

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA “JUAN MISAEL SARACHO”
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ADM599-G:4 TALLER DE PROFESIONALIZACIÓN
PROYECTO DE GRADO**



**PLAN DE NEGOCIOS PARA HIDROLATO DE ROMERO EN LA
INDUSTRIA COSMÉTICA ECOLÓGICA EN LA CIUDAD DE
TARIJA**

AUTORES: AMADOR GALLARDO DANITZA ROCIO

CHURQUI ZENTENO MARIA EUGENIA

DOC. GUÍA: LIC. IMER ADÍN COLQUE ALANOCA

Proyecto de Grado, presentado a consideración de la “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA JUAN MISAEL SARACHO”, como requisito para optar el Grado Académico de Licenciatura de Administración de Empresas

**Diciembre 2023
TARIJA-BOLIVIA**

DEDICATORIA

"A mis amados padres, quienes con su amor incondicional y apoyo constante han sido mi mayor inspiración.

A mi querida hija, que es mi razón de ser y mi motor para alcanzar mis metas.

Y a mí amado esposo, quien ha estado a mi lado en cada paso de este camino, brindándome su amor y comprensión. Sin ustedes, este logro no sería posible. Gracias por ser mi mayor motivación y por creer en mí. Esta tesis está dedicada con todo mi amor y gratitud hacia ustedes."

AMADOR GALLARDO DANITZA ROCIO DEDICATORIA

A mis padres Miriam y Gonzalo quienes con sus consejos y palabras de aliento me han ayudado a crecer como persona y a luchar por lo que quiero, gracias por enseñarme valores que me han llevado a alcanzar una gran meta. Los quiero mucho.

A mis hermanas Litzzi y Jhoana, gracias por su apoyo, cariño y por estar en los momentos más importantes de mi vida. Este logro también es de ustedes.

CHURQUI ZENTENO MARÍA EUGENIA

ÍNDICE

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.1. JUSTIFICACIÓN.....	2
1.1.1. Justificación Teórica.....	2
1.1.2. Justificación Práctica.....	3
1.1.3. Justificación Social.....	3
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2.1. Formulación del problema.....	6
1.3.2. Mercado Insatisfecho.....	7
1.3.3. Necesidades del Mercado.....	7
1.3.4. Descripción del Producto.....	8
1.3.5. Oportunidades del Mercado.....	8
1.3. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	10
1.3.1. Objetivo General.....	10
1.3.2. Objetivos Específicos.....	10
1.4... METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	11
1.4.1. Tipo de Investigación	11
1.5.1.1. Investigación Exploratoria.....	11
1.5.1.2. Investigación descriptiva.....	12
1.5. MÉTODO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	12
1.5.1. Método.....	12
1.5.2. Técnica.....	12
1.6.2.1. Entrevistas.....	13
1.6.2.2. Encuestas.....	13
1.5.3. Fuentes de Investigación.....	13
1.6.3.1. Fuente Primaria.....	13
1.6.3.2 Fuente Secundaria.....	13
1.6. POBLACIÓN Y MUESTREO.....	13
1.6.1. Población	14
1.6.2. Muestra	14

1.7.DELIMITACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	15
1.7.1. Delimitación Teórica.....	15
1.7.2. Delimitación Temporal.....	15
1.7.3. Delimitación Espacial-Geográfico.....	15

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL ENTORNO DEL NEGOCIO

2.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	16
2.1.1. Entorno político	16
2.1.1.1. Política Tributaria.....	17
2.1.1.2. Políticas sobre normas, técnicas de calidad y reglamentación sanitaria	19
2.1.1.3. Normas del sector de cosméticos en Bolivia.....	19
2.1.1.4. Ley del medio ambiente (Ley N°1333).....	20
2.1.2. Entorno Económico.....	21
2.1.2.1. Producto interno bruto (PIB).....	21
2.1.2.2. PIB por actividad económica	22
2.1.2.3. PIB por tipo de gasto	23
2.1.2.4. Tipo de cambio.....	23
2.1.2.5. Inflación.....	24
2.1.2.6. Sector Cosmético en la Economía Boliviana	24
2.1.3. Entorno Social.....	25
2.1.3.1. Población del departamento de Tarija	27
2.1.4. Tecnológico.....	27
CONCLUSIONES.....	29
2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO INMEDIATO DEL NEGOCIO	30
2.2.1. Consumidores.....	30
2.2.2. Competidores Actuales.....	30
2.2.3. Competidores potenciales.....	33
2.2.4 Productos sustitutos	36
2.2.5. Proveedores.....	37
CONCLUSIONES.....	38
2.3.ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	39

