
- Cumplir con los requisitos establecidos en material ambiental de acuerdo a la legislación nacional
- Croquis y distribución del establecimiento
- Constitución legal de la empresa, cuando se trate de personas jurídicas
- Lista de productos a ser elaborados en el establecimiento
- Cumplir con las buenas prácticas de manufactura para fábricas en funcionamiento, de acuerdo al reglamento centroamericano.
- Pago de los aranceles establecidos.

#### **2.4.1.4. Mecanismo para la obtención de la licencia sanitaria**

1. Para obtener la licencia sanitaria de un establecimiento y/o bodegas de alimentos, el interesado presenta la solicitud en el centro de salud más cercano a su establecimiento. Esta no será recibida sino se acompaña de toda la documentación requerida.
2. La autoridad sanitaria revisa la documentación y verifica su cumplimiento
3. La autoridad sanitaria procede a realizar la inspección para verificar el cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura (BPM). La licencia sanitaria está sujeta al cumplimiento de las BPM.

#### **2.4.1.5. Vigencia de la licencia sanitaria**

La licencia sanitaria para establecimientos y/o bodegas será de dos (2) años a partir de su entrega.

#### **2.4.2. Requisitos para la obtención del registro de inscripción sanitario de alimentos y bebidas**

“El registro sanitario es el aval sanitario que otorga el MINSA a los productos que cumplen con las normas sanitarias de inocuidad y sanidad”

**En esta institución también se establece la ruta con el orden de prioridad a visitar, que se encuentran contenidas en diferentes instrumentos y direcciones de web:**

##### **2.4.2.1. Guía del emprendedor de Nicaragua Creativa.**

**Esta refiere una ruta de trámites a seguir para lograr la autorización de registro sanitario.**

► **Registro Sanitario**

Debes realizar una pre solicitud de tu registro sanitario en línea, <http://wserver.minsa.gob.ni:8091/PreRegSan/>, ahí encontrarás el formulario que debes completar con la información de tu producto.

Recibirás una notificación al correo que proporciones, donde se te indicará la fecha para presentar las muestras del producto a registrar.

Una vez notificada la fecha, deberás acudir al Complejo Nacional de Salud Conchita Palacios, a la Dirección de Alimento.

Debes presentar lo siguiente:

- Licencia Sanitaria vigente.
- Bosquejo de la etiqueta del producto.
- Ficha técnica del producto.
- En el caso de que el producto sea sólido, 3 muestras de 500 gramos cada uno.
- En el caso de que sea líquido 3 muestras de 1 litro cada uno.
- Pago de arancel, C\$ 50.00 córdobas por la pre solicitud, C\$1,500.00 a C\$2,000.00 córdobas por el análisis de laboratorio y C\$500.00 córdobas del Registro Sanitario.

Los resultados de los análisis estarán disponibles en máximo de 20 días, esto se te notifica mediante correo electrónico indicando la fecha para retirar el certificado de libre venta.

##### **4.2.2.2. Presentación y ruta de gestiones para obtener registro sanitario:**

En el sitio diseñado para trámites <https://www.minsa.gob.ni/index.php/repository/Descargas-MINSA/Direcci%C3%B3n-General-de-Regulaci%C3%B3n-Sanitaria> se indica la ruta a seguir conforme los procedimientos que servirá para agilizar los trámites en la obtención de permisos para registro sanitario que emiten las diferentes instituciones.

Para la comercialización de productos alimenticios de consumo humano en Nicaragua, se requiere la obtención previa de un registro sanitario y por supuesto que la fábrica del producto cuente con la debida licencia sanitaria de funcionamiento. Una vez realizado los trámites de obtención del registro ante la dirección de alimentos del ministerio de salud, se le asigna un número de registro con una vigencia de cinco años renovables.

Es común que en el transcurso de estos cinco años los productos, los fabricantes o titulares, tengan cambios técnicos o legales. Cuando indicamos cambios técnicos nos referimos a cambios en el producto, su formulación, presentación, etiquetado, marca, entre otros, siempre y cuando no alteren la naturaleza de este. Al indicar cambios legales son relacionados con el titular del registro o el fabricante, su razón social, domicilio o incluso la cesión o traspaso de los derechos de registro sobre el producto. Los cambios antes mencionados deben ser notificados a la dirección de alimentos como cambios post-registro. Sin embargo, no todo cambio requiere notificación, por ejemplo, la inclusión de material publicitario temporal en el etiquetado de los productos relacionado con alguna promoción temporal, es decir inclusión de stickers alusivas o de información relacionada con promociones. En este caso su notificación no es necesaria, pues se trata de cambios en el etiquetado temporal y no tendrá ninguna afectación en cuanto a la naturaleza del producto o inclusive en su presentación.

Por otro lado, el fabricante o titular debe tener en cuenta que cuando se trata de cambios legales como razón social, titular del registro por cesión o traspaso, distribuidor, o cualquier información que es de obligatorio contenido en el etiquetado del producto, no solo debe ser notificado con respaldo de los documentos legales que acreditan el cambio, sino también que se debe de solicitar a la autoridad un tiempo prudencial para el agotamiento de productos con el etiquetado anterior en el comercio, para no tener inconvenientes con la importación o comercialización.

#### **2.4.3. Procedimiento para el registro sanitario de alimentos y bebidas**

Este se efectúa ante el ministerio de salud, la dirección general de regulación sanitaria, en la dirección de regulación de alimento.

**1. Ámbito de aplicación:** este procedimiento de registro sanitario de alimentos y bebidas, se aplicará a los alimentos procesados y bebidas, que se importen, elaboren nacionalmente o comercialicen bajo una marca de fábrica. Así como para la renovación o refrenda sanitaria de los mismos.

**2. Definiciones:**

- a. **Registro sanitario:** acto administrativo mediante el cual el MINSA evalúa y certifica un alimento procesado, conforme las normas y reglamento de inocuidad y calidad específica.
- b. **Refrenda sanitaria:** trámite de renovación del registro sanitario, al finalizar su vigencia. Se debe tramitar 30 días antes de su vencimiento.
- c. **Alimento:** toda sustancia o producto natural o elaborado que, al ser ingerido por el hombre, proporcione al organismo los elementos necesarios para su mantenimiento, desarrollo y actividad y todo aquel que, sin tener tales propiedades, se consuma por hábito o agrado. Se consideran alimentos los aditivos alimentarios y la materia prima utilizada por la industria alimentaria.
- d. **Producto alimenticio:** es el alimento natural o elaborado que para su comercialización se presenta pre empacado, bajo nombre determinado y marca de fábrica.
- e. **Aditivo alimentario:** toda sustancia o producto natural o elaborado que, poseyendo o no cualidades nutritivas se adicione a los alimentos para coadyuvar, modificar o conservar sus propiedades.
- f. **Materias primas:** es toda sustancia o mezcla de sustancia que para ser utilizada como alimento procesado, requiere sufrir alguna transformación de naturaleza química, física o biológica.

- g. Normas sanitarias y de calidad en materia de inocuidad de alimentos:** se tomarán para este fin las normas, directrices y recomendaciones aprobadas por los ministerios y las establecidas por el codex alimentarias sobre códigos y directrices en materia de higiene e inocuidad y cualquier otra que suscriba el gobierno por convenios internacionales.
- h. Ministerios:** MINSA, MIFIC, MAG, INTUR otros relacionados.
- I. Laboratorio oficial:** es aquel laboratorio de ensayo utilizado por el ministerio de salud, para efectuar los análisis para los productos sujetos a registro sanitario.
- J. Laboratorio acreditado:** es aquel laboratorio de ensayo reconocido formalmente por el ministerio responsable de esta actividad, como competente desde el punto de vista técnico para realizar determinados ensayos.

#### 2.4.3.1. Requisitos:

- Llenar la solicitud de registro sanitarios, por tipo de producto, esta tiene un valor de C\$ 50.00 (cincuenta córdobas) ₡ (ver anexo 19)
- Llenar y anexar ficha técnica del producto que desea registrar. (ver anexo 20)
- Copia de la licencia sanitaria vigente para el establecimiento del producto nacional o de la bodega para productos fabricados en el extranjero.
- Certificado de libre venta para productos importados y nacionales que ya estén en el mercado, extendido por las autoridades sanitarias del país de origen y el proyecto de etiquetas para nuevos productos.
- Tres (3) muestras de alimentos de 500 gramos cada una para el caso de sólidos o tres (3) muestras de un litro cada una en el caso de líquidos del alimento o bebida que desea registrar.
- Pago de los aranceles por análisis, estos deberán ser cancelados al momento de presentar las muestras en el laboratorio.
- Dos (2) ejemplares de las etiquetas de productos que ya están en el mercado o proyectos de etiquetas, para productos nuevos. Si están en idioma diferente al idioma oficial (español), anexar la etiqueta que se utilizará en español, esta deberá contener la siguiente información:
- Nombre del producto, listado de ingredientes, nombre del fabricante y
- Distribuidor, número de registro sanitario, fecha de vencimiento y cuando sea necesario las instrucciones de uso.
- Pago de aranceles por el certificado de registro sanitario C\$ 500.00 (quinientos córdobas netos).

**Nota:** todos los documentos deben presentarse debidamente archivados, en un folder por cada solicitud. La documentación que se encuentre en inglés debe ser presentada en español y debidamente legalizada por el consulado.



**Actividad individual 5:** considerando que ya está trabajando con un caso de protagonista del MEFCCA, llene el formato de inscripción de registro sanitario con los datos del protagonista para apertura, guiándose del instructivo, con los datos de los colaboradores del emprendimiento que desarrolla.

