

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario online en google from.



Encuesta "GOMITAS DE COLAGENO"

Estamos realizando un estudio para conocer las preferencias y hábitos de compra de dueños de perros sobre suplementos nutricionales. Tu participación es anónima, rápida y muy valiosa para ayudarnos a crear un producto innovador: gomitas de colágeno para mejorar la salud de los perros.

PREGUNTA 1. ¿Cuál es su género?

☐ Masculino

☐ Femenino

PREGUNTA 2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

☐ 18-24

☐ 25-34

☐ 35-49

☐ 50 años o más

PREGUNTA 3. ¿Dónde reside actualmente? (Barrio)

☐ _____

PREGUNTA 4. ¿Cuántos perros tiene actualmente?

☐ Ninguno

☐ 1

☐ 2

☐ 3 o más

PREGUNTA 5. ¿Qué tipo de productos compra con mayor frecuencia para su perro? (Puede seleccionar más de una opción)

☐ Alimentos secos o húmedos

☐ Juguetes

☐ Accesorios (collares, correas, camas, etc.)

☐ Snacks o premios

PREGUNTA 6. ¿Qué factores influyen más en su decisión al comprar productos para su perro? (Seleccione hasta 3 opciones)

☐ Precio

☐ Calidad

- ☐ Recomendación del veterinario
- ☐ Ingredientes naturales
- ☐ Marca reconocida
- ☐ Opiniones de otros compradores
- ☐ Publicidad/redes sociales

PREGUNTA 7. ¿Dónde suele comprar productos para su perro?

- ☐ Veterinaria
- ☐ Tiendas de mascotas
- ☐ Tiendas online
- ☐ Redes sociales

PREGUNTA 8. ¿Suele darle suplementos nutricionales o vitaminas a su perro?

- ☐ No, nunca
- ☐ Sí, ocasionalmente
- ☐ Sí, una vez al mes
- ☐ Sí, una vez a la semana
- ☐ Sí, diariamente

PREGUNTA 9. ¿Has escuchado hablar sobre el colágeno y sus beneficios para los perros?

- ☐ Sí, conozco bien sus beneficios
- ☐ He oído hablar, pero no sé mucho
- ☐ No, nunca he oído hablar de ello

PREGUNTA 10. ¿Le parecería útil un producto en forma de gomitas de colágeno para la salud de su perrito?

- ☐ No
- ☐ Tal vez
- ☐ Sí, totalmente

PREGUNTA 11. ¿Qué beneficios esperaba obtener si su perro consumiera gomitas de colágeno?

- ☐ Salud articular
- ☐ Mejora del pelaje
- ☐ Fortalecimiento óseo
- ☐ Digestión saludable
- ☐ Energía y vitalidad

PREGUNTA 12. ¿Qué forma de presentación le parecería más práctica para este tipo de producto?

- ☐ Bolsa hermética
- ☐ Frasco de plástico

☐ Frasco de vidrio

☐ Otro: _____

PREGUNTA 13. ¿Estaría dispuesto a probar nuestras gomitas de colágeno para perros si están disponibles en el mercado?

☐ No interesado

☐ Poco interesado

☐ Algo interesado

☐ Muy interesado

PREGUNTA 14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque de 10 gomitas de colágeno? (El perrito debe consumir 1 ó 2 gomitas al día)

☐ Menos de 10 Bs

☐ Entre 10 a 20 Bs

☐ Entre 21 a 30 Bs

☐ Más de 30 Bs

PREGUNTA 15. ¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia para informarse sobre nuevos productos?

☐ YouTube

☐ WhatsApp

☐ TikTok

☐ Instagram

☐ Facebook

PREGUNTA 16. ¿En quién confía más cuando le hacen recomendaciones para su perrito?

☐ Veterinarios

☐ Influencers o cuentas de mascotas en redes sociales

☐ Amigos o familiares

☐ Publicidad de la marca

☐ Opiniones en línea

¡GRACIAS POR SU TIEMPO!

Anexo 2 Prueba de confiabilidad de KR-20

N°	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
3	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1
4	1	1	0	1	0		1	1	0	1	1	1	1
5	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1
6	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
7	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
9	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1
10	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
11	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
12	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
13	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
14	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1
15	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1
16	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
18	0												
19	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
21	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
22	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
23	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1
24	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1
25	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1
26	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
29	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1
31	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1
32	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1
33	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
34	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1
35	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
36	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
37	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	0												
41	0												
42	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
43	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
44	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
45	0												
46	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
47	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
48	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
49	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
50	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
51	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
52	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
55	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
56	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1
57	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1
58	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1
60	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1

61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
63	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1
64	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
70	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
72	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1
73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
74	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
75	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
76	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
77	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
78	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
79	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1
80	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
81	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1
82	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
83	0												
84	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
85	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
86	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1
87	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1
88	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
89	0	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
90	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0
91	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1
92	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
93	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
94	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1
95	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
96	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
97	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1
98	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0
99	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1
100	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0
101	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
102	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1
103	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
104	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
105	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1
106	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
107	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
108	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
109	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
110	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1
111	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
112	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1
113	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1
114	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
115	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
116	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
117	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1
118	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
119	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1