CAPÍTULO III
NATURALEZA DEL NEGOCIO

3.1. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO	42
3.2. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O IDEA DE NEGOCIO.....	42
3.3. TIPO DE EMPRESA.....	43
2. Actividades clave.....	44
3. Recursos clave.....	45
4. Propuesta de valor	45
5. Relación con los clientes.....	45
6. Segmento de clientes	46
7. Canales de distribución.....	46
8. Estructura de costos	46
9. Fuentes de ingresos.....	46
3.4. Ubicación y tamaño	47
3.5. GESTIÓN EMPRESARIAL.....	47
3.5.1. Visión.....	47
3.5.2. Misión.....	48
3.5.3. Valores.....	48
3.6. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE LA EMPRESA.....	48
3.7. VENTAJAS COMPETITIVAS.....	49

CAPÍTULO IV
INVESTIGACIÓN DE MERCADO

4.1. INTRODUCCIÓN.....	50
4.2. PROBLEMA GERENCIAL	50
4.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DEMERCADO	50
4.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	51
4.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	52
4.6. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	52
4.6.1. Investigación Exploratoria	52
4.6.2. Técnicas a utilizar	52
4.7. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y EL TAMAÑO DE MUESTRA	53
4.8. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	56
4.9. Conclusiones de la encuesta realizada a familias con hijos entre 13 a 19 años.	78

4.10. Conclusiones de la encuesta a personas de 19 a 40 años de edad	107
4.11 .CONCLUSIONES DE ENTREVISTA A EXPERTOS	107
4.12. TAMAÑO DE MERCADO.....	108
4.13.CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO	109

CAPÍTULO V

PLAN DE MARKETING

5.1. INTRODUCCIÓN DE MARKETING	110
5.4. OBJETIVOS DE MARKETING	110
5.5. ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	111
5.5.1. Mercado Meta	111
5.5.2. Segmentación de mercado	111
5.6. ARQUETIPO DEL CLIENTE.....	113
5.7 MAPA DE EXPERIENCIA DE CLIENTE.....	117
5.8. MARKETING MIX	118
5.8.1. Producto.....	118
5.8.1.1.Clasificación del producto	118
5.8.1.2.Características del producto.....	119
5.8.1.3.Función del producto.....	119
5.9.IMAGEN CORPORATIVA	120
5.9.1. Marca:.....	120
5.9.2. Logotipo:.....	121
5.9.3. Slogan.....	121
5.9.4. Empaque:.....	122
5.10. PRECIO.....	124
5.11. PLAZA.....	125
5.11.1.Estrategias Push y Pull	125
5.12. PROMOCIÓN.....	127
5.12.1. Publicidad.....	127
5.12.2. Promociones de Venta.....	128
5.12.3. Relaciones públicas.	129
5.13. MARKETING DIGITAL	129
5.13.3. Presencia en redes sociales	130
5.13.4. Colaboraciones y alianzas estratégicas.....	130

5.13.1. Estrategia de marketing de contenidos	131
5.13.2. Estrategia SEO (Search Engine Optimization)	136
5.14. ESTRATEGIAS DE MARKETING ECOLÓGICO Y SOCIAL	139
5.15. PRESUPUESTO DEL PLAN DE MARKETING	139

CAPÍTULO VI

PLAN DE PRODUCCIÓN

6.1. INTRODUCCIÓN	141
6.2. OBJETIVOS DEL ÁREA DE PRODUCCIÓN	141
6.2.1. Objetivo General	141
6.2.2. Objetivos Específicos	141
6.3. INGENIERÍA DEL PRODUCTO.....	142
6.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	149
6.4.1. Tipo de Proceso.....	151
6.4.2. Flujograma del Proceso	151
6.5. CARACTERÍSTICAS DE LA TECNOLOGÍA	153
6.5.1. Equipos y Maquinarias	153
6.6. ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES	161
6.6.1. Necesidad de materia prima.....	161
6.6.2. Proveedores negociables.....	162
6.6.3. Sistema de Compras	163
6.7. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA	163
6.8. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE PLANTA Y OFICINAS	164
6.9. HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL	165
6.10. CAPACIDAD PRODUCTIVA.....	168
6.11. CONTROL DE CALIDAD	169
6.12. PROGRAMA DE PRODUCCIÓN	170