#### **2.4.3.2. Mecanismo para el registro sanitario de alimentos y bebidas:**

- a. El interesado presenta los requisitos establecidos ante las autoridades sanitarias.
- b. Las autoridades sanitarias verifican los requisitos presentados. Si están completos, se procede a dar trámite al registro sanitario.
- c. Se evalúa la documentación técnica presentada.
- d. Una vez obtenidos los resultados del laboratorio si estos son conforme a las normas sanitarias de alimento, se inscribe en el libro de registro y se manda a elaborar certificado.
- e. En los casos en los que los resultados del laboratorio no sean conforme a las normas sanitarias, se rechaza y se practica un nuevo análisis al producto. Si es nacional se visita la planta y se hace una inspección siguiendo el flujo de proceso.
- f. Las autoridades sanitarias firman y sellan el certificado de registro sanitario, original y copia, se entrega en un plazo no mayor de 48 horas. El original se entrega al interesado. La copia se archiva en el expediente.
- g. Se ingresa la información del producto registrado al sistema de información.

#### **3. Causas de no otorgamiento de registro de registro sanitario:**

El registro sanitario de alimentos y bebidas, no será otorgado, cuando no se cumple con los requisitos establecidos.

#### **4. Vigencia del registro sanitario:**

La vigencia del registro sanitario será de cinco (5) años a partir de su fecha de expedición.

#### **5. Causas de cancelación del registro sanitario:**

- a. Cuando el producto resulte ser nocivo o no seguro en las condiciones normales de consumo.
- b. Cuando el producto declare en el etiquetado ingredientes no autorizados en el trámite de registro sanitario.
- c. Por falsificación o adulteración del producto.
- d. Cuando no cumplan con las normas vigentes.
- e. Por cualquier otra causa sanitaria justificada técnica y científicamente que suponga un riesgo para la salud o seguridad de los consumidores.

#### **Actividad individual 6:**



- Elabore un cronograma de visitas a la dirección de alimentos del Ministerio de Salud considerando sus actividades convencionales, estableciendo el paso a paso para ir a dicha institución y realizar la inscripción de licencia sanitaria y registro sanitario.
- Enumere cada uno de los documentos que se requieren en la dirección de alimentos del Ministerio de Salud para lograr la inscripción de licencia sanitaria y registro sanitario.
- Enliste cada uno de los requisitos que se establecen en la dirección de alimentos del Ministerio de Salud para lograr la inscripción de licencia sanitaria y registro sanitario.
- Calcule los posibles gastos para realizar dicho trámite

## 2.5. Trámites ante el INTUR

### 2.5.1. Requisitos para trámite de licencia turística

#### I. Alimentos y bebidas

##### Requisitos de registro

- Formulario para obtención de título licencia
- Constancia de trámite de licencia sanitaria, emitida por MINSA
- Certificación de inspección de bomberos
- Resolución administrativa emitida por policía nacional, donde autoriza ubicación del establecimiento.
- Copia razonada de escritura de constitución de la sociedad, inscrita, si es persona jurídica
- Copia razonada de poder de representación inscrito en Registro público
- Copia razonada de escritura de la propiedad o contrato de arriendo
- Copia de cédula de identidad del propietario o representante legal
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR



### 2.5.2. Requisitos para trámite de licencia turística centros de venta de artesanías y obras de arte

- Formulario obtención de título licencia
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR
- Fotocopia de cédula de identidad del propietario o representante legal, si aplica
- Fotocopia simple de contrato de arriendo del bien inmueble
- Perfil de la empresa donde exprese: el tipo de artesanía, origen de la artesanía, precios, segmento que atenderá, inversión inicial y servicios complementarios (cafetería, restaurante, bar, galería).
- Pago de título licencia, según el sistema tarifario de INTUR



## 2.5. Inscripción para ser proveedor del estado

La guía del emprendedor de Nicaragua Creativa refiere el trámite para inscribirse para ser proveedor del estado.

#### ►PROVEEDOR DEL ESTADO

Para inscribirte como proveedor del estado y participar de las compras estatales, debes completar un formulario a través de internet, utilizando tu cuenta de correo electrónico.

Una vez registrado tus datos, obtienes un Certificado de Inscripción que te permitirá enlaces comerciales con el sector Público relacionados con tu actividad económica.

Para completar la inscripción visite el sitio web:

[www.gestion.nicaraguacompra.gob.ni](http://www.gestion.nicaraguacompra.gob.ni)



#### Pasos para proceder a la inscripción:

- 1.** Ingrese cada uno de los campos solicitados en la primera sección del Formulario de Inscripción.
- 2.** Complete la información del Formulario y recuerde marcar la aceptación de las Condiciones de Uso del Sistema.
- 3.** Por medio de un correo electrónico, el sistema le confirmará el ingreso exitoso de la información.
- 4.** La Dirección General de Contrataciones del Estado verificará la información suministrada y dentro de 24 horas, recibirá un correo electrónico confirmando la aceptación de la inscripción o el motivo de rechazo de la solicitud.

En el correo electrónico recibido además se te indicará lo siguiente:

- \* Usuario y Contraseña de acceso al sistema.
- \* Obligación de modificar la contraseña compuesta de letras y números con un máximo de 6 dígitos.

Una vez que ingrese por primera vez al Sistema con su nuevo Usuario y Contraseña, Usted podrá imprimir su Certificado de Inscripción como Proveedor del Estado.

#### Actividad individual 7:



- Elabore un cronograma de visitas a la dirección nacional de contrataciones del estado considerando sus actividades convencionales, estableciendo el paso a paso para ir a dicha institución y realizar la inscripción de proveedor del estado.

# Módulo 3

## Tramitología: registro de marcas y patentes

MINISTERIO DE FOMENTO, INDUSTRIA Y COMERCIO  
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

CERTIFICADO SERIE "C" N° 019544

QUE EL REGISTRO DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN Y SERVICIOS :

SE ENCUENTRA INSERIDO CONFORME LEY 380, LEY DE PROTECCIÓN A OTROS SÍGNOS DISTINTIVOS.

Número : 0001133474 LM

Folio : 1

Término : 1000 Proprietary

Fecha de Presentación : 17 de enero, 2010

Fecha de Vencimiento : Indefinido

Vocador : Ministerio de Fomento, Industria, y Comercio (MFI)

Domicilio : 1. República de Nicaragua Managua, Nicaragua, Nicaragua

Momento y Fecha de la Solicitud de Registro : 2009-01-17 10:27 am - 2010

Publicación, 1a. Clase, P.M. : 2010-01-17 10:27 am

Clasificación de Marca : 2170000 a 2170500

Referencia Clase de Colores : Verde, Amarillo y Rojo

Presentado el 2009-01-17 10:27 am

PREMIO



## **Objetivos:**

Que el participante conozca los requisitos, trámites y formatos que se utilizan para el registro de la marca y patentes, según la ley nicaragüense.

## **Contenido:**

- 3.1.Trámites y recursos para la legalización.
- 3.2.Aspectos legales sobre marca y patentes aplicadas a los emprendimientos.
- 3.3.Ruta para alcanzar la legalización.
- 3.4.Requisitos para la gestión y registro de marca/patentes en los emprendimientos.
- 3.5.Formatos y formularios.

## **Estrategia de entrada:**



Este es el tercer módulo de este curso denominado, gestión empresarial, tramitología, registro de marca y formalización de MIPYMES en el marco del programa emprendimientos familiares.

El módulo tramitología, registro de marcas y patentes, le permitirá al participante comprender cuales son los requisitos, trámites y rutas a seguir para alcanzar la legalización, así como los formatos que se utilizan. Se mostrará cada uno de los pasos para proteger la posible propiedad intelectual que detentan los emprendimientos familiares.

Al inicio se detalla el objetivo que tienes que alcanzar y a medida que avances en el estudio teórico, encontrarás actividades de aprendizaje que te permitirán fortalecer y poner en práctica todo lo asimilado en tu estudio.

El órgano encargado de todo lo relacionado a propiedad intelectual es el MIFIC, bajo la representación de la Dirección General de Registro de la Propiedad Intelectual, que es un órgano sustantivo de carácter técnico, que depende jerárquica y funcionalmente del Ministro; ejerce su autoridad lineal directa sobre las secciones de Actuaciones del Registro de la Propiedad Intelectual, de Depósito Legal del Registro de la Propiedad Intelectual y de Atención al Usuario y sobre las Direcciones de Marcas y Otros Signos Distintivos, de Patentes y Nuevas Tecnologías, de Derechos de Autor y Derechos Conexos y de Obtención Variedades Vegetales, y brinda asesoría en el ámbito de su competencia a las demás dependencias del Ministerio.

### **3.1. Trámite de Registro de Marcas y Otros Signos Distintivos**

#### **Registro de marcas**

##### **Importancias y objetivo del registro de la marca**

El registro de signos distintivos ofrece protección al titular de la marca, garantizándole el derecho exclusivo a utilizarla para identificar sus actividades, bienes, servicios, productos, establecimientos para los cuales se solicitó. Este registro a su vez le concede al legítimo titular el derecho de impedir que terceros utilicen sus signos sin su consentimiento. Los signos distintivos establecen parámetros de calidad y garantía al adquirente de los productos, servicios o actividades que amparan, estos signos aportan un prestigio a los elementos que protegen, cuando logran identificar a su producto dentro de la gama que se encuentra en el comercio, dando así satisfacción a su fabricante una gestión eficaz de la propiedad intelectual; permite a las empresas utilizar sus activos de uso para aumentar su competitividad y su ventaja estratégica.

La consulta del registro de la propiedad intelectual es de acceso libre para el usuario, el cual le permitirá visualizar el estado actual de su marca, de los procesos administrativos y a la vez de notificaciones importantes de dicho trámite.

La propiedad intelectual es un aspecto esencial de la economía creativa, como activo intangible, pues es el catalizador que transforma la actividad

Creativa en industria generadora de valor; por lo tanto, debe ser ampliamente comprendida, a la vez que protegida y respetada en cualquier momento del proceso creativo y comercial.

El gobierno de reconciliación y unidad nacional a través de la comisión nacional de economía creativa presenta la guía de la propiedad intelectual como instrumento para consultar, conocer y difundir información que le permita a los protagonistas del modelo de la economía creativa comprender la propiedad intelectual, así como identificar y proteger sus derechos.