Anexo 3 Cruce de variables

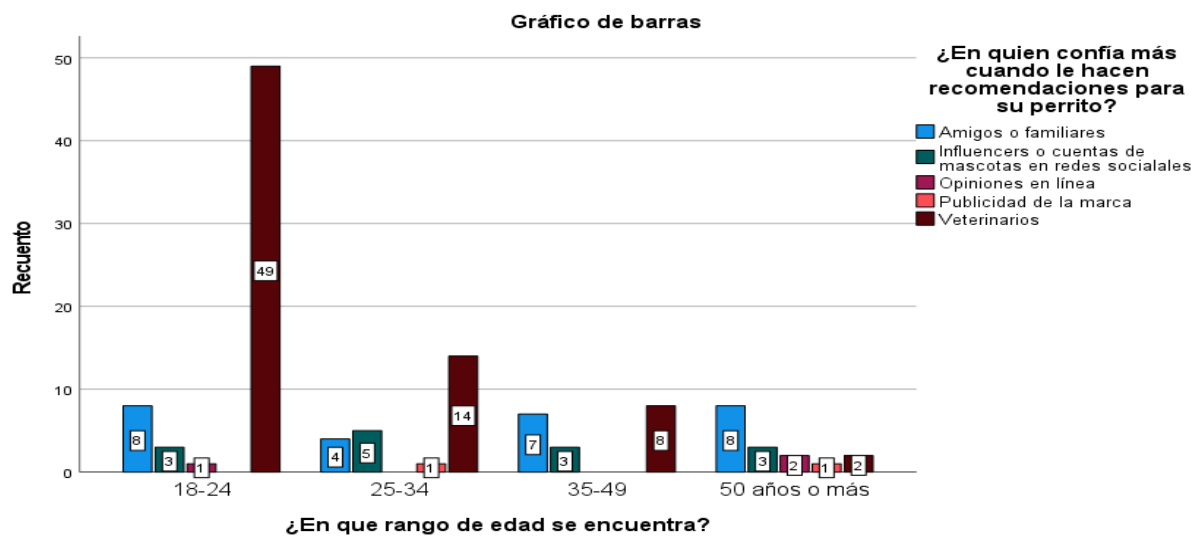
Tablas cruzadas y figuras

Tabla Edad * Fuente de confianza

		¿En quién confía más cuando le hacen recomendaciones para su perrito?					Total
		Amigos o familiares	Influencers o cuentas de mascotas en redes sociales	Opiniones en línea	Publicidad de la marca	Veterinarios	
¿En qué rango de edad se encuentra?	18-24	8	3	1	0	49	61
	25-34	4	5	0	1	14	24
	35-49	7	3	0	0	8	18
	50 años o más	8	3	2	1	2	16
Total		27	14	3	2	73	119

Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS

Figura Edad * Fuente de confianza



Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS y Office Excel 2016.

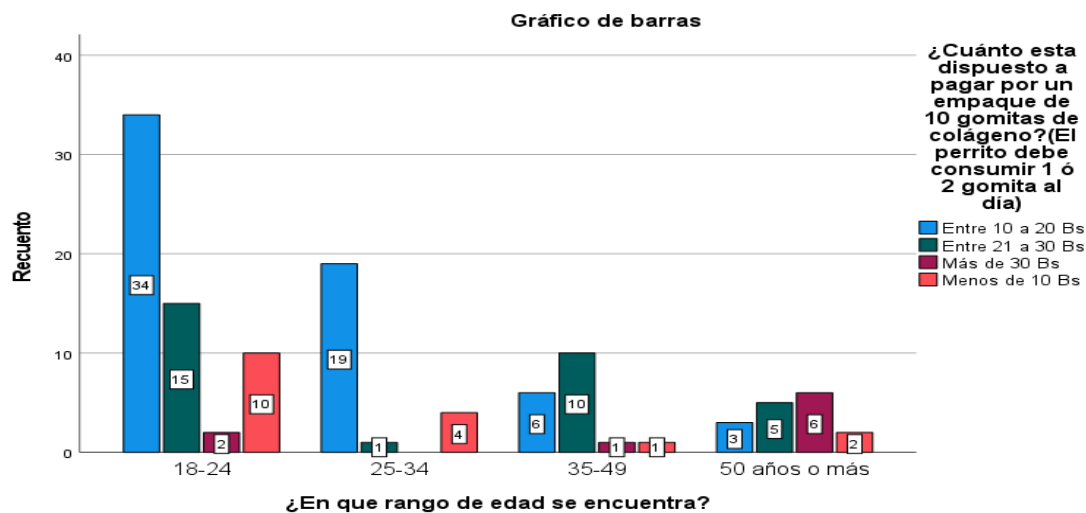
Análisis: Se observa una clara dependencia de la recomendación del veterinario como principal fuente de confianza, especialmente en el segmento más joven de 18-24 años, donde 49 de 61 encuestados (80%) lo eligen. Aunque esta confianza se mantiene en otros grupos de edad, la influencia de "amigos o familiares" gana relevancia progresivamente con la edad. Esto subraya la necesidad crítica de obtener respaldo profesional para penetrar el mercado joven, complementando con estrategias de marketing de referidos para audiencias mayores.

Tabla Edad * Precio dispuesto a pagar

		¿Cuánto está dispuesto a pagar por un empaque de 10 gomitas de colágeno?(El perrito debe consumir 1 ó 2 gomita al día)				Total
		Entre 10 a 20 Bs	Entre 21 a 30 Bs	Más de 30 Bs	Menos de 10 Bs	
¿En qué rango de edad se encuentra?	18-24	34	15	2	10	61
	25-34	19	1	0	4	24
	35-49	6	10	1	1	18
	50 años o más	3	5	6	2	16
Total		62	31	9	17	119

Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS

Figura Edad * Precio dispuesto a pagar



Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS y Office Excel 2016.

