

ANEXOS

Anexo 1. Carta de Invitación a la Sesión de Grupo

Tarija, 19 de junio de 2021

Invitamos a Ud. a participar de un grupo de opinión (grupo focal) relativo al **lanzamiento de un aceite dermocosmético natural dirigido a mujeres de la ciudad de Tarija.**

Esta validación de intención de compra se está elaborando como una investigación de pregrado de la U.A.J.M.S. En esta etapa es **importante la opinión de tarijeñas que representan a la población objeto de estudio.**

Un grupo focal (conformado por 8 personas) tiene por finalidad conocer las opiniones de las personas respecto a un tema, lo que piensan y sienten en relación a sus experiencias, conocimientos, cultura, etc.; por lo tanto, no tiene el objetivo de evaluar los conocimientos académicos sobre dermocosméticos naturales.

El grupo focal al cual se le invita a participar se desarrollará de manera remota vía **Google Meet**, el próximo domingo 20 de junio a las 15 horas en el enlace <https://meet.google.com/crx-xcww-sfk> La duración máxima será de 90 máximo puntualmente. Siendo la sesión de grupo de carácter virtual se pedirá amablemente mantener siempre la cámara encendida.

Dado que es necesario llegar a 8 integrantes, **agradezco confirmen al cel. 60279812 la participación de Ud. así como de otras invitadas** que presenten interés.

En la espera de la aceptación a la propuesta, saluda el organizador.

Roberto Ruiz Catoira

Anexo 2. Guía y Acta de Discusión de la Sesión de Grupo

GUÍA O TEMARIO DE DISCUSIÓN DE LA SESIÓN DE GRUPO

1. Objetivos del Grupo Focal

1.1. Objetivo General:

- ✓ Conocer los gustos y preferencia respecto a los bronceadores.

1.2. Objetivos Específicos:

- ✓ Determinar los criterios de elección
- ✓ Conocer la ocasión de compra
- ✓ Establecer la frecuencia de compra
- ✓ Conocer el uso del bronceador

2. Selección del moderador

3. Definición del Grupo de Participantes

4. Lista de Preguntas:

1. ¿Me podrían decir sus nombres y a que se ocupan (estudian, trabajan)?
2. ¿Qué actividades realizan en sus tiempos libres?
3. ¿Qué cosméticos o dermocosméticos utiliza?
4. ¿Con que frecuencia utilizan cosméticos? “Se maquilla”
5. ¿Qué tipo de producto utiliza antes de maquillarse y que producto utiliza para desmaquillarse? p. Ej.: un jabón, crema o leche limpiadora, tónicos, aceites y toallitas
6. ¿Le produce efectos adversos en el uso de dichos maquillajes en su piel, como ser picazón, enrojecimiento (dermatitis, urticaria, salpullido), descamación, irritación, presencia de granos (acné cosmético) o eczemas, etc.
7. ¿Utiliza un producto para el cuidado de la piel? ¿Cuáles fuera? Como ser: crema o gel limpiador, cremas hidratantes, cremas contorno de ojos, bálsamo para labios, protector solar, desmaquillantes, agua micelar, exfoliantes, aceites vegetales naturales.
8. ¿Cuáles son las marcas de productos para el cuidado de la piel que conoce? Yanbal, Nivea, Cetaphil, Loreal, Amobil, Esika, Laboratorios A&E, (bifásicos desmaquillantes), desmaquillantes, Beiby, Sefora, Colorina (marcas bolivianas)
9. ¿De las nombradas, cual usa?
10. ¿Por qué les gusta esa marca?
11. Ha utilizado otras marcas que sus productos sean 100% naturales? Libre de **parabenos** (conservante), **parafina** (capa impermeable en la piel que da un aspecto de suavidad y tersura) **sulfatos** (generan espuma y pueden irritar y deshidratan la piel), **siliconas**

(suavizan habitual champús, acondicionadores y mascarillas. cosmética de color bases de maquillaje y prebases). ¿Indique que otras marcas ha utilizado?

12. Si no ha utilizado dichas marcas entonces, ¿Cuál es la razón del NO uso?
13. ¿En dónde compra productos para el cuidado de la piel?
14. ¿Con que frecuencia compra productos para el cuidado de la piel?
15. ¿Combina su producto para el cuidado de la piel con algún otro producto

CUANDO VA A COMPRAR UN PRODUCTO NATURAL PARA EL CUIDADO DE LA PIEL:

16. ¿cuál es la textura que más le gusta?
17. ¿El olor es relevante para su uso?
18. ¿El color es relevante para su compra y uso?
19. Se fija Ud. ¿En la presentación del producto? Vidrio, plástico, etc. Pipeta
20. ¿En qué tamaño le gusta que venga el producto? 100ml, 50ml, 35ml, 10ml.
21. ¿Qué precio este Ud. Dispuesto a pagar por un producto natural para el cuidado de la piel?
22. ¿Han escuchado acerca de productos naturales para el cuidado de la piel artesanales? p. Ej.: Aceites vírgenes, cremas, jabones con extractos ¿Que han escuchado?
23. ¿Ha usado un producto natural para el cuidado de la piel artesanal? ¿Cuáles ha usado? ¿Como los ha adquirido? 50 Bs, en ferias vender y con la información, menos de 30
24. ¿Como se enteró de productos naturales para el cuidado de la piel artesanales? ¿Sabía que algunos aceites naturales son ideales en su empelo como desmaquillante y al mismo tiempo cuidan y reparan la piel?
25. ¿Confiaría más en un producto natural artesanal para el cuidado de la piel, ¿qué en uno de industrial?
26. ¿Estaría dispuesto a usar un producto natural para el cuidado de la piel como ser un aceite de una semilla prensado en frío? Ejemplo: “Semilla de Uva”. Para saber qué piensas las consumidoras sin ellas saber qué realmente es de semilla de uva.
27. ¿Qué piensa usted de esa semilla o su fruta?
28. ¿Conoce usted las propiedades de esta semilla o de su fruta?
29. ¿Si en el mercado existiera un producto natural para el cuidado de la piel como ser el aceite de semilla de uva prensado en frío usted lo usaría? ¿Lo compraría?

5. Programación de la fecha de la sesión y el horario

6. Creación de una Atmosfera adecuada

7. Brindar toda la información necesaria

Guía o temario de discusión de la Sesión de Grupo Remoto

ACTA DEL FOCUS GROUP REMOTO

La sesión de grupo constara con máximo 8 personas de sexo femenino con el fin de discutir las preferencias, gustos, uso, desuso, marcas y demás aspectos relacionados con productos naturales para el cuidado de la piel artesanal o un dermocosmético natural.