**De este documento se destaca los siguientes trámites:**

#### **I. Protección de los signos distintivos**

La protección de los signos distintivos se realiza ante el registro de la propiedad intelectual, cumpliendo con el procedimiento establecido en la ley no. 380 "ley de marcas y otros signos distintivos". Su registro, le otorga a su titular un derecho exclusivo sobre él, permitiéndole la posibilidad de prohibir o licenciar a un tercero su uso. El signo distintivo registrado, forma parte de los activos de una empresa y en muchas ocasiones representa el bien de mayor valor. Los signos distintivos susceptibles de protección son los siguientes:

**Marca:** es el título otorgado por el estado, que concede a su titular, el derecho exclusivo de utilizar un signo para la identificación de un producto o un servicio en el mercado, y distinguirlo de los demás productos o servicios de la misma especie.

**Nombre comercial:** signo denominativo que identifica a una empresa o a un establecimiento comercial.

**Emblema:** signo figurativo o mixto que identifica a una empresa o un establecimiento comercial.

**Expresión o señal de publicidad comercial:** toda leyenda, anuncio, lema, frase, combinación de palabras, diseño, grabado o cualquier otro medio similar, siempre que sea original y característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o usuarios sobre un determinado producto, servicio, empresa, establecimiento o local comercial.

**Signo distintivo:** es aquel que es susceptible de constituir una marca, un nombre comercial, un emblema o una denominación de origen.

**Signo distintivo notoriamente conocido:** es aquel conocido por el sector pertinente del público o notoriamente conocido por los círculos empresariales en el país o en el comercio internacional, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido.

**Denominación de origen:** indicación geográfica que identifica a un producto originario de un país, una región, una localidad o un lugar determinado cuya calidad, reputación u otra característica sea atribuible esencialmente a su origen geográfico, incluidos los factores humanos y naturales, también se considerará como denominación de origen la constituida por la denominación de un producto que, sin ser un nombre geográfico, denota una procedencia geográfica cuando se aplica a ese producto, cuya calidad, reputación u otra característica es atribuible esencialmente a su origen geográfico.

**Indicación geográfica:** nombre, expresión, imagen o signo que designa o evoca a un país, una región, una localidad o un lugar determinado.

**Marca de casa:** las marcas de casa podrán ser solicitadas para la totalidad de productos o servicios incluidos en una clase de la clasificación, es la marca que contiene el nombre del titular y que es aplicada de forma general a los productos o servicios ofrecidos por éste.

**Marca colectiva:** aquellas, cuyo titular es una entidad colectiva que agrupa a personas autorizadas a usar la marca.

**Marca de certificación:** la aplicada a productos o servicios cuyas características o calidad han sido certificadas por el titular de la marca.

**Marca sonora:** son aquellas perceptibles por el sentido del oído.

En lo referente al nombre comercial, emblema, indicación geográfica y denominación de origen su protección es por un plazo indefinido, en tanto que la señal de publicidad va vinculada a la existencia en el comercio de la marca a la cual va relacionada.

Así también, esta Guía de Propiedad Intelectual grafica lo siguiente:



### Ventajas de la protección y uso de los signos distintivos

- ✓ Permite la distinción de los productos o servicios con otros de la competencia.
- ✓ Se convierte en activo intangible de la organización.
- ✓ Si no se registra se puede arriesgar a perderlo y ser registrado por otros.
- ✓ Pueden servir como garantía al momento de solicitar financiamiento (pues puede llegar a considerarse un activo con alto valor).
- ✓ El derecho a utilizar el símbolo R. o TM: En el caso de las marcas, con el fin de distinguirlas y protegerlas frente a otras marcas no registradas.

## CASOS MARCAS

Es cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios. Pueden consistir en una palabra o en una combinación de palabras, letras y cifras, en dibujos, símbolos, rasgos en tres dimensiones como la forma y el embalaje de bienes, signos auditivos como la música o sonidos vocales, fragancias o colores utilizados como características distintivas.



### Además de la información requerida en el formulario debe presentar:

- ✓ Timbres fiscales. Si su marca consiste en un logo o imagen, 8 etiquetas de ella de un tamaño no superior a los 4cm x 4 cm.
- ✓ Pago del signo distintivo correspondiente.
- ✓ Publicación en **La Gaceta, Diario Oficial**, una única vez y por espacio de treinta días hábiles.



✓ Cumplido este plazo se procede a realizar el examen de fondo de la solicitud. Si no hay oposición de terceros y cumple con los requisitos de Ley se emite auto ordenando el registro previo pago del Certificado, este Certificado contiene los siguientes datos:

- Dueño de la marca o signo distintivo
- Marca o signo distintivo protegido
- Productos o servicios protegidos
- Plazo de protección: La protección de las marcas es territorial y temporal, es decir a nivel nacional por **10 años renovables** previo pago de la tasa correspondiente.



Por otro lado, la Guía del emprendedor de Nicaragua Creativa, refiere una ruta de trámites a seguir para lograr el Registro de Marca.

## ► REGISTRO DE MARCA

### ¿Qué es una marca?

La marca es el símbolo que identifica tu producto o servicio en el mercado y los hace diferente al resto de los demás.

### ¿Cómo y dónde registro mi marca?

El registro de la marca es proceso legal que se hace conforme a la ley 380, "LEY DE MARCA Y OTROS DISTINTIVOS".

Para realizar el registro el registro debe presentarse al MIFIC, en la Dirección General de Registro y propiedad Intelectual (RPI):

- Llena el formulario con la información de tu negocio.
- En el caso de enviar a un apoderado, éste debe presentar un poder de representación que lo acrede para registrar tu marca.
- Presenta el documento gráfico de la marca (grafía, forma o color especiales, marca figurativa, mixta o tridimensional).
- Examen de forma: Verifica que esta no tenga duplicidad y que todos sus detalles sean acorde a la descripción.
- Publicación en La Gaceta Diario Oficial.
- Periodo de oposición: Plazo menor de 2 meses con fundamentos y pruebas.
- Examen de fondo: Es una verificación que se realiza con el auxilio del sistema informático y base de datos de marcas concedidas o en trámite.
- Resolución: Hace constar la titularidad y vigencia de la marca registrada, la cual deberá ser publicada en el diario Oficial La Gaceta.
- Emisión del certificado.



## Cómo y porqué registrar una marca en Nicaragua

En Nicaragua es necesario registrar la marca para proteger y conferir a su titular derechos exclusivos sobre la marca. El uso de una marca no otorga derechos en Nicaragua.

El registro de una marca en Nicaragua se hace a través del Registro de Propiedad Intelectual del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio (MIFIC).

No es requisito que una marca haya sido previamente usada en Nicaragua para poder registrarse.

Si registra una marca combinada (marca que incluye tanto elementos denominativos como figurativos) en Nicaragua, el derecho exclusivo de uso de la marca se limita a un uso de esta en la configuración o modo exacto a como haya sido registrada. Si desea usar los elementos denominativos de su marca de forma separada a los elementos figurativos o de diseño (o vice versa), es recomendable que registre otra marca que incluya solo aquellos elementos que desea usar de manera separada.

Es importante señalar que si un tercero eventualmente intenta registrar una marca que incluye elementos que puedan ser considerados parecidos a la suya, en conexión a productos o servicios similares, como dueño de una marca registrada tendrá el derecho a presentar una acción de oposición basada en la similitud que la marca del tercero tiene con la suya.

Las probabilidades de éxito de dichas acciones variarán dependiendo de las circunstancias de cada caso. Acciones de oposición pueden ser presentadas por terceros contra solicitudes de marcas dentro del plazo de dos (2) meses contados desde la fecha en que la solicitud de registro es publicada en la gaceta oficial.

Si bien una marca no debe estar en uso para que se registre, en caso de no ser usada por un periodo consecutivo de tres (3) años después de su registro, terceros podrán presentar acciones de cancelación de marca basada en la falta de uso de la marca. Para prevenir esto, el uso de la marca debe ser hecho a escala comercial.

Las marcas registradas en Nicaragua tendrán un periodo de vigencia de diez (10) años contados desde la fecha de registro, pudiendo ser renovadas indefinidamente por periodos adicionales de diez (10) años. Una marca puede renovarse hasta doce (12) meses antes de su fecha de vencimiento. A su vez existe un periodo de gracia para la renovación tardía de la marca de seis (6) meses posteriores a su vencimiento, caso en el cual será necesario pagar un recargo por renovación tardía.

Si le gustaría que se consideren los elementos figurativos o de diseño que acompañan a su marca al momento de realizarse el informe de búsqueda de la marca para Nicaragua, por favor contáctenos directamente para determinar si podemos ofrecer esto en esta jurisdicción. En dicho caso, los precios y plazos de entrega del servicio podrían variar.

En el sitio diseñado para trámites <https://www.mific.gob.ni/Inicio/Servicios-RPI> se indica la ruta a seguir conforme los procedimientos que servirá para agilizar los trámites en la obtención de registro de marcas.

### 3.2. MARCAS

#### ¿Dónde debe ir? Presencial

**¿Dónde se realiza?** En el Registro de la Propiedad Intelectual, ubicado en Colonial Los Robles, costado este del Hotel Intercontinental Metro centro, Managua.

**Horario:** lunes a viernes de 08h00 a 12h00 -13h00 a 16h:00

#### En línea

Realiza tu trámite a través de nuestra aplicación web: Próximamente.

#### ¿A quiénes está dirigido?

A toda persona natural o jurídica que desee proteger la marca de su producto o servicio empleada en el comercio.

#### Resultado

Al iniciar el proceso de registro de marca, el solicitante obtiene un certificado de registro, que es el documento oficial emitido por el Estado que acredita el derecho exclusivo sobre la marca registrada.