Análisis: Existe una correlación visible entre la edad y la sensibilidad al precio. Los consumidores más jóvenes (18-34 años) se concentran mayoritariamente en el rango de precios de **10 a 20 Bs**. En contraste, los segmentos de mayor edad (35 años en adelante) muestran una mayor disposición a pagar precios superiores, con un número significativo de encuestados dispuestos a pagar entre "21 a 30 Bs" y "más de 30 Bs". Esto sugiere una estrategia de precios segmentada: un producto estándar para el mercado masivo joven y la posibilidad de introducir líneas premium para un público mayor con mayor poder adquisitivo.

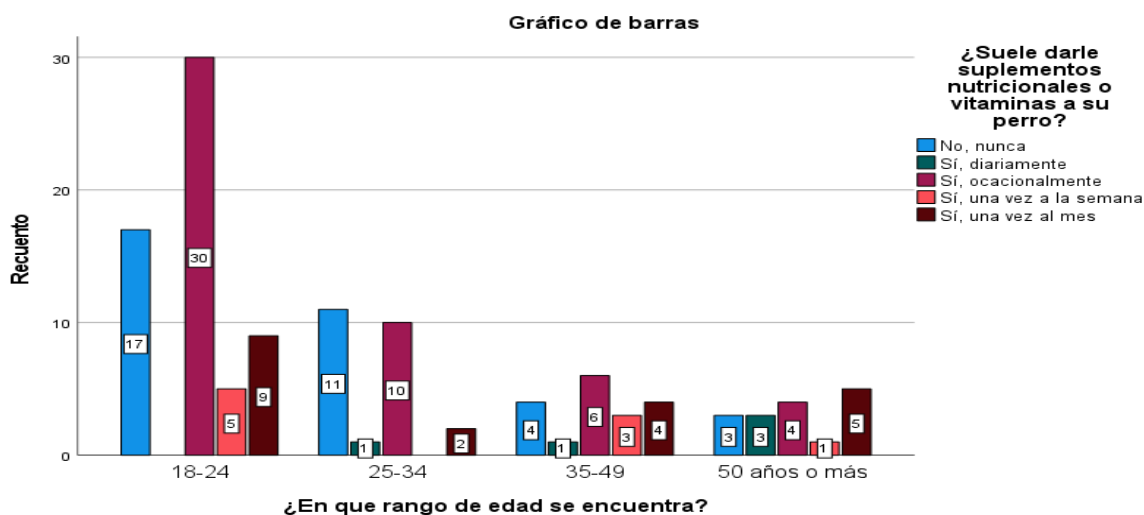
Tabla Edad * Frecuencia de administración de suplementos nutricionales a su perro

		¿Suele darle suplementos nutricionales o vitaminas a su perro?					Total
		No, nunca	Sí, diariamente	Sí, ocasionalmente	Sí, una vez a la semana	Sí, una vez al mes	
¿En qué rango de	18-24	17	0	30	5	9	61
	25-34	11	1	10	0	2	24
	35-49	4	1	6	3	4	18

edad se encuentra?	50 años o más	3	3	4	1	5	16
Total		35	5	50	9	20	119

Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS

Figura Edad * Frecuencia de administración de suplementos nutricionales a su perro



Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS y Office Excel 2016.

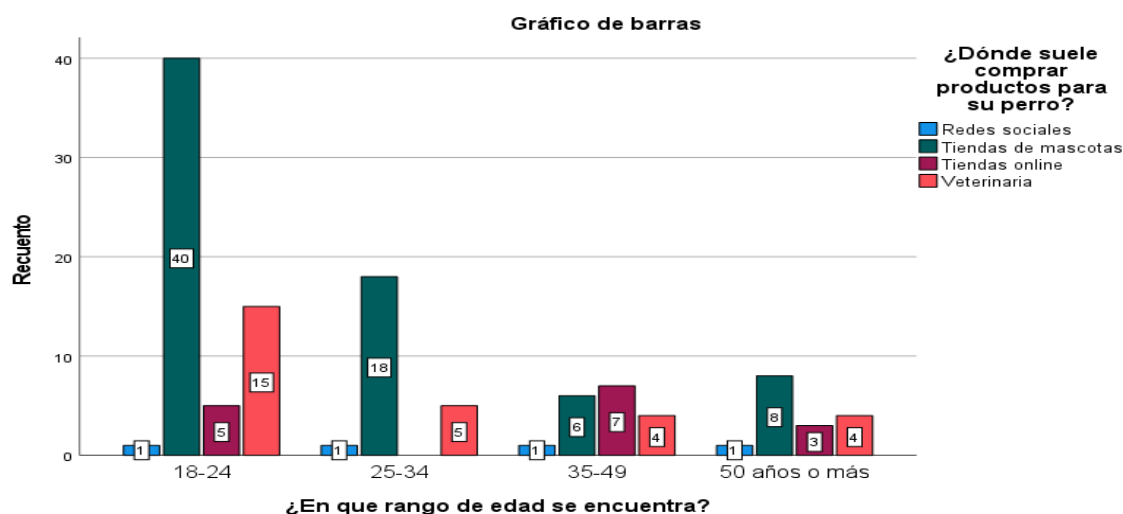
Análisis: El grupo de 18-24 años, el más grande de la muestra, presenta el mayor número de usuarios "ocasionales" (30) pero también un número considerable que "nunca" ha administrado suplementos (17). El uso diario es casi inexistente en este grupo y aumenta ligeramente con la edad. Esto perfila al mercado joven como un público abierto, pero no habituado, lo que demanda una estrategia de marketing enfocada en la educación y la creación del hábito de consumo, posicionando las gomitas como un premio saludable de uso regular.