Como primera medida en la fase de calentamiento se empezará con un saludo de agradeciendo por la asistencia y la importancia que le dan a esta sesión.

1. Saludo

Les agradezco que hayan aceptado la invitación. SU OPINIÓN ES MUY VALIOSA PARA MI PERSONA. No hay respuestas buenas ni respuestas malas, solo QUIERO CONOCER SU PERCEPCIÓN ACERCA DEL USO DE UN PRODUCTO NATURAL PARA EL CUIDADO DE LA PIEL. Y me presento y la universidad

2. Presentación de las conductoras y de sus Invitados.

EL conductor se llama Roberto Ruiz Catoira y soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas la U.A.J.M.S. de penúltimo semestre. Los invitados son mujeres de 20 a 25 años. En este momento cada invitada interviene presentándose a los demás asistentes.

3. Despedidas y Refrigerio

Se reitera los agradecimientos por la asistencia y se da un refrigerio.

Tiempo de Duración: 30 Min. 45 Max

Acta de Sesión de Grupo Remoto

Anexo 3. Fuentes Para la Determinación del Tamaño de la Población Objetivo

PC20103 [Modo de compatibilidad] - Excel Preview

Roberto Ruiz Catoira

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Buscar (Alt+Q)

Compartir

Pegar Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición

S332

ine
Instituto Nacional de Estadística
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

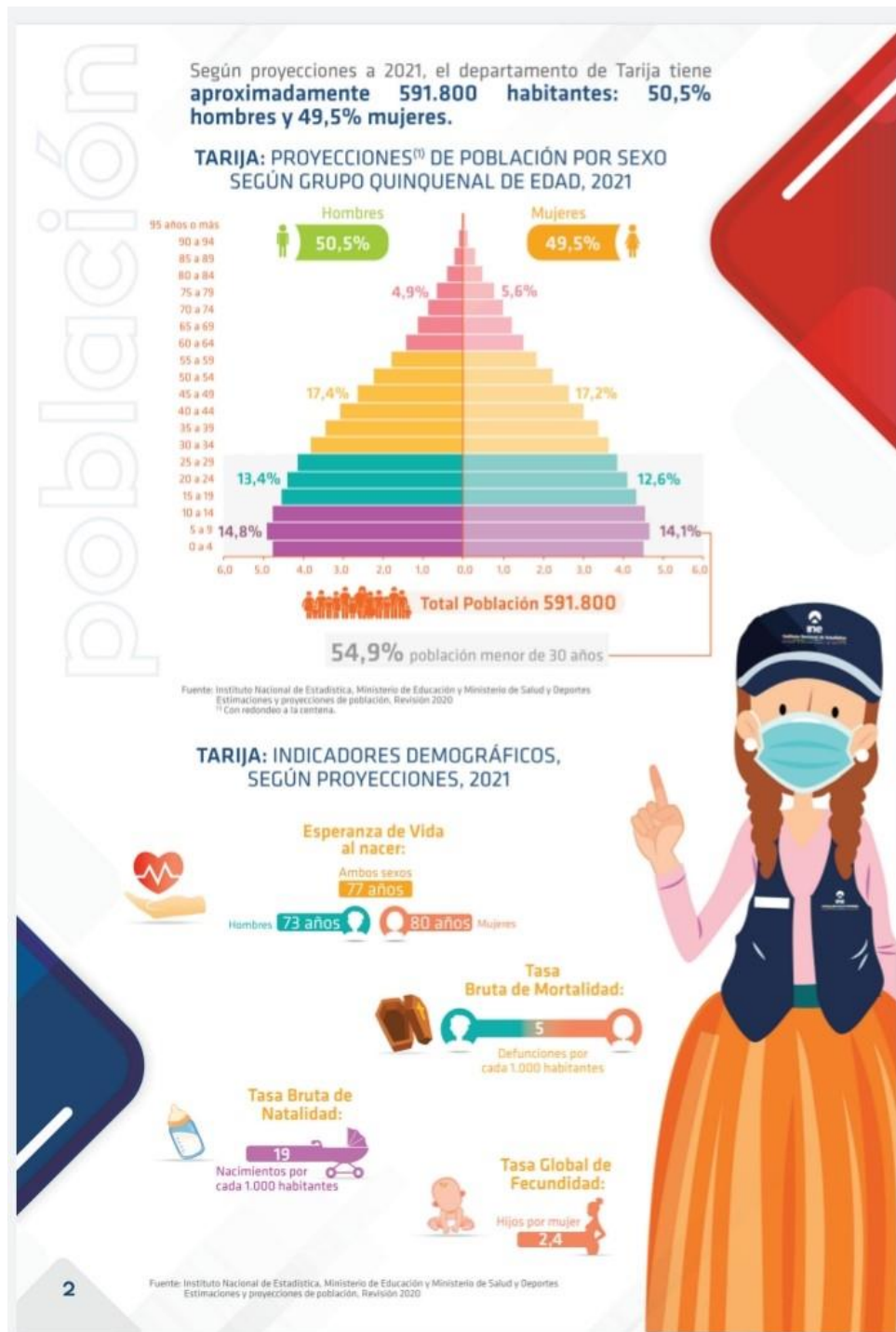
Cuadro N° 3
BOLIVIA: PROYECCIONES DE POBLACIÓN, SEGÚN DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO, 2012-2022

DEPARTAMENTO Y MUNICIPIO	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
BOLIVIA	10.521.247	10.685.994	10.851.103	11.016.438	11.181.861	11.347.241	11.512.468	11.677.406	11.841.955	12.006.031	
CHUQUISACA	596.825	602.574	608.477	614.524	620.733	627.098	633.612	640.264	647.089	654.035	661.119
Oropeza											
Sucre	300.783	306.146	311.683	317.345	323.135	329.049	335.095	341.258	347.568	353.996	360.544
Yotala	8.575	8.670	8.713	8.756	8.801	8.846	8.891	8.938	8.985	9.033	9.081
Poroma	15.376	15.351	15.328	15.306	15.285	15.266	15.246	15.228	15.211	15.193	15.177
Azurduy											
Azurduy	10.479	10.542	10.607	10.673	10.741	10.809	10.879	10.950	11.021	11.093	11.166
Tarvita	13.841	13.840	13.840	13.842	13.845	13.849	13.853	13.858	13.865	13.870	13.876
Zudañez											
Zudañez	8.090	8.041	7.993	7.947	7.901	7.856	7.811	7.768	7.725	7.682	7.640
TARIJA	503.886	513.923	523.910	533.840	543.689	553.471	563.182	572.823	582.376	591.828	601.214
Cercado											
Tarija	219.263	224.606	229.959	235.319	240.670	246.025	251.375	256.723	262.062	267.378	272.692
Aniceto Arce											
Padcaya	17.716	17.895	18.066	18.230	18.385	18.532	18.671	18.803	18.925	19.040	19.148