#### ¿Qué información y documentos debe suministrar? Si es persona natural:

- Formulario de solicitud de registro de marca; (ver anexo 1)
- Copia de cédula de identidad o residencia del solicitante, según sea el caso,
- Si su marca consiste en un logo o imagen, 8 etiquetas de ella de un tamaño no superior a los 4cm de alto, por 4cm de ancho;
- Timbres fiscales, 16 córdobas en timbres por cada folio.
- El pago de la tasa establecida. Pago de su marca por un valor de \$135 dólares en concepto de tasa básica y \$2 en concepto de formulario (El Registro le emite la orden de pago respectiva).

#### El proceso inicia con la presentación de una solicitud a través del formulario respectivo.

En caso que el titular de la marca o signo distintivo sea una persona jurídica (Sociedad Anónima, Cooperativa o similar), deberá adjuntarse el Poder de la persona acreditada para realizar este trámite.

Habiendo presentado la solicitud en el Registro, se le emite un aviso que debe publicarlo en La Gaceta, Diario Oficial, una única vez y por espacio de treinta días hábiles. (**ver anexos 2 y 3**)

Cumplido este plazo se procede a realizar el examen de fondo de la solicitud. Si no hay oposición de terceros y cumple con los requisitos de Ley se emite auto ordenando el registro previo pago del Certificado, que tiene un valor de \$25. Este Certificado contiene los siguientes datos:

- Dueño de la marca o signo distintivo;
- Marca o signo distintivo protegido;
- Productos o servicios protegidos; y
- Plazo de protección\*.

\* La protección de las marcas es territorial y temporal, es decir a nivel nacional por 10 años renovables previo pago de la tasa correspondiente.

### **¿Cuánto dura?**

#### **Presencial**

Desde la presentación de la solicitud hasta la emisión del certificado de registro, el proceso dura aproximadamente 4 meses.

#### **En línea**

Realiza tu trámite a través de nuestra aplicación web: Próximamente.

#### **Base Legal**

- Ley 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.
- Ley 580, “Ley de Reformas y Adiciones a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.
- Ley 1024, “Ley de Reformas y Adiciones a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.
- Decreto 83-2001, “Reglamento a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.
- Decreto 25-2012, Reforma al Decreto 83-2001, “Reglamento a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.

#### **Es bueno saber...**

Que la marca una vez registrada, tiene una vigencia de 10 años. El titular de la marca podrá solicitar su renovación durante el último año de

Entidad a cargo: Registro de la Propiedad Intelectual. vigencia.

En caso de problema durante el proceso

Si durante alguna etapa del proceso tiene dudas, consultas o comentarios, hacerlo saber al correo atencionalusuariorpi@mifc.gob.ni

## **2. Nombre Comercial / Emblemas**

Solicitud de Registro

## ¿Dónde debe ir?

### Presencial

#### ¿Dónde se realiza?

En el Registro de la Propiedad Intelectual, ubicado en Colonial Los Robles, costado este del Hotel Intercontinental Metro centro, Managua.

#### Persona a Cargo:

Jessie Herrera, Directora de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Email: [jherrera@mifc.gob.ni](mailto:jherrera@mifc.gob.ni)

Teléfono: 22489300, extensión: 2284.

Horario: lunes a viernes de 08h00 a 12h00 - 13h00 a 16h:00

### En línea

Realiza tu trámite a través de nuestra aplicación web: Próximamente.

#### ¿A quiénes está dirigido?

A toda persona natural o jurídica que desee registrar el nombre de su establecimiento comercial.

### Resultado

El certificado de registro de su nombre comercial. (ver anexo 4 y 5)

#### ¿Qué información y documentos debe suministrar?

- Formulario de solicitud de registro de nombre comercial;
- Copia de cédula de identidad o residencia del solicitante, según sea el caso;
- 15 córdobas en timbres por cada folio;
- El pago de la tasa establecida.

### ¿Cuánto dura?

### Presencial

Desde la presentación de la solicitud de registro, hasta la emisión del Certificado de Registro, el proceso dura aproximadamente 4 meses, cumplidos los plazos establecidos en la Ley No. 380, "Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos".

### En línea

Realiza tu trámite a través de nuestra aplicación web: Próximamente.

### **Base Legal**

- Ley 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.
- Ley 580, “Ley de Reformas y Adiciones a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.
- Ley 1024, “Ley de Reformas y Adiciones a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.
- Decreto 83-2001, “Reglamento a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.
- Decreto 25-2012, Reforma al Decreto 83-2001, “Reglamento a la Ley No. 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.

### **Es bueno saber...**

El derecho exclusivo sobre un nombre comercial se adquiere por su primer uso en el comercio y termina cuando se abandona el nombre o cesan las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa.

### **En caso de problema durante el proceso**

#### **Entidad a cargo:**

Registro de la Propiedad Intelectual.

Si durante alguna etapa del proceso tiene dudas, consultas o comentarios, hacerlo saber al correo:  
[atencionalusuariorpi@mifc.gob.ni](mailto:atencionalusuariorpi@mifc.gob.ni)

### **Dirección de Marcas y Otros Signos Distintivos**

#### **Funciones de la Dirección de Marcas y Otros Signos Distintivos**

1. Procesar las solicitudes de registro de marcas, de conformidad a las disposiciones establecidas en la Ley N° 380, Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, publicada en La Gaceta, Diario Oficial N° 70 del 16 de abril del 2004, sus Reformas y Adiciones y su Reglamento; decretos e instrumentos internacionales suscritos y ratificados por el Estado de la República de Nicaragua.
2. Garantizar el ingreso fiel de la información relativa al proceso de registro de marcas y otros signos distintivos en el sistema automatizado; de conformidad a lo tramitado en el expediente respectivo, conservando las medidas de custodia, seguridad y control.
3. Proyectar los proveídos, certificaciones y resoluciones que firmará el Registrador.
4. Elaborar propuestas y/o perfiles para la formulación de proyectos, así como reformas al marco regulatorio, que permitan el fortalecimiento y modernización de la Dirección de Marcas y Otros Signos Distintivos en el ámbito de su competencia, garantizando la celeridad y eficiencia de la misma.
5. Promover y fomentar el uso, protección, respeto y aprovechamiento de la marca y otros signos distintivos.
6. Las demás funciones que le delegue el Director General del Registro de la Propiedad Intelectual.

## **Funciones del Departamento de Examinadores (Forma y Fondo)**

1. Examinar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley para presentar solicitudes de registro.
2. Ingresar los datos del expediente a la base de datos; elaborar autos de requerimiento de omisiones y/o errores, cédulas de notificación, avisos y resoluciones.
3. Asignar el número de registro, tomo, folio y libro de Inscripciones, elabora el asiento registral.

## **Funciones del Departamento de Resolución de Oposiciones y Objeciones**

1. Analizar los documentos y pruebas aportados por las partes.
2. Elaborar proyecto de resoluciones de los procesos de objeción y oposición y autos para firma del Registrador.
3. Ingresar los datos del expediente a la base de datos.

## **Funciones del Departamento de Certificaciones**

1. Corresponde a este Departamento.
2. Elaborar el certificado de registro y el aviso de publicación, para firma del Registrador.

## **Funciones del Departamento de Renovaciones**

1. Elaborar autos, resoluciones y certificados de renovación del registro de la marca.
2. Asentar en tomos la renovación del registro de la marca.
3. Ingresar los datos del expediente a la base de datos.

## **Funciones del Departamento de Anotaciones**

1. Elaborar autos, resoluciones y certificados de anotación (cambios administrativos) de marcas y otros signos distintivos.
2. Asentar en tomos el cambio administrativo de marcas y otros signos distintivos.
3. Ingresar los datos del cambio administrativo a la base de datos.

### **1.2. Procedimiento para el registro de un signo distintivo:**

#### **Legislación:**

Las normas jurídicas aplicables a los signos distintivos, comprenden Leyes, Reglamentos e Instrumentos Internacionales ratificados y vigentes para el Estado de Nicaragua, siendo estos:

- Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos
- Ley 580 Ley de Reformas y Adiciones a la Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos
- Ley 1024 Ley de reforma y adiciones a la ley 380
- Código Penal de la República de Nicaragua
- Decreto No. 83-2001 Reglamento de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos

- Decreto No. 25-2012 reforma y adición al Reglamento de marcas
- Acuerdo Ministerial No. 22-2011 Clasificación de Niza (Productos y Servicios)
- Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial
- Convención General Interamericana de Protección Marcaaria y Comercial
- Acuerdo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados al Comercio ADPIC (1994)
- Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional
- Capítulo XV Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos de América-Centroamérica-República Dominicana CAFTA-DR
- Tratado sobre el Derechos de Marcas (TLT) Décima Edición de la Clasificación de Niza

## **NUEVO PROCEDIMIENTO DE REGISTRO DE MARCAS EN NICARAGUA**

En Nicaragua, recientemente, se aprobó la Ley número 1024 Ley de Reforma y Adiciones a Ley 380 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, entrando en vigencia a partir de hoy 3 de abril del año 2020, uno de los aspectos que fueron afectos a reforma, fue precisamente, el proceso de registro que inicia con la presentación de la solicitud y concluye con la obtención del certificado de registro.

Dicha reforma también modifica los plazos, reduciéndolos en la mayoría de ellos, para así conseguir reducción en el tiempo de registro de una marca.

Si la solicitud se ajusta a las formalidades establecidas, se considerará admitida para su publicación, y de lo contrario, si existen errores u omisiones, el Registro requerirá que, en el plazo de quince días hábiles, se subsane o corrija los mismos y de no poder subsanar en el tiempo indicado, el solicitante antes del vencimiento del plazo podrá por una (1) sola vez, pedir prórroga de quince (15) días hábiles, previo pago de la tasa en tal concepto.

De no existir omisiones, el registro de propiedad intelectual, emitirá el aviso de publicación de la solicitud, concediendo al solicitante el plazo de 15 días hábiles para gestionar su publicación en el Diario Oficial La Gaceta.