CAPITULO XII

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

7.1. INTRODUCCIÓN	172
7.2. OBJETIVOS DEL ÁREA DE RECURSOS.....	172
7.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL	172
7.3.1. Estructura organizacional	172
7.3.2. Descripción de puestos	174

7.4 .PROCESO DE INTEGRACIÓN DEL PERSONAL	178
7.4.1. Reclutamiento y selección.....	178
7.4.2 Contratación.....	178
7.4.3.Inducción.....	179
7.4.4.Evaluación de desempeño	179
7.5.ADMINISTRACIÓN DE SUELDOS Y SALARIOS.....	179
7.5.MARCO LEGAL DE LA ORGANIZACIÓN.....	180
7.5.1.Figura Jurídica	180
7.5.2 Razón social.....	181
7.5.3.Obligaciones fiscales y reglamentarias	181
7.5.3.1. Instancia 1 (SEPREC).....	181
7.5.3.2. Instancia 2 (LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO).....	184
7.5.3.3 .Instancia 3 (SENAPI)	185
7.5.3.4. Instancia 4 (SERVICIO DE IMPUESTOS NACIONALES).....	185
7.5.3.5. Instancia 5 (CAJA NACIONAL DE SALUD).....	186
7.5.3.6. Instancia 6 (ADMINISTRADORA DE FONDO DE PENSIONES).....	187
7.5.3.7. Instancio 7 (MINISTERIO DE TRABAJO).....	188
7.5.3.8. Instancio 8 (AGEMED).....	189
7.6. PRESUPUESTO DEL PLAN ORGANIZACIONAL	190

CAPÍTULO VIII

PLAN FINANCIERO

8.1.OBJETIVOS DEL PLAN FINANCIERO.....	191
8.2.INVERSIÓN.....	192
8.2.1. Requerimientos de Activos Fijos.....	192
8.2.3. Requerimientos de Activos Diferidos	193
8.2.4. Requerimientos de Activos Circulantes	194
8.2.5. Depreciación de Activos Fijos.....	194
8.3. ESTRUCTURA DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	195
8.3.1. Fuentes de Financiamientos.....	195
8.3.2. Amortización del Crédito	195
8.4. ESTRUCTURA DE COSTOS.....	196
8.4.1.C ostos Fijos.....	196
8.4.1.1. Costos de Administración y Operaciones.....	197

COSTOS ADMINISTRATIVOS Y DE OPERACIONES	197
8.4.1.2. Costos de Comercialización.....	198
8.4.1.3. Servicios Básicos.....	198
8.4.1.4. Planilla de Sueldos y Salarios	198
8.4.2. Costos Variables	202
8.4.2.1. Costos Variables.....	202
8.4.3. Costo Total y Unitario.....	206
8.4.4. Costos Anuales Proyectados.....	209
8.4.4.1. Costos Variables Proyectados Cuatrimestralmente.....	210
8.4.4.2. Costos Fijos Proyectados.....	213
8.4.5. Estructura del Capital de Trabajo.....	213
8.5. DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA.....	214
8.5.1. Precio de Venta.....	214
8.6.PUNTO DE EQUILIBRIO	215
8.6.1.Punto de equilibrio en unidades físicas	215
8.6.2.Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias	216
8.7.INGRESOS PROYECTADOS	217
8.8.GESTIÓN IMPOSITIVA DEL NEGOCIO.....	219
8.8. ESTADO DE RESULTADOS Y FLUJO DE CAJA.....	220
5.9. INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL NEGOCIO.....	222
8.9.1. El VAN.....	222
8.9.2. El TIR.....	222
8.9.3. El IR.....	223
8.9.4. El PRI.....	224
8.10. COMPARACIÓN DEL FLUJO DE CAJA FINANCIERO Y ECONÓMICO.....	225
8.11. SÍNTESIS DEL PLAN FINANCIERO	227