3

Listo

Total, de Habitantes en el Departamento de Tarija y de la Provincia Cercado, 2021



Proyecciones de población por sexo según grupo quinquenal de edad, Departamento de Tarija, 2021

Cuadro N°6

TARIJA: PROYECCIONES DE POBLACIÓN DE AMBOS SEXOS, SEGÚN EDAD, 2012-2022

Edad	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total	503.886	513.923	523.910	533.840	543.689	553.471	563.182	572.823	582.376	591.828	601.214
0-4	55.746	56.392	56.877	57.216	57.402	57.436	57.167	56.885	56.599	56.304	56.009
0	11.352	11.597	11.543	11.495	11.437	11.381	11.319	11.259	11.198	11.136	11.078
1	11.214	11.314	11.559	11.510	11.463	11.408	11.354	11.294	11.237	11.177	11.117
2	11.131	11.229	11.328	11.572	11.524	11.475	11.420	11.366	11.306	11.248	11.191
3	11.063	11.159	11.256	11.353	11.596	11.548	11.499	11.442	11.389	11.327	11.269
4	10.986	11.093	11.191	11.286	11.382	11.624	11.575	11.524	11.469	11.416	11.354
5-9	53.349	54.071	54.732	55.331	55.876	56.375	57.000	57.472	57.798	57.973	57.997
5	10.904	11.018	11.124	11.221	11.316	11.412	11.653	11.603	11.551	11.494	11.441
6	10.793	10.936	11.048	11.153	11.249	11.343	11.438	11.680	11.630	11.578	11.520
7	10.679	10.825	10.966	11.078	11.181	11.277	11.370	11.464	11.705	11.656	11.603
8	10.553	10.709	10.856	10.996	11.107	11.209	11.304	11.396	11.489	11.729	11.679
9	10.420	10.583	10.738	10.883	11.023	11.134	11.235	11.329	11.423	11.516	11.754
10-14	50.961	51.418	51.954	52.567	53.261	54.028	54.745	55.395	55.982	56.521	57.012
10	10.279	10.447	10.609	10.764	10.909	11.048	11.160	11.261	11.354	11.447	11.541
11	10.239	10.302	10.470	10.633	10.787	10.933	11.073	11.184	11.284	11.378	11.470
12	10.197	10.263	10.327	10.494	10.657	10.811	10.958	11.097	11.207	11.309	11.402
13	10.149	10.225	10.290	10.355	10.521	10.684	10.839	10.984	11.123	11.233	11.335
14	10.097	10.181	10.258	10.321	10.387	10.552	10.715	10.869	11.014	11.154	11.264
15-19	49.086	49.729	50.373	50.933	51.380	51.770	52.227	52.760	53.369	54.055	54.819
15	10.034	10.132	10.216	10.293	10.356	10.421	10.587	10.750	10.902	11.047	11.187
16	9.948	10.071	10.169	10.253	10.331	10.393	10.458	10.623	10.785	10.937	11.083
17	9.810	9.986	10.107	10.209	10.291	10.369	10.432	10.496	10.662	10.823	10.974
18	9.679	9.843	10.019	10.140	10.242	10.326	10.403	10.467	10.530	10.695	10.858
19	9.615	9.697	9.862	10.038	10.160	10.261	10.347	10.424	10.490	10.553	10.717
20-24	46.121	46.722	47.270	47.862	48.513	49.175	49.845	50.522	51.101	51.577	51.993
20	9.517	9.609	9.693	9.861	10.036	10.161	10.261	10.351	10.428	10.495	10.559
21	9.380	9.493	9.588	9.673	9.844	10.019	10.146	10.247	10.340	10.418	10.487
22	9.235	9.349	9.465	9.563	9.649	9.823	10.001	10.129	10.230	10.327	10.406
23	9.077	9.209	9.327	9.447	9.545	9.633	9.809	9.989	10.117	10.221	10.320
24	8.912	9.062	9.197	9.318	9.439	9.539	9.628	9.806	9.986	10.116	10.221
25-29	42.215	42.967	43.733	44.497	45.229	45.934	46.578	47.164	47.791	48.474	49.166
25	8.748	8.906	9.058	9.195	9.317	9.440	9.541	9.632	9.810	9.991	10.122
26	8.591	8.746	8.906	9.060	9.197	9.321	9.444	9.547	9.638	9.818	10.000
27	8.438	8.590	8.745	8.907	9.062	9.199	9.325	9.449	9.554	9.645	9.825
28	8.291	8.436	8.590	8.745	8.908	9.065	9.202	9.330	9.455	9.559	9.653
29	8.147	8.289	8.434	8.590	8.745	8.909	9.066	9.206	9.334	9.461	9.566
30-34	38.167	39.028	39.860	40.669	41.445	42.200	42.974	43.764	44.547	45.297	46.026
30	8.006	8.145	8.289	8.435	8.591	8.748	8.913	9.070	9.212	9.340	9.468
31	7.818	8.002	8.143	8.288	8.435	8.592	8.749	8.916	9.073	9.214	9.346
32	7.631	7.815	7.999	8.143	8.288	8.437	8.594	8.751	8.919	9.075	9.216
33	7.447	7.625	7.811	7.995	8.140	8.285	8.435	8.594	8.751	8.918	9.078
34	7.265	7.441	7.618	7.808	7.991	8.138	8.283	8.433	8.592	8.750	8.918
35-39	33.602	34.471	35.345	36.221	37.119	38.027	38.912	39.768	40.597	41.391	42.159
35	7.085	7.257	7.435	7.612	7.804	7.988	8.135	8.282	8.431	8.590	8.748
36	6.903	7.076	7.249	7.428	7.605	7.797	7.983	8.133	8.279	8.427	8.588
37	6.722	6.894	7.068	7.241	7.422	7.600	7.792	7.978	8.131	8.277	8.424
38	6.539	6.714	6.886	7.061	7.234	7.415	7.593	7.788	7.974	8.128	8.275
39	6.353	6.530	6.707	6.879	7.054	7.227	7.409	7.587	7.782	7.969	8.124
40-44	28.976	29.847	30.715	31.587	32.461	33.348	34.230	35.118	36.007	36.918	37.839
40	6.169	6.343	6.521	6.698	6.870	7.048	7.220	7.402	7.580	7.775	7.964
41	5.990	6.156	6.330	6.508	6.687	6.860	7.038	7.210	7.392	7.572	7.767
42	5.803	5.974	6.140	6.318	6.496	6.675	6.848	7.026	7.201	7.383	7.563
43	5.608	5.785	5.957	6.123	6.302	6.480	6.660	6.836	7.014	7.189	7.371
44	5.406	5.589	5.767	5.940	6.106	6.285	6.464	6.644	6.820	6.999	7.174
45-49	23.992	24.879	25.780	26.686	27.590	28.481	29.365	30.250	31.134	32.020	32.922
45	5.200	5.384	5.567	5.746	5.919	6.086	6.266	6.446	6.626	6.802	6.981
46	4.996	5.175	5.359	5.544	5.725	5.898	6.065	6.246	6.426	6.606	6.784
47	4.794	4.972	5.153	5.336	5.521	5.702	5.875	6.042	6.223	6.405	6.587
48	4.597	4.772	4.950	5.131	5.314	5.499	5.680	5.856	6.023	6.204	6.386
49	4.405	4.576	4.751	4.929	5.111	5.296	5.479	5.660	5.836	6.003	6.184
50-54	19.558	20.233	20.949	21.723	22.583	23.455	24.347	25.251	26.157	27.064	27.957
50	4.216	4.381	4.554	4.731	4.909	5.090	5.275	5.458	5.639	5.815	5.982
51	4.027	4.194	4.359	4.531	4.709	4.887	5.068	5.253	5.436	5.618	5.793
52	3.914	4.006	4.174	4.339	4.511	4.689	4.866	5.047	5.232	5.415	5.598
53	3.776	3.894	3.986	4.154	4.319	4.490	4.668	4.845	5.026	5.211	5.394
54	3.625	3.758	3.876	3.968	4.135	4.299	4.470	4.648	4.824	5.005	5.190
55-59	16.133	16.674	17.251	17.842	18.420	19.049	19.716	20.422	21.191	22.038	22.898
55	3.480	3.606	3.739	3.856	3.948	4.114	4.278	4.449	4.627	4.803	4.982
56	3.343	3.461	3.587	3.719	3.836	3.928	4.093	4.257	4.427	4.605	4.781
57	3.219	3.324	3.440	3.566	3.697	3.812	3.905	4.069	4.233	4.403	4.580
58	3.102	3.200	3.305	3.418	3.544	3.675	3.790	3.882	4.046	4.206	4.376
59	2.989	3.083	3.180	3.283	3.395	3.520	3.650	3.765	3.858	4.021	4.179
60-64	13.471	13.834	14.215	14.633	15.074	15.543	16.059	16.614	17.193	17.758	18.370
60	2.893	2.968	3.060	3.157	3.260	3.370	3.496	3.624	3.739	3.830	3.992