Una vez publicada la solicitud, se presentan dos escenarios:

Cualquier persona natural o jurídica podrá presentar oposición contra el registro dentro del plazo de un (1) mes, contados a partir de la publicación de la solicitud de registro, debiendo indicar los fundamentos de hecho y derecho en que se basa, presentando u ofreciendo las pruebas que fuesen pertinentes y deberá acompañar el original del certificado de registro que acredite la titularidad cuando corresponda y el comprobante de pago de la tarifa respectiva. De omitirse cualquiera de estos requisitos se rechazará la oposición presentada.

La oposición se notificará al solicitante quien deberá responder dentro del plazo de un (1) mes a partir de la fecha de la notificación. Si el solicitante no contesta la oposición dentro del plazo estipulado, se declarará abandonada la solicitud del registro y se archivarán las diligencias.

Si no hay oposición, el solicitante podrá efectuar el pago de las tarifas complementarias, si fuera el caso, el Registro examinará la solicitud, para comprobar si la marca incurre en alguna causal de prohibición y emitirá resolución motivada –conocida como Examen de Fondo- de aceptación u objeción de la solicitud; debiendo resolver, las oposiciones que se hubiesen presentado y tramitado conforme lo establecido.

Si el Examen de Fondo, fuera emitido denegando el registro y éste sólo afectara a alguno de los productos o servicios incluidos en la solicitud, o la oposición interpuesta se limitará a algunos productos o servicios, el Registro, denegará el registro sólo para esos productos o servicios, o concederse con una limitación expresa para determinados productos o servicios. La resolución también podrá fijar otras condiciones relativas al uso de las marcas cuando ello fuese necesario para evitar un riesgo de confusión o de asociación, u otro perjuicio para el titular de un derecho anterior.

Una vez que el Examen de Fondo ha sido emitido en forma favorable a favor del solicitante del registro de la marca, el Registro a solicitud de parte interesada, previo pago de la tarifa establecida, expedirá un certificado en el que conste la titularidad y vigencia de la marca, que al igual que la ley anterior, otorga protección por un periodo de 10 años.

En relación con las tasas a pagar por registro de marca, la siguiente tabla contiene los gastos más habituales en dicho proceso. (ver anexo 6)

### **Actividad individual 1:**



Considerando que ya está trabajando con un caso de protagonista del MEFCCA, llene el formato Registro de Marca con los datos que tenga disponibles del protagonista que se presenta ante el MIFIC.

### **Actividad individual 2:**



Elabore un cronograma de visitas al MIFIC para realizar Registro de Marca considerando sus actividades convencionales, estableciendo el paso a paso para ir a cada institución.

- Enumere cada uno de los documentos que se requieren en el MIFIC para lograr su inscripción.
- Enliste cada uno de los requisitos que se establecen en el MIFIC para lograr su inscripción.
- Calcule los posibles gastos para realizar dicho trámite

### **3.3. Registro de la propiedad intelectual**

#### **¿Qué es una invención?**

En términos generales se entiende por “inventar” el lograr a fuerza de ingenio algo nuevo que tenga alguna utilidad. Algunas legislaciones definen a la invención como toda creación intelectual que permite transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el ser humano y, otras, en forma más tradicional como toda solución nueva a un problema técnico existente.

Las invenciones constituyen un aporte que el ser humano entrega a la sociedad en el área de la tecnología y el conocimiento, el cual es el fruto de un esfuerzo intelectual considerable y, en las más de la veces, también fruto de una inversión económica importante.

La concesión de derechos exclusivos al inventor sobre el producto de su ingenio y esfuerzo intelectual, encuentra su principal fundamento en el reconocimiento del carácter de “derecho humano” que reviste la protección que la persona debe recibir respecto al fruto de su trabajo creador, tal y como se encuentra plasmado en la mayoría de Constituciones y en los principales tratados internacionales en materia de Derechos Humanos.

Una invención es la solución a un problema técnico de la sociedad. Esta puede ser un producto o un procedimiento y se protege mediante una patente de invención, que es el derecho exclusivo concedido por el Estado al inventor, y que es susceptible de ser explotado comercialmente por un período limitado de tiempo, impidiendo la comercialización sin la autorización de su titular.

#### **¿QUE ES UNA PATENTE?**

La Patente constituye el título, certificado o documento oficial que emite el Estado, a través de la oficina competente, para acreditar los derechos exclusivos que corresponden al inventor, o bien a quien ha adquirido de éste los derechos respectivos para ser el titular respecto a la invención.

Los efectos y alcance de esos derechos están determinados por la Ley.

Las Patentes tienen como función esencial constituirse en un incentivo para quienes invierten tiempo y dinero en investigación y desarrollo de nuevos productos o procedimientos y, al mismo tiempo, permitir que se divulgue el conocimiento adquirido por aquellos. Las Patentes se conceden en todos los campos de la tecnología, tanto para productos como para procedimientos que permiten obtener determinados productos.

**Patente:** Derecho exclusivo concedido por el Estado para la protección de una invención. Los efectos obligaciones y limitaciones inherentes a la patente están determinados por la Ley 354 Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales.

**Invenciones:** Soluciones técnicas novedosas que superan las ya existentes y que cumplen con determinados requisitos, tales como, novedad mundial, actividad inventiva o no evidencia y aplicabilidad industrial. La patente de invención, documento de protección más conocido, es utilizada por los titulares para reivindicar sus derechos en aquellos países donde la estrategia comercial así lo sugiere.

**Modelo de Utilidad:** Invención constituida por una forma, configuración o disposición de elementos de algún objeto, o de una parte del mismo, que le proporcione algún efecto técnico en su fabricación, funcionamiento o uso.

**Protección de Modelo de Utilidad:** Tiene una gran importancia, sobre todo, para las pequeñas y medianas empresas, así como para los inventores individuales, debido a que se le exigen menos requisitos que a las invenciones y se les da protección por un período más breve, lo que convierte dicha modalidad en idónea para proteger objetos de vida útil breve y ciclos cortos de producción, con la ventaja de que es un registro rápido, sencillo y de menor costo que el de las invenciones.

**Diseño Industrial:** Aspecto particular de un producto que resulte de sus características de, entre otros, forma, línea, configuración, color, material u ornamentación, y que comprende todos los dibujos y modelos industriales.

**Secreto empresarial:** cualquier información confidencial que una persona natural o jurídica posea y cumpla con las condiciones previstas en la presente

### Procedimientos

El inventor, puede proteger derechos tales como patente de invención, modelos de utilidad y diseños o dibujos industriales.

El proceso para cada figura, se detalla a continuación:

1. Procedimiento de concesión para una patente de invención o modelo de utilidad.
4. Procedimiento de registro de un diseño o dibujo industrial.

**En la Guía de Propiedad Intelectual se grafica lo siguiente:**



**Propiedad Industrial**

**¿Y a qué nos referimos cuando hablamos de patentes?**

Una patente es un derecho exclusivo que le otorga el Estado a un creador o inventor de un producto o proceso, como reconocimiento del esfuerzo e inversión realizada por lograr la solución técnica en beneficio de la humanidad describe la invención protegida y otorga un derecho exclusivo sobre la invención para que ésta sólo pueda ser explotada con la autorización del dueño de la patente por un período limitado de tiempo.

**Patente de Invención**



En términos generales, una patente facilita a su titular a decidir si la invención puede ser utilizada por terceros y, en ese caso, de qué forma.



Dicho de otro modo, la protección por patente significa que una invención **no se puede producir, usar ni distribuir con fines comerciales, ni tampoco vender, sin que medie el consentimiento del titular de la patente.**

Se pueden conceder patentes sobre invenciones de cualquier sector de la tecnología, por lo cual una invención puede ser un producto o un proceso.



## Modelo de utilidad

Son títulos de propiedad industrial que al igual que las patentes, protegen invenciones, pero con una menor complejidad o de innovación radical.

A diferencia de las patentes de invención, sólo deben cumplir con dos requisitos, siendo estos:

**■ Ser novedosa**



**■ Ser susceptible de aplicación industrial**



*Para que la invención sea patentable, debe cumplir con tres requisitos:*

**■ Ser novedosa**



**■ Tener nivel inventivo**



**■ Ser susceptible de aplicación industrial**



Se protege por modelo de utilidad toda nueva disposición o mejora introducida en herramientas, instrumentos de trabajo o utensilios conocidos, que permitan una mejor función o función especial para su uso.

### ¿Importancia de un modelo de utilidad?

La importancia reside en el conjunto de derechos que asume el titular de este, goza del derecho de explotar en forma exclusiva la invención y de conceder licencia a terceros.

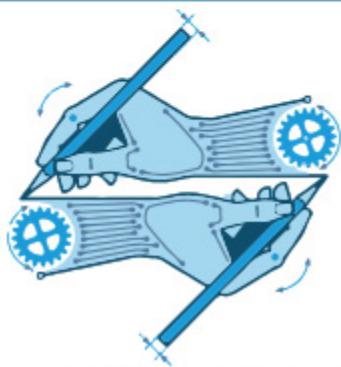
Impedir que terceros realicen actos de fabricación, uso, oferta la venta, importancia sin consentimientos del titular.

Añade valor agregado al titular de una empresa, ya que es un activo intangible que aumenta el valor de la empresa.



## Diseño industrial

Constituye el aspecto ornamental o estético de un artículo, es decir en la apariencia externa del mismo. Esto puede ser un dibujo o modelo industrial.



### ¿Qué protegen los diseños industriales?

El Objeto de Protección de los diseños industriales es una amplia variedad de productos de la industria y la artesanía: desde instrumentos técnicos, y médicos, relojes, joyas y otros artículos de lujo, desde electrodomésticos y aparatos eléctricos a vehículos y estructura arquitectónicas y desde estampados textiles a bienes creativos entre otros productos.



### En caso de problema durante el proceso

**Entidad a cargo:** Registro de la Propiedad Intelectual.

Si durante alguna etapa del proceso tiene dudas, consultas o comentarios, hacerlo saber al correo smartinez@mifc.gob.ni

Registro de patentes en Nicaragua – Patentar y proteger productos o inventos

Para proteger de manera adecuada las nuevas soluciones técnicas, así como cualquier invento es de primaria importancia adoptar una acción de registro de patente.