CAPITULO 9

PLAN DE CONTINGENCIA Y EMERGENCIA

INTRODUCCIÓN	228
--------------------	-----

CAPITULO 10
PLAN DE IMPLANTACIÓN

10.1. INTRODUCCIÓN.....	231
CONCLUSIONES DEL PLAN DE NEGOCIO.....	233
RECOMENDACIONES DEL PLAN DE NEGOCIO.....	234
BIBLIOGRAFIA.....	236
ANEXOS.....	241

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Impuestos de Bolivia.....	18
Tabla N° 2 Variación del PIB por Actividad Económica en Porcentaje	22
Tabla N° 3 Variación de PIB por tipo de gasto.....	23
Tabla N° 4 Tendencias de Crecimiento Poblacional	26
Tabla N° 5 Población de Tarija.....	27
Tabla N° 6 Impacto de los Factores PEST en el Macroentorno	28
Tabla N° 7 Empresas de Cosméticos Naturales	31
Tabla N° 8 Competidores Potenciales	33
Tabla N° 9 Evaluación de Impacto.....	38
Tabla N° 10 Análisis FODA	40
Tabla N° 11 Modelo CAMVAS.....	44
Tabla N° 12 Nomenclatura para la Formula de Probabilidades Finita de Familias con Hijos de 13 A 18 Años.....	54
Tabla N° 13 Nomenclatura para la fórmula de probabilidad finita para personas de 19a 40 años de edad	55
Tabla N° 14 ¿Tiene hijos entre 13 a 18 años? (Si su respuesta es 2 aquí termina la encuesta) ...	56
Tabla N° 15 Parentesco.....	57
Tabla N° 16 ¿ha notado algún tipo de problema en la piel de su hijo/a de 13 a 18 años, como acné u otras dolencias?	58
Tabla N° 17 ¿Usa productos ecológicos para el cuidado de su piel?	59
Tabla N° 18 ¿Qué factores son más importantes para usted al elegir productos ecológicos?.....	60
Tabla N° 19 ¿Qué factores son más importante para usted al elegir productos ecológicos?.....	61
Tabla N° 20 ¿Qué factores son más importante para usted al elegir productos ecológicos?.....	62
Tabla N° 21 ¿Qué factores son más importante para usted al elegir productos ecológicos?.....	63
Tabla N° 22 ¿Qué factores son más Importante para usted al elegir productos ecológicos?.....	64
Tabla N° 23 ¿Considera que los ingredientes naturales en los productos de cuidado personal son importantes para usted?	65
Tabla N° 24 Si hubiera un producto con características calmantes, estimulantes, purificantes y antioxidantes que ayuden a disminuir el acné y matificar la piel (Hidrolato de Romero), ¿lo compraría para su hijo o hija?"	66

Tabla N° 25 ¿Considera que el Hidrolato de Romero puede ser beneficioso para la salud y el bienestar de su familia?.....	68
Tabla N° 26 ¿Cuánto estaría dispuesto/a pagar por una botella de Hidrolato de Romero de calidad (100 ml) considerando su beneficios y propiedades?.....	69
Tabla N° 27 ¿Por qué medios de comunicación le gustaría obtener información sobre los Hidrolatos de Romero?.....	70
Tabla N° 28 ¿Dónde preferiría adquirir el Hidrolato de Romero?.....	71
Tabla N° 29 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero ¿qué factores considera más Importantes?.....	72
Tabla N° 30 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero ¿qué factores considera más Importantes?.....	73
Tabla N° 31 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero ¿qué factores considera más Importante?	74
Tabla N° 32 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero ¿qué factores considera más Importante?	75
Tabla N° 33 ¿Qué tan probable es que usted adquiera uno o más Hidrolatos de Romero?.....	77
Tabla N° 34 Genero De Encuestados.....	79
Tabla N° 35 Edad De Encuestados.....	80
Tabla N° 36 ¿Utiliza productos para el cuidado de su piel?	81
Tabla N° 37 ¿Con qué frecuencia utiliza productos para el cuidado de su pie?	82
Tabla N° 38 ¿Qué productos utiliza de manera recurrente para el cuidado de la piel?	83
Tabla 39 ¿Con qué frecuencia compra productos de preferencia para el cuidado de la piel?	84
Tabla N° 40 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos? ..	85
Tabla N° 41 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos? ..	86
Tabla N° 42 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos? ...	87
Tabla N° 43 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos? ..	88
Tabla N° 44 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos? ..	89
Tabla N° 45 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos? ..	90
Tabla N° 46 ¿Ha utilizado productos ecológicos para el cuidado de su piel?.....	92
Tabla N° 47 ¿Qué tipo de productos ecológicos utiliza o ha utilizado en el pasado?	93
Tabla N° 48	94
Tabla N° 49 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?.....	95