Total, de mujeres y hombres comprometidos de entre los 17 a 60 años en el Departamento de Tarija

Anexo 4: Resumen de la Prueba Piloto del Cuestionario (Encuesta Estructurada de Modalidad Escrita vía: Microsoft Forms).

CUESTIONARIO PILOTO

Buen día tenga usted distinguida señora/señorita.

El presente cuestionario tiene por objeto recabar información, con fines meramente académicos, y bajo estricta confidencialidad, por lo que le pido cordialmente que lea con atención los enunciados que se le presentan a continuación y siéntase con toda confianza en marcar las respuestas según su apreciación.

De antemano le quedo muy agradecido por su colaboración.

Instrucción: por favor lea con atención y marque en la opción elegida.

1. **¿Usted considera que al usar productos naturales para el cuidado de la piel, genera mejores beneficios en su piel?**

SI () NO()

2. **¿Tiene intención de comprar un producto natural para el cuidado de la piel en los próximos seis meses?**

Definitivamente no comprare 1	Es probable que no lo compre 2	Indecisa 3	Es probable que lo compre 4	Definitivamente lo comprare 5
---	---	-------------------	--	---

3. **¿Qué tan a menudo compra un producto para el cuidado de su piel?** p.Ej.: cremas hidratantes, aceites vegetales o esenciales, protector solar, tónicos faciales, agua micelar.

I. Menos de una vez al año	II. 1 a 3 veces por año	III. 4 a 6 veces por año	IV. 7 o más veces por año
-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	------------------------------

4. **¿Qué piensa Ud. de un cosmético 100% natural, con propiedades para el cuidado de su piel, a base del extracto de la semilla de una fruta?** p.Ej.:

SEMILLA DE UVA

.....

5. **¿Conoce Ud. las propiedades de esta fruta o su semilla?**

SI () NO ()

6. Si respondió SI, en la pregunta 9. ¿Cuáles?

.....

7. En el caso que existiera en el mercado un cosmético natural portador de componentes beneficiosos para el cuidado de pieles: sensibles, grasas y/o mixtas; a base del extracto (aceite) de la semilla de uva. ¿Usted lo compraría?

SI () NO ()

Gracias por su tiempo.

DATOS DE CONTROL O PERFIL DE LA MUESTRA

Instrucción: por favor lea con atención y marque con una "X" la opción elegida.

¿Cuál es tu Edad:

Edad:	I. 17 a 25 años		II. 26 a 34 años		III. 35 a 43 años		IV. 44 a 52 años		V. 53 a 60 años	
--------------	--------------------	--	------------------------	--	----------------------	--	---------------------	--	--------------------	--

Anexo 5. Cuestionario Oficial (Encuesta Estructurada de Modalidad Escrita vía: Microsoft Forms).

CUESTIONARIO

Buen día tenga usted distinguida señora/señorita.

El presente cuestionario tiene por objeto recabar información, con fines meramente académicos, y bajo estricta confidencialidad, por lo que le pido cordialmente que lea con atención los enunciados que se le presentan a continuación y siéntase con toda confianza en marcar las respuestas según su apreciación.

De antemano le quedo muy agradecido por su colaboración.

Instrucción: por favor lea con atención y marque en la opción elegida.

8. **¿Usted considera que al usar productos naturales para el cuidado de la piel, genera mejores beneficios en su piel?**

SI () NO ()

9. **¿Tiene intención de comprar un producto natural para el cuidado de la piel en los próximos seis meses?**

Definitivamente no compraré	Es probable que no lo compre	Indecisa	Es probable que lo compre	Definitivamente lo compraré
1	2	3	4	5

10. **¿Qué tan a menudo compra un producto para el cuidado de su piel?** p.Ej.: cremas hidratantes, aceites vegetales o esenciales, protector solar, tónicos faciales, agua micelar.