### Registro de patente en Nicaragua:

#### Tramitación

La autoridad administrativa en materia de propiedad industrial en Nicaragua, que tiene, entre otras facultades, la de registrar patentes es el Registro de la

#### Propiedad Intelectual (RPI).

La tramitación para el registro de patentes en Nicaragua sigue estos pasos:

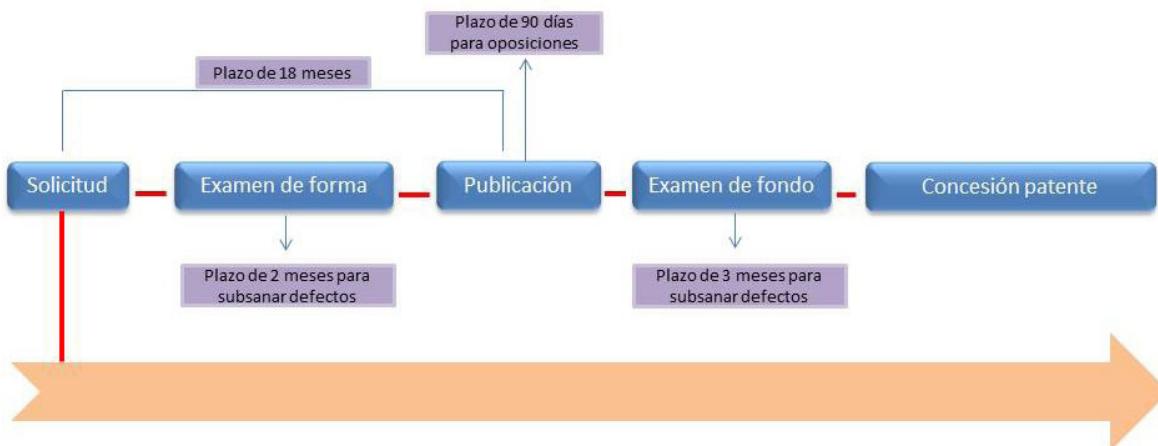
La primera acción a cumplirse es la presentación de la solicitud de patente ante el RPI. La solicitud deberá incluir toda la documentación necesaria y el comprobante de pago de la tasa de solicitud.

**Examen de forma**, donde se verifica que la documentación presentada sea correcta y completa. En caso de omisiones o deficiencias, el solicitante tiene un plazo de 2 meses para subsanarlas; en caso contrario, la solicitud se considerará como no presentada y se archivará.

**Publicación de la solicitud.** En el plazo de 18 meses a partir de la fecha de solicitud, el RPI ordenará de oficio que se publique mediante un aviso en la Gaceta o Diario Oficial. Dentro de quince días hábiles a partir de la entrega de la orden de publicación, el solicitante deberá presentar al RPI, el comprobante de pago por la publicación del aviso; además, en un plazo de 3 meses a partir de la publicación, se deberá presentar un ejemplar de la página del medio de comunicación escrito en que apareció el aviso, o fotocopia de ella. Si éste no se presentara dentro del plazo indicado, la solicitud caerá de pleno derecho en abandono y se archivará. A partir de la publicación, se abre un plazo de 90 días hábiles para la formulación de oposiciones.

**Examen de fondo.** Podrá ser realizado por el Registro de la Propiedad Intelectual directamente o mediante el curso de expertos independientes o de entidades públicas o privadas. El solicitante deberá pagar las tasas correspondientes al examen de fondo de la solicitud de patente en un plazo de 6 meses a partir de la fecha de publicación. En caso de no cumplirse alguno de los requisitos o condiciones para patentar de la invención, el RPI notificará al solicitante para que dentro de un plazo de 3 meses complete la documentación. En caso contrario la solicitud será denegada.

### Concesión y obtención del título de patente.



El tiempo medio de tramitación de una patente en Nicaragua varía de 2 años y 6 meses a 3 años, dependiendo de los casos.

La patente de invención tendrá una vigencia de veinte años improrrogables, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Para mantener en vigencia una patente, deberán pagarse las tasas anuales correspondientes; la falta de pago, producirá la caducidad de pleno derecho de la patente.

En el sitio diseñado para trámites <https://www.mifc.gob.ni/Inicio/Servicios-RPI> se indica la ruta a seguir conforme los procedimientos que servirá para agilizar los trámites en la obtención de registro de marcas.

### **Paso I- solicitud de Patente (ver anexo 7)**

#### **¿Dónde debe ir?**

**Presencial**

#### **¿Dónde se realiza?**

En el Registro de la Propiedad Intelectual, ubicado en Colonial Los Robles, costado este del Hotel Intercontinental Metrocentro, Managua.

#### **Persona a Cargo:**

Alexis Argüello Centeno. Director Específico de Patentes y Nuevas Tecnologías

**Email:** alarguello@mifc.gob.ni

**Teléfono:** 22489300, extensión: 2210.

#### **Horario:**

Lunes a viernes de 08h00 a 12h00 -13h00 a 16h:00

#### **En línea**

Realiza tu trámite a través de nuestra aplicación web: Próximamente.

#### **¿A quiénes está dirigido?**

A toda persona natural o jurídica que desee proteger su diseño industrial.

#### **Resultado**

Al finalizar el proceso de registro de diseño industrial, el solicitante obtiene un certificado de registro, que es el documento oficial emitido por el Estado que acredita el derecho exclusivo sobre el diseño industrial registrado.

#### **¿Qué información y documentos debe suministrar?**

1. Petición de concesión del registro con los datos del solicitante y del diseñador.
2. La reproducción gráfica o fotográfica del diseño industrial, pudiendo presentarse más de una vista (planta, perfil, secciones), del diseño cuando éste fuese tridimensional; tratándose de diseños bidimensionales de materia textil, papel u otro material plano, la reproducción podrá sustituirse con una muestra del producto que incorpora el diseño.
3. La designación de los productos a los cuales se aplicará el diseño, y de la clase y sub-clase de los productos.
4. El comprobante de pago de la tasa de solicitud en función del número de sub-clases de los productos y del número de diseños de cada producto.

5. Lugar para oír notificaciones.
6. Firma del solicitante.
7. El poder o el documento que acredite la representación.

### ¿Cuánto dura?

#### Presencial

Desde la presentación de la solicitud hasta la emisión del certificado de registro, el proceso dura aproximadamente 1 año.

#### En línea

Realiza tu trámite a través de nuestra aplicación web: Próximamente.

#### Es bueno saber...

Que el diseño industrial una vez registrado, tiene vigencia de 5 años. El titular del diseño industrial podrá solicitar su renovación antes que se venga el plazo, pudiendo renovarse por dos períodos, para una protección total de 15 años.

#### En caso de problema durante el proceso

##### Entidad a cargo:

Registro de la Propiedad Intelectual.

Si durante alguna etapa del proceso tiene dudas, consultas o comentarios, hacerlo saber al correo [atencionalusuariorpi@mifc.gob.ni](mailto:atencionalusuariorpi@mifc.gob.ni)

#### Legislación

:

##### Leyes:

- Ley 354 Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales
- Ley 579 Ley de Reformas y Adiciones a la Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales
- Ley 634 Ley de Reforma y Adición a la Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales
- Ley 324 Ley de Protección a los Esquemas de Trazados de Circuitos Integrados
- Código Penal de la República de Nicaragua
- Ley 1025 ley de reforma y adiciones a la Ley 354

**Reglamentos:**

- Decreto 88-2001 Reglamento a la Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales
- Decreto 16-2006 Reforma al Decreto 88-2001 Reglamento a la Ley de Patentes de Invención, Modelos de Utilidad y Diseños Industriales
- Decreto 38-2001 Reglamento a la Ley 324 Ley de Protección a los Esquemas de Trazados de Circuitos Integrados

**Acuerdos:**

- Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (PCT)
- Reglamento del Tratado de Cooperación en Materia de Patentes
- Arreglo de Estrasburgo Clasificación Internacional de Patentes
- Arreglo de Locarno Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales

**I. Diseños en Nicaragua – Registro de diseño industrial en Nicaragua**

La creación de cualquier nuevo producto, en cuanto a su aspecto exterior en general, implica un esfuerzo intelectual que merece ser protegido.

**La innovación en la estética de un objeto**, además de impactar en el gusto personal de los consumidores, **reviste gran importancia comercial a nivel empresarial y económico**. Por esto, para que una empresa pueda diferenciar sus productos y marcar la diferencia con respecto a la competencia, es fundamental asegurar una adecuada protección de este aspecto exterior a través de una acción **de registro de diseño industrial en Nicaragua**.

**I.1. Importancia del registro de diseño industrial en Nicaragua**

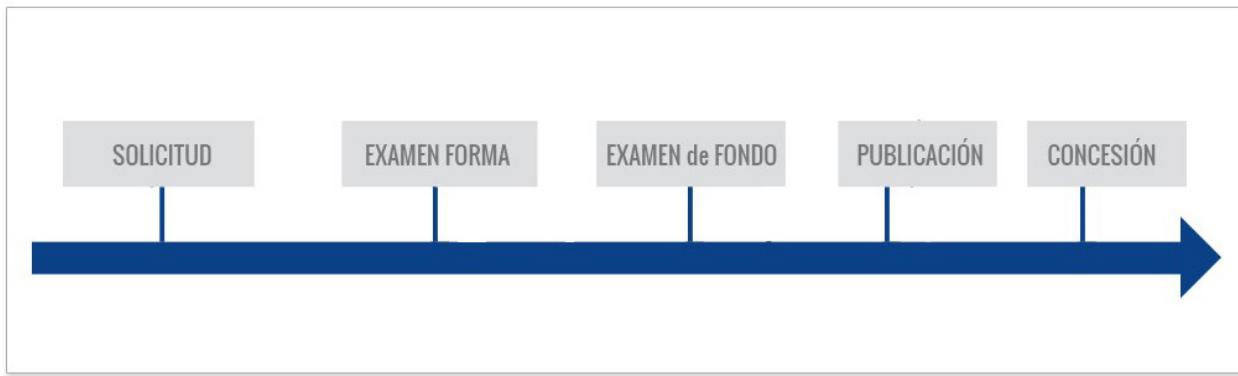
Un diseño sin proteger no tiene ninguna ventaja puesto que cualquier persona o empresa lo pueden copiar, producir y comercializar libremente.