Tabla Edad * Lugar habitual de compra de productos para su perro

		¿Dónde suele comprar productos para su perro?				Total
		Redes sociales	Tiendas de mascotas	Tiendas online	Veterinaria	
¿En qué rango de edad se encuentra?	18-24	1	40	5	15	61
	25-34	1	18	0	5	24
	35-49	1	6	7	4	18
	50 años o más	1	8	3	4	16
Total		4	72	15	28	119

Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS

Figura Edad * Lugar habitual de compra de productos para su perro



Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS y Office Excel 2016.

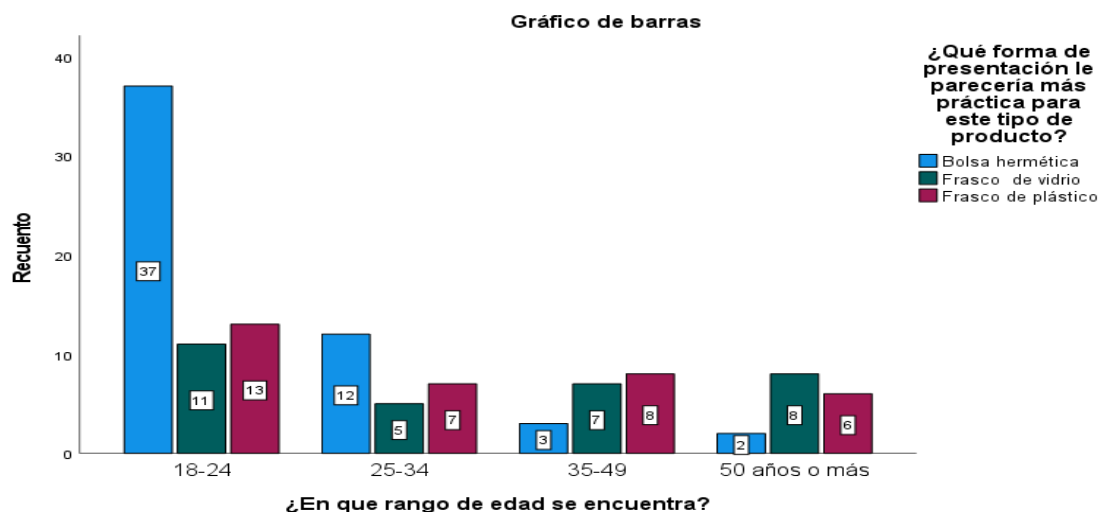
Análisis: Las tiendas de mascotas son el canal de compra dominante en todos los grupos de edad, con una preferencia especialmente marcada en el segmento de 18-24 años (65.5% de este grupo). Las veterinarias se consolidan como el segundo canal más importante. Las redes sociales y tiendas online, si bien son utilizadas, no representan el canal de compra principal para ningún segmento. La estrategia de distribución debe, por tanto, priorizar la presencia física en pet shops y clínicas veterinarias para garantizar el acceso al producto.

Tabla Edad * Presentación preferida

		¿Qué forma de presentación le parecería más práctica para este tipo de producto?			
		Bolsa hermética	Frasco de vidrio	Frasco de plástico	Total
¿En qué rango de edad se encuentra?	18-24	37	11	13	61
	25-34	12	5	7	24
	35-49	3	7	8	18
	50 años o más	2	8	6	16
Total		54	31	34	119

Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS

Figura Edad * Presentación preferida

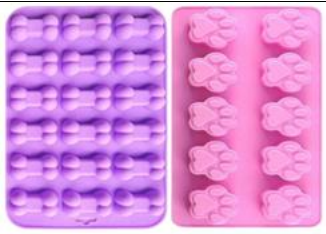


Nota: Elaboración propia, con el software IBM Statistics SPSS y Office Excel 2016.

Análisis: La preferencia por la bolsa hermética es abrumadora en el grupo de 18-24 años (60.6%). A medida que la edad aumenta, la preferencia se diversifica, y los frascos de vidrio y plástico ganan una aceptación considerable, especialmente en el grupo de 50 años o más, donde el frasco de vidrio es la opción preferida. Esto valida la decisión de lanzar el producto en una bolsa hermética para atraer al segmento principal, pero abre la puerta a futuras extensiones de línea con empaques tipo frasco para atraer a otros nichos demográficos.

Anexo 4

a) Diseño, especificaciones y beneficios del producto

Producto: Gomitas de colágeno	
Forma: moldes de silicona	

Presentación: bolsa hermética	
Etiquetado: Gomitas mixtas	
Variedades: • Colágeno con zanahoria, cúrcuma y aceite de coco • Colágeno con remolacha, pepino y jengibre • Colágeno con brócoli, espinaca y cúrcuma • Colágeno con apio, arándanos y aceite de oliva • 100% de colágeno.	

b) Beneficios de los ingredientes empleados para la elaboración de las gomitas de colágeno

INGREDIENTE	UTILIDAD	BENEFICIO
Zanahoria	Necesaria por su alto contenido de betacaroteno, precursor de la Vitamina A, y fibra. Es un snack de baja caloría que apoya la salud visual y digestiva.	Su contenido en betacaroteno y fitonutrientes como el licopeno y la luteína es importante para mantener la visión y proteger los ojos contra la radiación UVB. Su fibra soluble y prebióticos mejoran la digestión, ayudando a regular el tránsito intestinal (Organic-Hunde, 2022).
Cúrcuma	Es un nutraceutico esencial por su principal componente activo, la curcumina, que combate procesos inflamatorios y el estrés oxidativo.	Posee potentes propiedades antiinflamatorias que la convierten en un suplemento eficaz para aliviar los síntomas de la artritis y la artrosis en perros. Además, su acción antioxidante contribuye a la desintoxicación del organismo y fortalece el sistema inmunológico (Natuka, 2023; baluka mascotas, 2021).