I. Menos de una vez al año	II. 1 a 3 veces por año	III. 4 a 6 veces por año	IV. 7 o más veces por año
-------------------------------	----------------------------	-----------------------------	------------------------------

Instrucción: a continuación, presentamos diversas opciones sobre un: producto para el cuidado de la piel. Indicar si es importante o no importante con cada una, marcando en la elección elegida.

11. **Cuando usted va a comprar un producto para el cuidado de su piel, qué tan importante es para usted:**

<u>Importancia en:</u>	Nada importa nte	Poco Importante	Indiferente	Importante	Muy Importante
I. La presentación					
II. Eficiente como desmaquillante					
III. Sus características organolépticas (color, olor, textura)					
IV. Efectividad en el cuidado de pieles: sensibles, grasas y/o mixtas					
IX. Su precio					
VI. No contenedor de conservantes u otros componentes poco amigables con el medio ambiente, procurando que sea lo más natural posible (cosmética orgánica)					

12. Marque la opción seleccionada, si esta por completo en desacuerdo, en desacuerdo, no estoy de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y por completo de acuerdo con las siguientes afirmaciones.

<u>Atributos a Evaluar</u>	Por completo en desacuerd o	En desacuerdo	No estoy de acuerdo, ni en desacuerd o	De acuerdo	Por completo de acuerdo

<p>I.No es importante que la marca del producto para el cuidado de la piel sea altamente reconocida</p>					
<p>II. Un producto para el cuidado de la piel de precio elevado es estrictamente de buena calidad</p>					
<p>III.No es importante que el producto para el cuidado de la piel cuente con activos regeneradores y protectores (p.Ej.: Antioxidantes, Vitaminas, Ácidos Grasos, etc.)</p>					
<p>IV.Es indispensable que la promoción de un producto para el cuidado de la piel cuente con abundante información de su forma de uso</p>					

<p>V.Es sobresaliente que el envase de un producto para el cuidado de la piel sea impecable (tales como: envasados en frascos de vidrio, elegante etiqueta, etc.)</p>					
<p>VI. No es una ventaja que un producto boliviano para el cuidado de la piel cuente con el registro sanitario, certificado de buenas prácticas de manufactura, etc.</p>					
<p>VII.La mejor manera que me genere confianza el uso de un producto para el cuidado de la piel son las recomendaciones positivas de mis amigas, primas, etc. De dicho producto</p>					
<p>Instrucción: por favor lea con atención y marque con una en la opción elegida.</p>					

13. Cuando tiene la necesidad de adquirir un producto para el cuidado de la piel. Preferentemente ¿Dónde quisiera acudir?

<input type="checkbox"/> TIENDAS COSMÉTICAS O PERFUMERÍAS p.Ej: Prana Ecotienda, Agencias: natura, UNIQUE es YAMBAL, Harmony Botanicals, Paola Bonita, AME, etc.	<input type="checkbox"/> MERCADOS p. Ej.: Mercado Central o alrededores, Mercado Negro, etc.	<input type="checkbox"/> DELIVERY, Mediante intervención de: WhatsApp, Facebook, Instagram, Teléfono Fijo, etc.
<input type="checkbox"/> FARMACIAS p. ej: Farmacorp, Farmacia Santa Rita, etc.	<input type="checkbox"/> CENTROS DE BELLEZA p. Ej.: Spas, Salones de Belleza, Peluquerías.	

14. ¿Cuál fuera el gasto aproximado que usted aceptaría por la compra de un cosmético natural (cont. neto 60 ml), con propiedades para el cuidado de la piel?

I. Bs. 10 a Bs. 20	II. Bs. 20 a Bs. 30	III. Bs. 30 a Bs. 40	IV. Más de Bs 40
--------------------	---------------------	----------------------	------------------

15. ¿Qué piensa Ud. de un cosmético 100% natural, con propiedades para el cuidado de su piel, a base del extracto de la semilla de una fruta? p.Ej.: SEMILLA DE UVA

.....

16. ¿Conoce Ud. las propiedades de esta fruta o su semilla?

SI () NO()

17. Si respondió SI, en la pregunta 9. ¿Cuáles?

.....

18. En el caso que existiera en el mercado un cosmético natural portador de componentes beneficiosos para el cuidado de pieles: sensibles, grasas y/o mixtas; a base del extracto (aceite) de la semilla de uva. ¿Usted lo compraría?

SI () NO()

Gracias por su tiempo.

DATOS DE CONTROL O PERFIL DE LA MUESTRA

Instrucción: por favor lea con atención y marque con una "X" la opción elegida.

¿Cuál es tu Edad:

Edad:	I. 17 a 25 años		II. 26 a 34 años		III. 35 a 43 años		IV. 44 a 52 años		V. 53 a 60 años	
--------------	-----------------	--	------------------	--	-------------------	--	------------------	--	-----------------	--

Anexo 6. Matriz de Correlación Anti-Imagen (Análisis Factorial)