**I.2. Registro de diseño industrial en Nicaragua: tramitación**

La Ley de patentes de invención, modelos de utilidad y diseños industriales n° 354, Aprobada el 01 de junio de 2000, en su capítulo IX regula la protección del diseño industrial en Nicaragua.

Para poder efectuar un registro de diseño industrial en Nicaragua, el único requisito exigible es la novedad: se considera que un diseño es nuevo si no se ha hecho público ninguno otro idéntico o similar antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro.

La tramitación de un diseño industrial en Nicaragua pasa generalmente por las siguientes etapas:



- **Presentación de la solicitud.** Si la solicitud presentara algunas omisiones, el Registro de la Propiedad Intelectual notificará al solicitante para que subsane la omisión dentro del plazo de dos meses contados a partir de la fecha de notificación. Si se subsanara la omisión dentro del plazo indicado, se tendrá como fecha de presentación de la solicitud, la correspondiente a la recepción de los elementos omitidos; en caso contrario la solicitud se considerará como no presentada y se archivará.
- **Examen de fondo.** Se verifica que la solicitud cumpla con los requisitos legales.
- **Publicación de la solicitud.** El Registro de la Propiedad Intelectual ordenará de oficio la publicación de la solicitud en La Gaceta Oficial.
- **Resolución y registro.** Cabe destacar que el registro de un diseño industrial en Nicaragua tiene una vigencia de 5 años contados desde la fecha de presentación de la respectiva solicitud, prorrogable por dos períodos adicionales de 5 años, mediante el pago de la tasa correspondiente establecida.

#### Actividad individual 3:



Considerando que ya está trabajando con un caso de protagonista del MEFCCA, llene el formato Registro de Patente con los datos que tenga disponibles del protagonista que se presenta ante el MIFIC.

#### Actividad individual 4:



Elabore un cronograma de visitas al MIFIC para realizar Registro de Patente considerando sus actividades convencionales, estableciendo el paso a paso para ir a cada institución.

- Enumere cada uno de los documentos que se requieren en el MIFIC para lograr su inscripción.
- Enliste cada uno de los requisitos que se establecen en el MIFIC para lograr su inscripción.
- Calcule los posibles gastos para realizar dicho trámite

# Módulo 4

Técnicas de capacitación a capacitadores



## **Objetivos:**

Que el participante adquiera conocimientos y destrezas básicas en capacitación y las aplique a los emprendedores.

## **Contenido:**

4.1.Técnicas y recursos metodológicos para la facilitación.

4.2.Instrumentos didácticos de organización de talleres y reuniones.



## **Estrategia de entrada:**

Este es el cuarto y último módulo de este curso denominado, gestión empresarial, tramitología, registro de marca y formalización de MIPYMES en el marco del programa emprendimientos familiares.

El módulo técnicas de capacitación para capacitadores es de suma importancia porque le permitirá al participante adquirir conocimientos y habilidades para desarrollar una capacitación. Al inicio se detalla el objetivo que tienes que alcanzar y a medida que avances en el estudio teórico, encontrarás actividades de aprendizaje que te permitirán fortalecer y poner en práctica todo lo asimilado en tu estudio.

## 4.1. TÉCNICAS Y RECURSOS METODOLÓGICOS PARA LA FACILITACIÓN.

La capacitación juega un papel primordial para el logro de tareas, intervienen el facilitador y los participantes.



### 4.1.1. Cualidades de un buen capacitador:

1. Conocimiento del tema.
2. Ser claro al hablar (lenguaje claro y sencillo)
3. Habilidades para transmitir la información.
4. Dinámico.
5. Saber escuchar.

### 4.1.2. Seminario de capacitación:

Según el manual de capacitadores de la OIT, los pasos antes del seminario son los siguientes:

1. Decida el local donde se realizará (el tamaño debe de ser adecuado, buena iluminación, ventilación, limpio, niveles bajos de ruido)
2. Preparar el presupuesto del seminario (alquiler del local, honorarios, equipos, material didáctico, refrigerios, costo de transporte, visitas de campo etc.)
3. Seleccione a los participantes.
4. Llevar a cabo el análisis de necesidades de capacitación.
5. Decida el contenido
6. Decida la secuencia de los temas
7. Decida la duración
8. Establezca los objetivos de aprendizaje.
9. Preparar el diseño metodológico.

### 4.1.3. ¿Te has preguntado cuales son las técnicas de capacitación?

1. **Expositiva**, el facilitador expone conceptos, y brinda información relacionada al tema. Este método incorpora una variedad de técnicas y permite la participación de los participantes y la adquisición de conocimientos.
2. **Lluvia de ideas**, es muy útil para generar ideas, su objetivo es estimular a los participantes a encontrar diferentes maneras de tratar un problema dado.



La lluvia de ideas o brainstorming es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de ideas sobre un tema o problema determinado. El resultado deseable en una sesión de brainstorming es que se creen un gran número de soluciones o ideas, sean éstas posibles o imposibles de aplicar en la realidad. Para conseguirlo, es necesario establecer una serie de normas de conducta: todas las ideas son aceptables y nadie puede someter a crítica las ideas de otros.

Los participantes exponen sus ideas a medida que las van pensando y todas son anotadas.

El proceso de lluvia de ideas finaliza cuando no se generan nuevas soluciones. Es entonces cuando se inicia la discusión crítica, analizando el valor de cada una de las aportaciones realizadas, así como la reflexión y argumentación en cuanto a su viabilidad y pertinencia en cuanto a la aplicabilidad a la situación y/o caso concreto planteado.

- 3. Juego de roles,** es una dramatización de una situación que podría ocurrir en la vida diaria. Por ejemplo, se puede usar en el tema de la atención al cliente y otros temas de interés.

El juego de rol es una técnica de aprendizaje activo en la cual se simula una situación que representa la vida real. Los participantes pueden aprender conceptos difíciles mediante la simulación de un escenario donde deben aplicar dichos conceptos.

El supervisor proporciona la información que necesita cada estudiante sobre los distintos personajes que actúan en la representación. Durante el juego de rol los alumnos interactúan entre sí, asumiendo el papel y las perspectivas de los personajes para comprender sus motivaciones, intereses y responsabilidades. (Universitat Pompeu Fabra Barcelona , 2023)

- 4. Entrenamiento por simulación,** es ideal para la capacitación y entrenamiento a la fuerza de ventas, se basa en la demostración del producto, donde se le da a conocer las ventajas, beneficios, que representa para el usuario en términos de economía etc. También es adecuado para capacitación en técnicas de venta (debe de conocer las características del producto. Es una capacitación técnica, (demostración del producto en vivo)
- 5. Estudio de casos,** es la historia sobre un hecho o serie de circunstancias con detalles apropiados que los participantes deberán examinar y comprender.

Se basa en el estudio de una situación particular en la que se medirá la reacción del alumno y cómo aplica los conocimientos adquiridos. Así los aprendices mejoran su capacidad de resolución frente a problemas reales que probablemente lleguen a encontrarse en su día a día.

En esta técnica, los alumnos deberán realizar un estudio de la situación, una elección de la solución y una reflexión de sus efectos. El juicio crítico del participante o grupo de participantes se pone a prueba con este tipo de ejercicio

#### **4.1.4. Organización de la capacitación:**

1. Identifique los recursos.
2. Organice el horario.
3. Informe a los participantes.
4. Organice los materiales y equipos de capacitación.
5. Realice una reunión antes del seminario.
6. Instruya a los expositores.

#### 4.1.5. Fases de la capacitación:

En la siguiente imagen encontrarás las diferentes etapas del proceso de capacitación de forma resumida.



#### **4.1.5.1. Fase inicial**

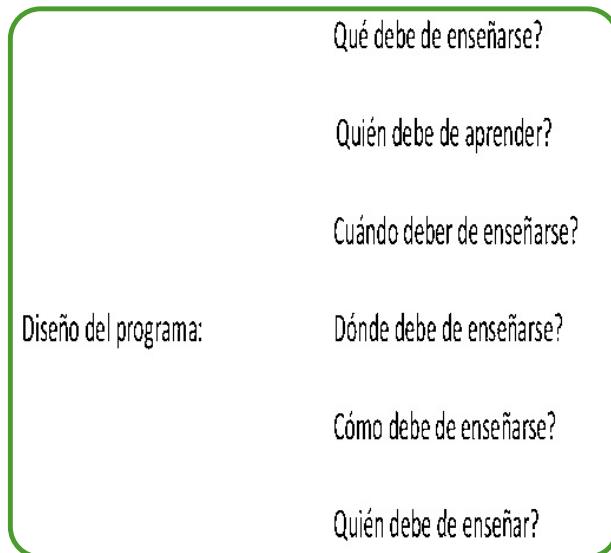
- Inscripción de participantes
- Bienvenida y presentación de los facilitadores
- Presentación de los participantes.
- Acordar las reglas de oro.
- Expectativas.
- Objetivos de la capacitación
- Dar a conocer el programa

#### **4.1.5.2. Fase de desarrollo**

- Es la parte central de la capacitación, en esta parte se presenta, discute y profundiza la temática a tratar partiendo del intercambio de experiencia de los participantes. Se combina con trabajos en equipo y luego se procede a la plenaria.

#### **4.1.5.3. Fase de cierre**

- Conclusiones.
- Evaluación de la actividad.