Tabla N° 50 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	96
Tabla N° 51¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?.....	97
Tabla N° 52 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	98
Tabla N° 53 ¿Usaría un producto ecológico que tenga propiedades antioxidantes, antiinflamatorias, astringentes (ayuda a reducir el exceso de grasa en la piel), Efecto tonificante, ¿Propiedades antibacterianas para el cuidado desu piel?	100
Tabla N° 54 Si se le ofreciera un producto como los hidrolatos de romero, elaborado con ingredientes naturales	101
Tabla N° 55 ¿Qué beneficios espera obtener al utilizar Hidrolato de Romero?.....	102
Tabla N° 56 ¿Cuánto estaría dispuesto/a pagar por una botella de Hidrolato de Romero de calidad (100 ml) considerando su beneficios y propiedades?	103
Tabla N° 57 ¿Dónde preferiría adquirir el hidrolato de romero?	104
Tabla N° 58 ¿Por qué medio te gustaría recibir información?.....	105
Tabla N° 59 ¿Qué tipo de red social utiliza con mayor frecuencia?.....	106
Tabla N° 60 Segmentación De Mercado De Consumo	112
Tabla N° 61 Comparación de precios con productos similares.....	124
Tabla N° 62 Marketig de contenido	132
Tabla N° 63 Presupuesto Del Plan De Marketing Para El Año 2024.....	140
Tabla N° 64 Equipo de computación.....	156
Tabla N° 65 MUEBLES Y ENSERES	156
Tabla N° 66 Servicios Básicos	159
Tabla N° 67 COSTO DE MAQUINAS Y EQUIPO	160
Tabla N° 68 Cantidad Y Precio De Materia Prima	162
Tabla N° 69 Director General	175
Tabla N° 70 Cargo De Producción	176
Tabla N° 71 Encargado De Comercialización Y Ventas	177
Tabla N°72 Sueldos Y Salarios	180
Tabla N° 73 PRESUPUESTO DE PLAN ORGANIZACIONAL	190
Tabla N° 74 REQUERIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS	192
Tabla N° 75 REQUERIMIENTO DE ACTIVOS DIFERIDOS	193
Tabla N° 76 Depreciación De Activos Fijos.....	194
Tabla N° 77 Estructura De Inversión Y Financiamiento	195

Tabla N° 78 AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO.....	196
TablaN° 79 Costos De Comercialización	198
Tabla N° 80 Servicios Básicos	198
Tabla N° 81 Planilla De Sueldos Y Salarios Año De Apertura	199
Tabla N° 82 Planilla De Sueldos Y Salarios 2do Año De Apertura.....	199
Tabla N° 83 Planilla De Sueldos Y Salarios 3er Año De Apertura.....	200
Tabla N° 84 Proyección De Planilla De Sueldos Y Salarios	202
Tabla N° 85 Determinación De Los Costos Variables Año DeApertura	204
Tabla N° 86 Determinación De Los Costos Variables 2do Año DeApertura.....	205
Tabla N° 87 Determinación De Los Costos Variables 3er Año DeApertura	206
Tabla N° 88 Costo Variable Unitario Año De Apertura.....	207
Tabla N° 89 Costos Fijo Año De Apertura	208
Tabla N° 90 Costos Variables Proyectados Cuatrimestralmente	210
Tabla N° 91 Costos Variables Proyectados Cuatrimestralmente (Piel Bonita 200 MI)	211
Tabla N° 92 Costos Variables Proyectados Cuatrimestralmente (Piel Bonita S.R.L.).....	212
Tabla N° 93 Costos Fijos Proyectados.....	213
Tabla N° 94 Determinación Del Precio De Venta.....	214
Tabla N° 95 Punto De Equilibrio En Unidades Físicas	215
Tabla N° 96 Punto De Equilibrio En Unidades Monetarias	216
Tabla N° 97 Ventas Totales Proyectadas Cuatrimestralmente (Piel Bonita 100 MI).....	217
Tabla N° 98 Ventas Totales Proyectadas Cuatrimestralmente (Piel Bonita 200ml)	218
Tabla N° 99 Ventas Totales Proyectadas Cuatrimestralmente (Piel Bonita).....	218
Tabla N° 100 Gestión Impositiva Del Negocio (Piel Bonita S.R.L.).....	219
Tabla N° 101 Estado De Resultados	220
Tabla N° 102 Flujo De Caja Financiero	221
Tabla N° 103 Evaluación De La Rentabilidad Económica Y Financiera.....	222
Tabla N° 104 Índice De Rentabilidad (IR)	223
Tabla N° 105 Calculo Del PRI	224
Tabla N° 106 Comparación De Indicadores Económicos Y Financieros.....	226