Matrices anti-imagen

	V1. La presentación	V2. Eficiente como desmaquillante	V3. Sus características organolépticas (color, olor, textura)	V4. Efectividad en el cuidado de pieles: sensibles, grasas y/o mixtas	V6. No contenedor de conservantes u otros componentes poco amigables con el medio ambiente, procurando que sea lo más natural posible (cosmética orgánica)	V7. No es importante que la marca de un producto	V8. Un producto para el cuidado de la piel de precio elevado es estrictamente de buena calidad	V9. No es importante que el producto para el cuidado de la piel cuente con activos regeneradores y protectores (p.Ej.: Antioxidantes, Vitaminas, Ácidos Grasos, etc.)	V10. Es indispensable que la promoción de un producto para el cuidado de la piel cuente con abundante información de su forma de uso	V11. Es sobresaliente que el envase de un producto para el cuidado de la piel sea impecable (tales como: envasados en frascos de vidrio, elegante etiqueta, etc.)	V12. No es una ventaja que un producto boliviano para el cuidado de la piel cuente con el registro sanitario, certificado de buenas practicas de manufactura, etc.	V13. La mejor manera que me genere confianza el uso de un producto para el cuidado de la piel son las recomendaciones positivas de mis amigas, primas, etc. De dicho producto
Covarianza anti-imagen	V1. La presentación	,727	,004	-,089	-,029	-,096	-,149	-,119	-,075	-,080	-,013	-,287
	V2. Eficiente como desmaquillante	,004	,887	,000	-,205	-,142	-,014	-,128	-,004	-,070	-,030	-,082
	V3. Sus características organolépticas (color, olor, textura)	-,089	,000	,813	-,211	-,049	-,032	,106	,007	-,008	-,157	,029
	V4. Efectividad en el cuidado de pieles: sensibles, grasas y/o mixtas	-,029	-,205	-,211	,804	-,116	,003	-,047	-,078	-,044	-,023	,049
	V6. No contenedor de conservantes u otros componentes poco amigables con el medio ambiente, procurando que sea lo más natural posible (cosmética orgánica)	-,096	,142	-,049	-,116	,808	,151	,220	-,069	-,071	-,034	,071
	V7. No es importante que la marca de un producto	-,149	-,014	-,032	,003	,151	,922	-,012	-,085	-,032	,045	,103
	V8. Un producto para el cuidado de la piel de precio elevado es estrictamente de buena calidad	-,119	,128	,106	-,047	,220	-,012	,792	,144	-,080	-,046	,102
	V9. No es importante que el producto para el cuidado de la piel cuente con activos regeneradores y protectores (p.Ej.: Antioxidantes, Vitaminas, Ácidos Grasos, etc.)	-,075	-,004	,007	-,078	-,069	-,085	,144	,871	,045	-,042	-,174
	V10. Es indispensable que la promoción de un producto para el cuidado de la piel cuente con abundante información de su forma de uso	-,080	-,070	-,008	-,044	-,071	-,032	-,080	,045	,862	-,200	,035
	V11. Es sobresaliente que el envase de un producto para el cuidado de la piel sea impecable (tales como: envasados en frascos de vidrio, elegante etiqueta, etc.)	-,094	-,030	-,157	-,023	-,034	,045	-,046	-,042	-,200	,836	-,087
	V12. No es una ventaja que un producto boliviano para el cuidado de la piel cuente con el registro sanitario, certificado de buenas practicas de manufactura, etc.	,013	-,016	,053	,049	,071	,048	,102	-,174	,035	-,087	,853
	V13. La mejor manera que me genere confianza el uso de un producto para el cuidado de la piel son las recomendaciones positivas de mis amigas, primas, etc. De dicho producto	-,287	-,082	,029	,021	,062	,103	-,050	-,028	,127	,026	,177
Correlación anti-imagen	V1. La presentación	,550 ^a	,006	-,115	-,038	-,126	-,182	-,156	-,095	-,101	-,120	,016
	V2. Eficiente como desmaquillante	,006	,464 ^a	,000	-,243	,168	-,015	,153	-,005	-,080	-,035	-,019
	V3. Sus características organolépticas (color, olor, textura)	-,115	,000	,659 ^a	-,261	-,060	-,037	,132	,009	-,010	-,190	,063
	V4. Efectividad en el cuidado de pieles: sensibles, grasas y/o mixtas	-,038	-,243	-,261	,625 ^a	-,144	,003	-,059	-,093	-,053	-,028	,059
	V6. No contenedor de conservantes u otros componentes poco amigables con el medio ambiente, procurando que sea lo más natural posible (cosmética orgánica)	-,126	,168	-,060	-,144	,519 ^a	,175	,274	-,082	-,086	-,042	,086
	V7. No es importante que la marca de un producto	-,182	-,015	-,037	,003	,175	,397 ^a	-,014	-,094	-,036	,051	,054
	V8. Un producto para el cuidado de la piel de precio elevado es estrictamente de buena calidad	-,156	,153	,132	-,059	,274	-,014	,544 ^a	,174	-,097	-,056	,125
	V9. No es importante que el producto para el cuidado de la piel cuente con activos regeneradores y protectores (p.Ej.: Antioxidantes, Vitaminas, Ácidos Grasos, etc.)	-,095	-,005	,009	-,093	-,082	-,094	,174	,590 ^a	,052	-,049	-,202
	V10. Es indispensable que la promoción de un producto para el cuidado de la piel cuente con abundante información de su forma de uso	-,101	-,080	-,010	-,053	-,086	-,036	-,097	,052	,583 ^a	-,235	,040
	V11. Es sobresaliente que el envase de un producto para el cuidado de la piel sea impecable (tales como: envasados en frascos de vidrio, elegante etiqueta, etc.)	-,120	-,035	-,190	-,028	-,042	,051	-,056	-,049	-,235	,644 ^a	-,103
	V12. No es una ventaja que un producto boliviano para el cuidado de la piel cuente con el registro sanitario, certificado de buenas practicas de manufactura, etc.	,016	-,019	,063	,059	,086	,054	,125	-,202	,040	-,103	,561 ^a
	V13. La mejor manera que me genere confianza el uso de un producto para el cuidado de la piel son las recomendaciones positivas de mis amigas, primas, etc. De dicho producto	-,388	-,100	,036	,027	,079	,123	-,065	-,035	,158	,032	,220

a. Medida de adecuación muestral

Anexo 8. Fotografías del Proceso de Producción del Aceite de Semilla de Uva Experimentado



Fotografía: Proceso de selección de orujo de uva en tinacos de fermentación.
Bodegas y Viñedos Daroca, 2021



Fotografía: Semillas de uva separadas. Variedades: Tannat y Moscatel de Alejandría, 2021.



Fotografía: Orujos de Uva desechados por bodegas del Valle Central de Tarija. Zona El Portillo, 2021.



Fotografía: Orujo de Uva recién prensado, variedad Tannat. Ciudad El Valle de la Concepción, 2021.




Fotografía: Aceite de Semilla de Uva Prensado en Frío obtenido en instalaciones de la empresa: Industrias Optiplus S.R.L. Ciudad de Cochabamba, 2021.

Anexo 9. Matrícula de Comercio. Empresa Unipersonal «DERVINSU»

REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA

PAGINA: 1 DE 1



Fundempresa Concesionaria del Registro de Comercio de Bolivia

MATRICULA DE COMERCIO

EL REGISTRO DE COMERCIO DE BOLIVIA, ORGANO CONCESIONADO A LA FUNDACION PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL - FUNDEMPRESA, EN MERITO A LAS FACULTADES ESTABLECIDAS EN EL DECRETO SUPREMO 26215 Y EN CUMPLIMIENTO A LAS NORMAS ESTABLECIDAS EN EL CODIGO DE COMERCIO;

OTORGA:

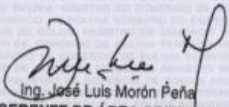
LA MATRICULA DE COMERCIO No 00453033 CON LOS SIGUIENTES DATOS:

DENOMINACION : DERVINSU
TIPO DE EMPRESA : EMPRESA UNIPERSONAL
CAPITAL : [REDACTED]