Aceite de Coco	Fuente de ácidos grasos de cadena media, particularmente ácido láurico, que ofrece propiedades antimicrobianas y apoya la salud metabólica.	Mejora el brillo y la textura del pelaje y la salud de la piel gracias a sus propiedades antimicrobianas y antioxidantes. El ácido láurico puede ayudar a combatir infecciones y apoyar la salud digestiva al reducir la inflamación intestinal (PetsCare.com, Aceite de coco, s.f.; NaturaleBio, s.f.).
Remolacha	Aporta un perfil nutricional rico en fibra, vitaminas y antioxidantes, que favorecen la salud sanguínea y muscular.	Contribuye a la salud de las células sanguíneas gracias a su contenido de hierro y ácido fólico, y aporta antioxidantes naturales que son beneficiosos para mitigar procesos inflamatorios en perros senior (PetsCare.com, Remolacha, s.f.).
Pepino	Principalmente valorado por su alto contenido de agua y bajo aporte calórico, siendo un excelente vehículo para la hidratación y un snack seguro para el control de peso.	Es una fuente de hidratación (96% agua) y aporta vitaminas C y K, siendo la última esencial para mantener huesos fuertes y la coagulación sanguínea adecuada (Purina Colombia, Pepino, s.f.). Su bajo contenido calórico lo hace ideal para perros con sobrepeso.
Jengibre	Es una raíz conocida por sus propiedades antieméticas y antiinflamatorias, necesaria para el bienestar digestivo.	Es un eficaz protector estomacal que ayuda a aliviar problemas digestivos que cursan con náuseas y vómitos, incluidos los mareos por movimiento. Sus propiedades antiinflamatorias también son un apoyo complementario para perros que padecen artrosis, contribuyendo a aliviar el dolor articular (IndiDogs, 2022).
Brócoli	Un "superalimento" que proporciona vitaminas y fibra que refuerzan las defensas del organismo y la salud ósea.	Es rico en vitaminas C, A, E y K, aportando un poderoso efecto antioxidante y antiinflamatorio. La vitamina K es clave para fortalecer los huesos y la coagulación, mientras que la fibra mejora la digestión y ayuda a prevenir el estreñimiento (PetsCare.com, Brócoli, s.f.; Guau&Cat, 2024).
Espinaca	Aporta un alto valor nutricional, siendo rica en vitaminas y minerales esenciales, además de compuestos antioxidantes.	Es una excelente fuente de vitaminas A, C y K, hierro y potasio. Sus antioxidantes naturales, como la luteína, ayudan a combatir el envejecimiento celular y promueven un buen funcionamiento del cerebro y el corazón. Su fibra contribuye a un tránsito intestinal equilibrado (Patitas&co, s.f.).
Apio	Necesario principalmente por su alto contenido en agua, bajo aporte calórico y su perfil de vitaminas que apoya la salud cardiovascular.	Proporciona vitaminas A, C y K, además de potasio y ácido fólico. Se ha demostrado que su ingesta contribuye a reducir la hipertensión, ofreciendo un beneficio en la salud cardiovascular (Organic-Hunde, 2022; Pets Table, 2025).
Arándanos	Ingrediente indispensable por su alta concentración de antioxidantes que protegen la	Son una de las frutas con el índice más alto de antioxidantes, que protegen las células de los radicales libres, previniendo el daño oxidativo y afecciones neurodegenerativas. Además, contribuyen a la salud del tracto urinario y el sistema

	salud celular y refuerzan el tracto urinario.	inmunológico debido a su contenido de vitamina C (Bonza, 2025; Purina Colombia, Arándanos, s.f.).
Aceite de Oliva	Grasa vegetal rica en ácidos grasos monoinsaturados (ácido oleico) y polifenoles.	Contiene propiedades antiinflamatorias que complementan el apoyo articular, siendo beneficioso para perros con artritis leve. Sus antioxidantes mejoran la salud de la piel y el pelaje, además de facilitar el tránsito intestinal en casos de estreñimiento ocasional (Tienda Molino Alfonso, s.f.; Blog Mascota y Salud, 2021).

Anexo 5 Plataformas de redes sociales para promocionar las gomas de colágeno

a) TIKTOK



b) INSTAGRAM



c) FACEBOOK



Anexo 6

Página oficial de SEPREC



SEPREC > TRÁMITE1

Trámite 1-Inscripción de Comerciante Individual o Empresa Unipersonal

CONCEPTO

Comerciante Individual o Empresa Unipersonal es la persona natural habitualmente dedicada a realizar cualquier actividad comercial, con fines de lucro.

Conforme a la normativa vigente una persona natural no puede registrar más de una Empresa unipersonal o comerciante individual.