## 4.2. Instrumentos didácticos de organización de talleres

### 4.2.1. Instrumentos de capacitación, son las herramientas usadas para impartir conocimiento

1. Pizarra.
2. Rotafolio.
3. Data show
4. Tarjetas de colores
5. Papelógrafos
6. Las herramientas khia (herramientas de innovación abierta)

### 4.2.2. Formato para el diseño metodológico

Tema \_\_\_\_\_

Objetivo \_\_\_\_\_

Lugar: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_ Participantes: \_\_\_\_\_

Hora	Actividad	Técnica	Procedimiento	Tiempo	Materiales	Responsable

### 4.2.3. Tips para la capacitación:

1. Selecciona el tema de acuerdo a las necesidades.
2. Define el objetivo que pretendes alcanzar.
3. Elabora un buen diseño metodológico
4. Prepara con tiempo todos los medios.
5. Prepárate para que domines la temática.
6. Realiza dinámicas de integración y relajación.
7. Define las reglas de oro.
8. Prepara un test inicial, para conocer los conocimientos previos.
9. Prepara un test final, para evaluar los conocimientos adquiridos.
10. No te olvides de evaluar el taller

La capacitación, es muy importante ya que no solamente los nuevos trabajadores necesitan capacitación para desempeñar adecuadamente sus funciones, sino es preciso incluir a los ya existentes, porque la capacitación auxilia a los miembros a desempeñar su trabajo actual.



¿Te has preguntado, cuando se debe de capacitar al personal?

#### 4.3. El Taller



Es un taller de trabajo es un programa educativo corto (aunque esto puede significar desde 45 minutos a dos días enteros) y único diseñado para enseñar o presentarles a los participantes habilidades, técnicas o ideas prácticas que después podrán usar en su trabajo o en su vida cotidiana.

Es importante mencionar que para que un taller que se resuelva con éxito, contiene tres ingredientes esenciales. Con ellos en mente es más fácil decidir la estructura y qué materiales, exposiciones, ejercicios y juegos incluir.

- El taller debe estar personalizado para los participantes, de acuerdo a sus necesidades y a la finalidad global del mismo. Preguntas pertinentes en este caso son: ¿Adónde queremos llegar con este taller? ¿Qué necesitan los participantes? Un taller que sobrepasa las necesidades sentidas y manifestadas, puede convertirse en una ocasión perdida, a pesar de que el diseño sea excelente.
- Toda actividad debe ir acompañada de reflexión, porque es la reflexión la que activa los aprendizajes. Una actividad como una presentación, un ejercicio, un juego de roles... pueden no generar aprendizaje por ellos mismos. Este se produce en la reflexión, cuando se ponen palabras a los sentimientos, experiencias y entendimientos. De modo que toda actividad debe ir acompañada de reflexión y de un resumen de lo que hemos aprendido.

- La variedad genera dinamismo e implicación. Un taller exitoso es un proceso vivo y dinámico, que atrae la atención de los participantes y les implica de modo activo. Por ello, la variedad tiene que ser buscada en la planificación: exposiciones breves, actividad física, elaboración de productos, discusiones, presentación del trabajo realizado. (Alejandro Campo, 2015)

Un taller es un proceso planificado y estructurado de aprendizaje, que implica a los participantes del grupo y que tiene una finalidad concreta. Ofrece siempre la posibilidad, cuando no exige, que los participantes contribuyan activamente.

#### 4.3.1. Estructura del Taller



Fuente: Elaboración propia apartir de información de la web.

##### 4.3.1.1. Inicio

Apertura, confirmación de asistencia y establecimiento del marco (reglas de oro del taller)

##### 4.3.1.2. Desarrollo

Las actividades (presentación inicial, negociación de los objetivos, ejercicios grupales, aportaciones, conversaciones, productos del taller...)

##### 4.3.1.3. Cierre

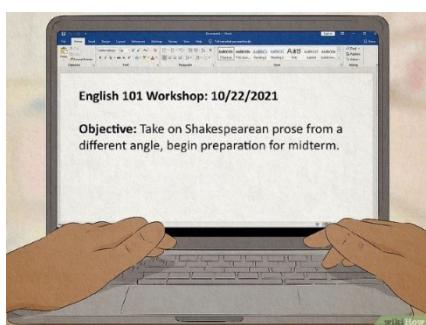
Presentación de los productos, resumen, agenda para seguir, evaluación y consecuencias

Es importante destacar que la estructura básica sirve como eje de la planificación, en la cual el contenido y la forma varían dependiendo de la finalidad del taller y de las necesidades de los participantes.

Todos los participantes deben tener claro cuál es el objeto del taller, reflexionar sobre el aprendizaje y sacar conclusiones de mejora. También deben conocer de qué manera se verán implicados en el proceso que es activo y colaborativo.

#### 4.4 Paso a Paso del taller

##### Paso 1: Planear el Taller (Establecer Objetivos)



Tal vez, tu meta sea presentar información general o una guía con respecto a un tema, como pintar o escribir de forma creativa. Sin importar el enfoque, es importante definir primero el objetivo.

##### Paso 2: Define las carencias de las personas que participan en el taller



Por ejemplo, al enseñar una habilidad en particular, comprende las necesidades de los participantes con respecto al nivel del dominio y al ritmo de aprendizaje de la audiencia para que el taller sea más efectivo.

##### Paso 3: Desarrolla un esquema para la presentación de tu taller

- Crea una introducción. Elige la forma en la que te vas a presentar, el contenido del taller y los participantes.
- Enumera las capacidades o temas que se van a tratar. Haz una lista simple y completa en la que incluyas los subtemas cuando sea necesario.
- Elige en orden de los temas. Las habilidades o información más importante deben estar al inicio del taller. De acuerdo al tema del taller, también puede ser útil presentar y construir cada tema, empezando con el más sencillo y culminando con el más complejo.
- Determina las reglas generales del taller. Las reglas y pautas, como por ejemplo que una sola persona hable a la vez, o levantar la mano para hablar, así como apagar los celulares u otros artefactos que creen distracción, son buenos para iniciar el taller.

- Establece la forma en la que concluirás el taller. Puedes incluir un corto resumen de todo lo aprendido, anunciar la próxima serie de talleres o implementar un formulario de retroalimentación para los participantes.

#### **Paso 4:Asigna un tiempo estimado para cada uno de los puntos del esquema.**



Asigna tiempo suficiente para los temas más complicados, si es que los participantes necesiten más tiempo para entenderlos o tengan preguntas. También es importante establecer recesos cronometrados durante el taller para que los participantes puedan ir al baño o puedan estirar las piernas.

#### **Paso 5: Crear material de apoyo**



Presenta el esquema de tu presentación en un programa para los participantes o desarrolla folletos impresos que contengan información o gráficos relevantes.

#### **Paso 6: Usa herramientas visuales.**



Las herramientas para la presentación, películas, imágenes y otros elementos pueden ser útiles para lograr entender ciertos conceptos o capacidades. Escoge herramientas visuales que complementen tu presentación y que eviten que los participantes se distraigan del mensaje u objetivo central.

#### **Paso 7: Fomentar la participación en el taller**



Organiza las sillas en forma de un semicírculo para facilitar la conversación y publica las reglas generales en una pizarra o una pared donde todos los participantes las puedan ver. Asegúrate de tener un papel en blanco en una tabla o una pared, o una pizarra, para que ahí puedas escribir la lluvia de ideas o tomar nota de las ideas y comentarios de los participantes.

### Paso 8: Incluye actividades interactivas en tu taller.



Las actividades o juegos pueden incrementar el compromiso y la participación. Las actividades pueden llevarse a cabo en pequeños o grandes grupos.

### Paso 9: Sesión de preguntas y respuestas.



Según las reglas generales del taller, invita a los participantes a hacer preguntas a lo largo del taller o en un espacio determinado

### Paso 10: Cierre



Esta es la fase final, tanto el facilitador como los participantes realizan la evaluación del taller, así mismo brindan sugerencias de mejora para futuros talleres a realizarse. (Chandran, 2023)

## 4.5 Consejos para la Planificación exitosa del taller

- Los participantes son las estrellas de tu taller. Acomoda el taller a sus necesidades
- Actúa deliberadamente mediante una rigurosa planificación.
- Piensa en el local, el mobiliario y su disposición de modo que se acomode a la forma y al contenido del taller.
- Prepárate a conciencia.
- Ten un plan B y estate dispuesto a modificar lo planificado, si así lo requieren las circunstancias



**EJERCICIO:**

- I. Tomando en cuenta los conocimientos adquiridos, prepare una capacitación siguiendo los siguientes pasos:
  - a. Determine la necesidad de capacitación.
  - b. Prepare el programa de capacitación  
Tema, objetivos, recursos didácticos, capacitador.
  - c. Preparar el presupuesto de la capacitación.
  - d. Elaborar el diseño metodológico.
  - e. Formatos de asistencia.
  - f. Administrar la logística de la capacitación.
  - g. Evaluar y dar seguimiento al programa.

## Bibliografía

2.0, M. D. (2020). La psicología de los colores.

Alejandro Campo, B. (2015). *bideoak2*. Obtenido de bideoak2: [https://bideoak2.euskadi.eus/debates/elkarlan2016/Proyecto\\_18\\_09.pdf](https://bideoak2.euskadi.eus/debates/elkarlan2016/Proyecto_18_09.pdf)

Chandran, H. (27 de Marzo de 2023). *Wiki How*. Obtenido de Wiki How: <https://www.bing.com/images/search?view=detailv2&form=SBIHVR&lightschemeovr=1&iss=sbi&q=imgurl:https%3A%2F%2Fwww.wikihow.com%2Fimages%2Fthumb%2F1%2F1a>

Eficaz, E. (s.f.).

Eficaz, E. (2022). Cómo escribir títulos persuasivos.

Universitat Pompeu Fabra Barcelona . (27 de Marzo de 2023). *upf.edu*. Obtenido de upf.edu: <https://www.upf.edu/es/web/usquid-etic/estrategias-metodologicas>