DOMICILIO : TARIJA - LEOCADIO TRIGO N° 417 UV: S/N
MZNO: S/N ZONA: EL TEJAR

PROPIETARIO : RUIZ CATOIRA ROBERTO
CEDULA DE IDENTIDAD : 00005808409
REPRESENTANTE LEGAL : RUIZ CATOIRA ROBERTO
CEDULA DE IDENTIDAD : 00005808409
FORMULARIO : 0150/17
LIBRO DE REGISTRO : 80
No.DE REGISTRO : 00601972
FECHA DE REGISTRO : 25 DE AGOSTO DE 2021

EL OBJETO O ACTIVIDAD DECLARADA POR LA SOCIEDAD O EMPRESA UNIPERSONAL:
SERVICIOS DE EXPORTACION, IMPORTACION, PRODUCCION, ELABORACION Y COMERCIALIZACION ARTESANAL DE SINGANIS Y DERIVADOS VINICOS.
TARIJA, 25 DE AGOSTO DE 2021


Ing. José Luis Morán Peña
GERENTE DE ÁREA ORIENTAL
REGISTRO DE COMERCIO - FUNDEMPRESA

[REDACTED]

Verifique la autenticidad del certificado, escaneando el código QR


ESTADO DE LA MATRICULA: VIGENTE HASTA EL 31 DE AGOSTO DE 2023

CODIGO DE TRAMITE:0002502595 - No. DE OPERACION:06TV40825018


Fundempresa Concesionaria del Registro de Comercio de Bolivia

N° 458 280 ? Papel vigente a partir del 01/01/2004


Anexo 10. Registro de la Marca aSuTM. Servicio Nacional de Propiedad Intelectual (Senapi)



senapi
SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL
DIRECCIÓN DE PROPIEDAD INDUSTRIAL



Estado Plurinacional de Bolivia



2021091599
Fecha de Ingreso: 15/09/2021
Hora de Ingreso: 14:59:45

FORMULARIO DE INGRESO DE REGISTRO DE SIGNO DISTINTIVO SM-T-500050-2021

DATOS DE LA SOLICITUD

Nombre de Marca: ASUA - ACEITE DE SEMILLA DE UVA DE ALTURA
Clase: 3

SOLICITANTE (S)

Roberto Ruiz Cabeira

TRAMITE UNIPERSONAL

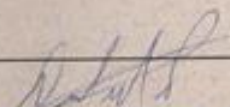
Requisitos mínimos

Tres copias de la primera hoja y una sola copia de las páginas; dos, tres, cuatro, cinco, seis y siete		<input checked="" type="checkbox"/>
Pago por concepto de solicitud de registro de Signos Distintivos a la cuenta del SENAPI	Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>
	Extranjera	<input checked="" type="checkbox"/>
Pago por concepto de publicación a la cuenta de la Gaceta Oficial de Bolivia, con copia simple		<input checked="" type="checkbox"/>
Fotocopia de documento de identidad del que presenta el trámite	Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>
	Extranjera	<input type="checkbox"/>

Requisitos opcionales

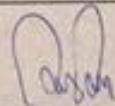
La solicitud de registro de signos distintivos mediante nota a memorial		<input checked="" type="checkbox"/>
Juego de Logo 4x4 en tres ejemplares		<input type="checkbox"/>
Poderes necesarios en caso de representación (Testamentos)	Original	<input type="checkbox"/>
	Fotocopia Legalizada	<input type="checkbox"/>
	Fotocopia Simple	<input type="checkbox"/>
Empresa Unipersonal (UIT) o Registro de Comercio	Original	<input type="checkbox"/>
	Fotocopia Legalizada	<input type="checkbox"/>
	Fotocopia Simple	<input type="checkbox"/>
Persna Natural	Fotocopia CI	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otra	<input type="checkbox"/>
Prioridad extranjera	Original	<input type="checkbox"/>
	Fotocopia Legalizada	<input type="checkbox"/>
	Fotocopia Simple	<input type="checkbox"/>
Folios		<input type="checkbox"/>

Observación



Rog. Gustavo Bartolome Mejia-Gonzalez
ENCARGADO REGIONAL DE TALLA
SERVICIO NACIONAL DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Firma del Servicio



Firma del solicitante/poderado y/o impresión digital

Presentado por:

Firma y/o impresión digital

Anexo 11. Detalle del crédito «BDP Manufactura y Transformación»

CRÉDITO «BDP MANUFACTURA Y TRABSFORMACIÓN»

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.

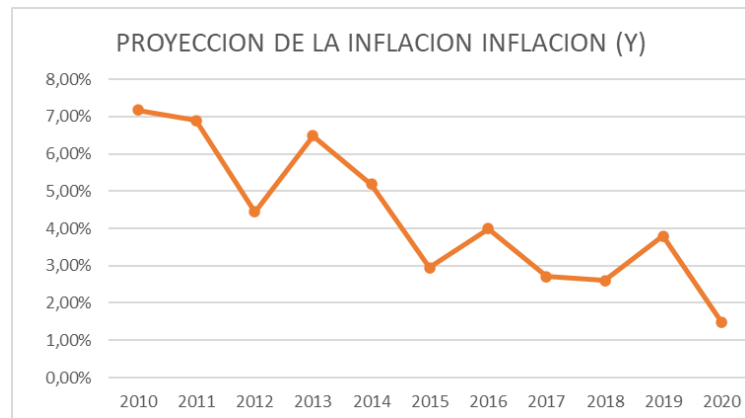
Garantías

- Garantía Personal
- Garantía prendaria sin desplazamiento sobre bienes muebles
- Garantía Hipotecaria
- Depósito a Plazo Fijo – DPF
- Certificado de Depósito y Bono de Prenda (Warrant).
- Garantías No Convencionales

Anexo 12. Proyección de la Inflación en Bolivia (Regresión Lineal)

PROYECCION DE LA INFLACION			
AÑO (X)	INFLACION (Y)	X^2	X*Y
2010	7,18%	4040100	144,318
2011	6,90%	4044121	138,759
2012	4,45%	4048144	89,534
2013	6,48%	4052169	130,4424
2014	5,19%	4056196	104,5266
2015	2,95%	4060225	59,4425
2016	4%	4064256	80,64
2017	2,71%	4068289	54,6607
2018	2,60%	4072324	52,468
2019	3,80%	4076361	76,722
2020	1,47%	4080400	29,694
22165	48%	44662585	961,2072

a	0,000275262
b	2,13849E-05
Y	4,356%
X	2024



	2022	2023	2024
INFLACION	4,352%	4,354%	4,356%

Fórmulas empleadas:

$$b = \frac{n * \sum xy - \sum x * \sum y}{n * \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