Hola soy SEPRECito, tu asistente virtual
Ve a Configuración para activar Windows



Página oficial de Impuestos Nacionales.





Estado Plurinacional de Bolivia

Encuétranos en:   

Caja Nacional de Salud



Institucional ▾	Información Financiera ▾	Afiliaciones y Prestaciones ▾	Gestión Médica ▾	Transparencia ▾	Comunicación ▾	Contactos ▾
-----------------	--------------------------	-------------------------------	------------------	-----------------	----------------	-------------

Requisitos de Afiliación del Empleador

AFILIACIÓN EMPRESAS PRIVADAS Y JURÍDICAS

(Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedades Anónimas, En Comandita Simple, en Comandita por Acciones y Cooperativas Privadas).

1. Formulario AVC-01 (vacío) firmado por el Representante Legal y sello de la empresa.
2. Formulario AVC-02 (vacío).
3. Formulario RCI-1A (vacío) - firmado por el Representante Legal y número de cédula de identidad.
4. Solicitud dirigida a jefatura de la unidad afiliación Regional o Distrital.
5. Presentar fotocopia legalizada de poder notariado del Representante Legal y Cédula de Identidad del Representante Legal.
6. Fotocopia NIT y (certificado electrónico) o Personería Jurídica para Edificios.
7. Para Organizaciones Sindicales presentar Reconocimiento del Ministerio de Trabajo y Personería Jurídica.
8. Balance de apertura firmado por el Colegio Departamental de Contadores o Auditores.
9. Testimonio de Constitución si la empresa se encuentra en Sociedad (Fotocopia legalizada).
10. Para Edificios presentar Personería Jurídica o NIT.
11. Planilla de Haberes un original y cinco copias firmadas por los trabajadores en la casilla respectiva.
12. Nómina del personal con fecha de nacimiento.
13. Croquis de ubicación de la empresa.

Activar Windows
Ve a Configuración para activar W



Empleadores

¿QUIÉNES SON EMPLEADORES?

Son Empleadores las personas naturales o jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que contratan a una o más personas bajo relación de dependencia laboral, de acuerdo a disposiciones legales vigentes.

¿CÓMO DEBEN REGISTRARSE LOS EMPLEADORES AL SISTEMA INTEGRAL DE PENSIONES - SIP?

Llenando el Formulario de Registro electrónico del Empleador por cualquiera de los canales que la Gestora ha puesto a disposición de la población:

- ◆ Oficina virtual de la Gestora ingresando a la Página web: www.gestora.bo
- ◆ Plataformas de Atención al Cliente de las oficinas regionales a nivel nacional.

Adjuntando en forma física o digital la siguiente documentación:

- ◆ Documento de Identidad del representante legal de la empresa.
- ◆ Poder del representante legal de la empresa.

CONCEPTO	PORCENTAJE
Cotización Mensual	10%
Prima por Riesgo Común	1.71%
Aporte Solidario del Asegurado	0.5%
Comisión	0.5%

b) Aportes Patronales:

Deben ser pagados por el Empleador con sus propios recursos al SIP, en función al Total Ganado de sus trabajadores o funcionarios dependientes de acuerdo al siguiente detalle:

CONCEPTO	PORCENTAJE
Prima por Riesgo Profesional	1,71%
Aporte Patronal para Fondo Vivienda	2%
Aporte Patronal para Fondo Solidario	3%

Guía de inscripción al Registro Obligatorio de Empleadores (ROE)

Bolivia Emprende / Abril 24, 2018

Compartir en: [f](#) [t](#) [in](#)

[ACTUALIZADO A ENERO DEL 2024]

El Decreto Supremo N° 3433, del 13 de diciembre de 2017 regula la constitución, ámbito de aplicación y características del Registro Obligatorio de Empleadores. En ese marco, con el propósito de desburocratizar los trámites, el Ministerio de Trabajo y Previsión Social incorporó la nueva Oficina Virtual de Trámites para agilizar el Registro Obligatorio de Empleadores que se encuentra en la siguiente dirección: <https://ovt.mintrabajo.gob.bo>.

Si usted está a la cabeza de una empresa boliviana con personal en su estructura, debe conocer e inscribirse en el ROE ingresando a la oficina virtual.

Requisitos para el uso del sistema

- Contar con conexión a Internet.
- Tener una cuenta de correo electrónico.
- Contar con NIT, para ingresar a la plataforma debe emplear los datos de NIT, usuario y contraseña otorgados por el Servicio de Impuestos Nacionales.
- Para el caso de las empresas bolivianas deben contar con Matrícula de Comercio (inscripción en Fundempresa).



**MINISTERIO DE TRABAJO,
EMPLEO Y PREVISIÓN SOCIAL**

Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Anexo 7 Información de crédito del Banco de Desarrollo Productivo (BDP)

Requisitos

- Ser mayor de edad
- Ser propietario de la actividad económica donde invertirá el financiamiento
- Fotocopia de Cédula de Identidad (Solicitante, cónyuge y garante si corresponde)
- Croquis de ubicación del domicilio y de la unidad productiva
- Fotocopia de la factura de luz o agua o teléfono (según corresponda)
- Certificado de solvencia moral otorgado por la autoridad de la comunidad (deseable)
- Detalle del Plan de Inversión
- No tener deudas directas o indirectas en mora, ejecución o castigadas en otros bancos
- Otros documentos y/o autorizaciones de acuerdo a la actividad

Monto

Está en función a la capacidad de pago, la actividad productiva y el objeto del crédito.