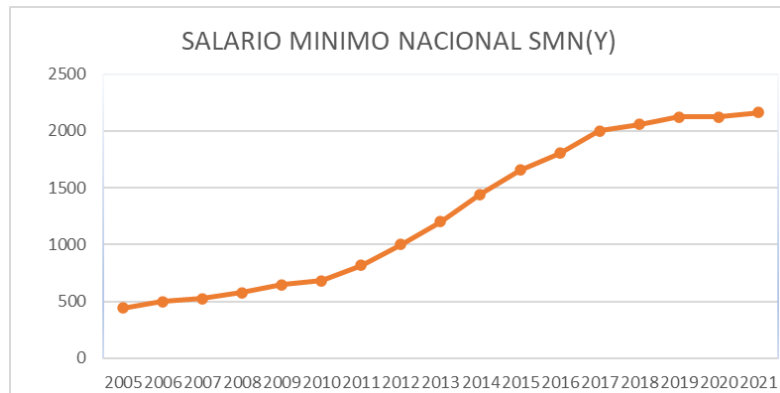
$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum y * \sum x^2 - \sum x * \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

Anexo 13. Proyección del Incremento del Salario Mínimo Nacional (Regresión Lineal)

SALARIO MINIMO NACIONAL			
AÑO (X)	SMN(Y)	X2	XY
2005	440	4020025	882200
2006	500	4024036	1003000
2007	525	4028049	1053675
2008	577,5	4032064	1159620
2009	647	4036081	1299823
2010	679,5	4040100	1365795
2011	815,4	4044121	1639769,4
2012	1000	4048144	2012000
2013	1200	4052169	2415600
2014	1440	4056196	2900160
2015	1656	4060225	3336840
2016	1805	4064256	3638880
2017	2000	4068289	4034000
2018	2060	4072324	4157080
2019	2122	4076361	4284318
2020	2122	4080400	4286440
2021	2164	4084441	4373444
34221	21753,4	68887281	43842644,4

a	-260460,7132
b	130,025
Y (SMN)	Bs.2.839,91
x	2025



DETALLE	BASE	2022	2023	2024	2025
SMN	Bs.2.164,00	Bs.2.449,84	Bs.2.579,87	Bs.2.709,87	Bs.2.839,91
% INC. SMN		13,21%	5,31%	5,04%	4,80%

Anexo 14. Análisis de Sensibilidad. Flujo de Caja Económico Proforma Cuando el Precio Cambia <15%

FLUJO DE CAJA ECONOMICO (Expresado en Bolivianos)										
DETALLE	INVERSIÓN AÑO «CERO»	ETAPAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (CUATRIMESTRAL)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
A: TOTAL ENTRADA DE EFECTIVOS	0	101.393	101.393	101.393	316.266	316.266	316.266	993.751	1.015.241	1.191.278
(+) Ventas		101.393	101.393	101.393	316.266	316.266	316.266	993.751	1.015.241	1.037.668
(+) Valor Residual										81.300,2
(+) Capital de Trabajo										72.311
(+) Venta de Activos										
B: TOTAL SALIDAS DE EFECTIVOS		90.895	98.301	103.511	179.333	179.333	302.290	392.680	399.886	943.312
(-) Inversión Fija	131.502									
(-) Inversión Diferida	5.172									
(-) Capital de Trabajo	72.311									
(-) Costos Variables		21.031	21.031	21.031	65.599	65.599	65.599	206.120	211.191	216.482
(-) Amortización de préstamo		13.934	14.449	14.982	15.536	16.110	16.705	17.323	17.963	18.627
(-) Débito Fiscal IVA			10.447	10.447	32.587	32.587	32.587	102.392	104.527	106.754
(-) IT 3%		3.042								
(-) Costos Fijos		47.508	47.508	47.508	61.833	61.833	61.833	64.854	64.854	64.854
(-) Costos Financieros « Intereses »		5.381	4.866	4.332	3.779	3.205	2.609	1.992	1.352	688
(-) Impuestos de Ley « IUE » 25%				5.211			122.957			535.907
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-208.984,69	10.497,79	3.092,45	-2.118,30	136.933,26	136.933,26	13.976,70	601.070,24	615.355,28	247.966,71
Flujo de Caja Acumulado		10.497,79	13.590,24	11.471,94	148.405,20	285.338,47	299.315,17	900.385,41	1.515.740,69	1.763.707,41

Anexo 15. Análisis de Sensibilidad. Flujo de Caja Económico Proforma Cuando la Inversión Cambia >15%

FLUJO DE CAJA ECONOMICO

(Expresado en Bolivianos)

DETALLE	INVERSIÓN AÑO «CERO»	ETAPAS DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN (CUATRIMESTRAL)								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
A: TOTAL ENTRADA DE EFECTIVOS	0	119.286	119.286	119.286	372.078	372.078	372.078	1.169.118	1.194.401	1.385.243
(+) Ventas		119.286	119.286	119.286	372.078	372.078	372.078	1.169.118	1.194.401	1.220.785
(+) Valor Residual										81.300,2
(+) Capital de Trabajo										83.157
(+) Venta de Activos										
B: TOTAL SALIDAS DE EFECTIVOS		94.329	103.524	119.847	189.486	189.486	352.128	418.375	426.074	1.102.253
(-) Inversión Fija	151.227									
(-) Inversión Diferida	5.948									
(-) Capital de Trabajo	83.157									
(-) Costos Variables		21.031	21.031	21.031	65.599	65.599	65.599	206.120	211.191	216.482
(-) Amortización de préstamo		16.024	16.616	17.230	17.866	18.527	19.211	19.921	20.657	21.421
(-) Debito Fiscal IVA		12.773	12.773	12.773	39.842	39.842	39.842	125.190	127.817	130.559
(-) IT 3%		3.579								
(-) Costos Fijos		47.508	47.508	47.508	61.833	61.833	61.833	64.854	64.854	64.854
(-) Costos Financieros «Intereses»		6.188	5.596	4.982	4.346	3.685	3.001	2.291	1.555	792
(-) Impuestos de Ley «IUE» 25%										
FLUJO DE CAJA NETO (A-B)	-240.332,39	24.956,68	15.762,05	-561,26	182.592,23	182.592,23	19.949,80	750.742,97	768.327,42	282.990,06
Flujo de Caja Acumulado		24.956,68	40.718,73	40.157,46	222.749,70	405.341,93	425.291,73	1.176.034,70	1.944.362,12	2.227.352,18

Anexo 16. Análisis de Sensibilidad. Flujo de Caja Económico Proforma Cuando el Costo Cambia >15%