Plazos

- 3 años para capital de operación
- 10 años para capital de inversión

Tasa de interés

Créditos para Manufactura y Transformación de Micro Empresa es del 11,5% anual.

Forma de pago

Se puede pagar de manera mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual o personalizada.

Tipo de Cuota o Amortización

Las cuotas pueden ser fijas, variables y personalizadas en función al tiempo de producción de la actividad o ciclo productivo y destino del financiamiento.

Anexo 8 Proyección del incremento del Salario Mínimo Nacional (Método de regresión lineal)

Período	Año	SMN (Bs)	Incremento % (Yi)	Período (Xi)	XiYi	Xi2
1	2006	500	13.64%	1	13.64	1
2	2007	525	5.00%	2	10	4
3	2008	577	9.90%	3	29.7	9
4	2009	647	12.13%	4	48.52	16
5	2010	680	5.10%	5	25.5	25
6	2011	815	19.85%	6	119.1	36
7	2012	1000	22.69%	7	158.83	49
8	2013	1200	20.00%	8	160	64
9	2014	1440	20.00%	9	180	81
10	2015	1656	15.00%	10	150	100
11	2016	1805	8.99%	11	98.89	121
12	2017	2000	10.80%	12	129.6	144
13	2018	2060	3.00%	13	39	169
14	2019	2122	3.01%	14	42.14	196
15	2020	2122	0.00%	15	0	225
16	2021	2164	1.98%	16	31.68	256
17	2022	2250	3.97%	17	67.49	289
18	2023	2362	4.98%	18	89.64	324
19	2024	2500	5.84%	19	110.96	361
20	2025	2750	10.00%	20	200	400
SUMAS			ΣY=196.98	ΣX=210	ΣXY=1705.55	ΣX2=2870

Año	Período (X)	Cálculo (Y=a-b X)	Proyección (SMN %)
2026	21	15.5768-0.5455(21)=4.1953	4.20%
2027	22	15.5768-0.5455(22)=3.6498	3.65%
2028	23	15.5768-0.5455(23)=3.1043	3.10%
2029	24	15.5768-0.5455(24)=2.5588	2.56%
2030	25	15.5768-0.5455(25)=2.0133	2.01%

a	15,5768
b	-0,5455



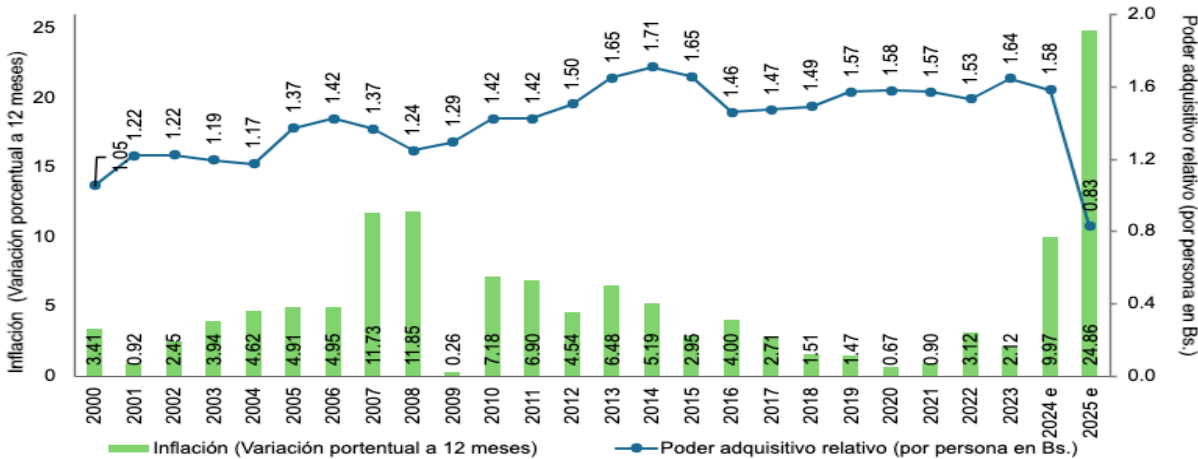
Anexo 8 Proyección de la inflación (Método de regresión lineal)

Año	Inflación (Yi)	Período (Xi)	XiYi	Xi2
2000	3.96%	1	3.96	1
2001	0.88%	2	1.76	4
2002	1.54%	3	4.62	9
2003	3.94%	4	15.76	16
2004	4.91%	5	24.55	25
2005	4.91%	6	29.46	36
2006	4.31%	7	30.17	49
2007	11.85%	8	94.8	64
2008	14.51%	9	130.59	81
2009	-0.28%	10	-2.8	100
2010	7.18%	11	78.98	121
2011	6.90%	12	82.8	144
2012	4.54%	13	59.02	169
2013	6.48%	14	90.72	196
2014	5.19%	15	77.85	225
2015	2.95%	16	47.2	256
2016	4.00%	17	68	289
2017	2.71%	18	48.78	324
2018	1.51%	19	28.69	361
2019	1.47%	20	29.4	400
2020	0.94%	21	19.74	441
2021	0.73%	22	16.06	484
2022	1.75%	23	40.25	529
2023	2.50%	24	60	576
2024	3.00%	25	75	625
SUMAS	$\Sigma Y=100.90$	$\Sigma X=325$	$\Sigma XY=1108.68$	$\Sigma X^2=5525$

Año	Período (X)	Cálculo ($Y = a - b X$)	Proyección Final de Inflación (%)
2026	26	$6.0666 - 0.1562(26) = 2.0194$	2.02%
2027	27	$6.0666 - 0.1562(27) = 1.8632$	1.86%
2028	28	$6.0666 - 0.1562(28) = 1.7070$	1.71%
2029	29	$6.0666 - 0.1562(29) = 1.5508$	1.55%
2030	30	$6.0666 - 0.1562(30) = 1.3946$	1.39%

b	-0,1562
a	6,0666

Bolivia. Inflación y poder adquisitivo, 2000 - 2025



Anexo 9 Flujo de caja económico cuando el precio disminuye en un 5% (Expresado en Bs.)

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
DETALLE	INVERSION	ETAPAS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION				
	año 0	1	2	3	4	5
TOTAL ENTRADA DE EFECTIVOS	0	322433,263	367842,1839	448958,7423	569897,0036	606440,9219
(+)Ventas		322433,26	367842,18	448958,74	569897,00	577818,57
(+)Valor Residual						8515,85
(+)Capital De Trabajo						20106,5
(+)Venta De Activos						
TOTAL SALIDAD DE EFECTIVOS	50147,5	315994,91	375792,1562	430112,3061	543452,288	547340,0323
(-) Inversión Fija	25321					
(-)Inversión Diferida	4000					
(-)Capital De Trabajo	20826,5					
(-)Costos Variables		58187,28	64880,05	77942,97	113266,57	113570,76
(-)Amortización de Préstamo		2885,36	6277,99	7020,71	3815,94	0,00
(-)Debito Fiscal IVA		41916,32	47819,48	58364,64	74086,61	75116,41
(-)IT 3%		9673,00				
(-) Costos Fijos		188007,00	242172,07	261760,96	318620,31	324994,21
(-)Costos Financieros Intereses		1150,00	1792,73	1050,01	219,42	0,00
(-)Impuestos De Ley IUE 25%		14175,95	12849,84	23973,02	33443,44	33658,65
FLUJO DE CAJA NETO	-59276,5	6438,3507	-7949,972214	18846,43625	26444,7156	59100,88959
flujo de caja acumulado		14915,79	17001,34	48096,33	90089,05	164954,07

Flujo de caja económico cuando la inversión cambia en un 15%

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
DETALLE	INVERSION	ETAPAS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION				
	año 0	1	2	3	4	5
TOTAL ENTRADA DE EFECTIVOS	0	339403,434	387202,2989	472588,1498	599891,5827	636852,4257
(+)Ventas		339403,43	387202,30	472588,15	599891,58	608230,08
(+)Valor Residual						8515,85
(+)Capital De Trabajo						20106,5
(+)Venta De Activos						
TOTAL SALIDAD DE EFECTIVOS	68167,975	315994,91	375792,1562	430112,3061	543452,288	547340,0323
(-) Inversión Fija	42918					
(-)Inversión Diferida	4485					
(-)Capital De Trabajo	20764,975					
(-)Costos Variables		58187,28	64880,05	77942,97	113266,57	113570,76
(-)Amortización de Préstamo		2885,36	6277,99	7020,71	3815,94	0,00
(-)Debito Fiscal IVA		41916,32	47819,48	58364,64	74086,61	75116,41
(-)IT 3%		9673,00				
(-) Costos Fijos		188007,00	242172,07	261760,96	318620,31	324994,21
(-)Costos Financieros Intereses		1150,00	1792,73	1050,01	219,42	0,00
(-)Impuestos De Ley IUE 25%		14175,95	12849,84	23973,02	33443,44	33658,65
FLUJO DE CAJA NETO	-68167,975	23408,522	11410,14273	42475,84374	56439,2948	89512,39338
flujo de caja acumulado		14915,79	17001,34	48096,33	90089,05	164954,07

Flujo de caja económico cuando los costos fijos y variables aumentan en un 10%

FLUJO DE CAJA ECONOMICO						
DETALLE	INVERSION	ETAPAS DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION				
	año 0	1	2	3	4	5
TOTAL ENTRADA DE EFECTIVOS	0	339403,434	387202,2989	472588,1498	599891,5827	636852,4257
(+)Ventas		339403,43	387202,2989	472588,1498	599891,583	608230,0757
(+)Valor Residual						8515,85
(+)Capital De Trabajo						20106,5
(+)Venta De Activos						
TOTAL SALIDAD DE EFECTIVOS	50147,5	337597,06	401572,1267	459473,7165	580763,441	585210,3018
(-) Inversión Fija	25321					
(-)Inversión Diferida	4000					
(-)Capital De Trabajo	20826,5					
(-)Costos Variables		62842,26	70070,45	84178,41	122327,89	122656,42
(-)Amortización de Préstamo		2885,36	6277,99	7020,71	3815,94	0,00
(-)Debito Fiscal IVA		44122,45	50336,30	61436,46	77985,91	79069,91
(-)IT 3%		10182,10				
(-) Costos Fijos		203047,56	261545,83	282701,83	344109,93	350993,74
(-)Costos Financieros Intereses		1150,00	1792,73	1050,01	219,42	0,00
(-)Impuestos De Ley IUE 25%		13367,33	11548,82	23086,30	32304,35	32490,23
FLUJO DE CAJA NETO	-59276,5	1806,3715	-14369,82785	13114,43337	19128,1422	51642,12394
flujo de caja acumulado		14915,79	17001,34	48096,33	90089,05	164954,07