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 ¿Tiene hijos entre 13 a 18 años?.....	56
Figura N° 2 Parentesco.....	57
Figura N° 3 ¿Ha Notado algún tipo de problema en la piel de su hijo/a de 13 a 18 años, como acné u otras dolencias?.....	58
Figura N° 4 ¿Usa productos ecológicos para el cuidado de su piel?	59
Figura N° 5 ¿Qué factores son más Importantes para usted al elegir productos ecológicos? ..	60
Figura N° 6 ¿Qué factores son más Importante para usted al elegir productos ecológicos?...	61
Figura N° 7 ¿Qué factores son más Importante para usted al elegir productos ecológicos? 62	
Figura N° 8 ¿Qué factores son más Importante para usted al elegir productos ecológicos?...	63
Figura N° 9 ¿Qué factores son más Importante para usted al elegir productos ecológicos?....	64
Figura N° 10 ¿Considera que los ingredientes naturales en los productos de cuidado personal son importantes para usted?	65
Figura N° 11 Si hubiera un producto con características calmantes, estimulantes, purificantes y antioxidantes que ayuden a disminuir el acné y matificar la piel (Hidrolato de Romero), ...	67
Figura N° 12 ¿Considera que el Hidrolato de Romero puede ser beneficioso para la salud y el bienestar de su familia?	68
Figura N° 13 ¿Cuánto estaría dispuesto/a pagar por una botella de Hidrolato de Romero de calidad	69
Figura N° 14 ¿Por qué medios de comunicación le gustaría obtener información sobre los Hidrolatos de Romero?	70
Figura N° 15 ¿Dónde preferiría adquirir el Hidrolato de Romero?	71
Figura N° 16 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero	73
Figura N° 17 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero	74
Figura N° 18 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero	75
Figura N° 19 Al momento de adquirir el Hidrolato de Romero	76
Figura N° 20 ¿Qué tan probable es que usted adquiera uno o más Hidrolatos de Romero?.....	77
Figura N° 21 Género De Encuestados	79
Figura N° 22 Edad De Encuestados.....	80
Figura N° 23 Uso de productos para el cuidado de la piel.....	81
Figura N° 24 Pregunta 2.....	82

Figura N° 25 Productos De Cuidado De La Piel	83
Figura N° 26	84
Figura N° 27 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos?	85
Figura N° 28 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos?	86
Figura 29 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos?	87
Figura N° 30 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos?	88
Figura N° 31 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos?	89
Figura N° 32 ¿Cuál fue la importancia que le dio usted a cada uno de los siguientes aspectos?	90
Figura N° 33 Uso De Productos Ecológicos	92
Figura N° 34 Productos Ecológicos De Mayor Uso	93
Figura N° 35 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	94
Figura N° 36 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	95
Figura N° 37 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	96
Figura N° 38 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	97
Figura N° 39 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	98
Figura N° 40 ¿Cuál es su motivo principal para utilizar productos ecológicos?	99
Figura N° 41 Uso De Productos Ecológicos	100
Figura N° 42 Oferta De Hidrolato De Romero.....	101
Figura N° 43 Beneficios Del Hidrolato.....	102
Figura N° 44 ¿Cuánto estaría dispuesto/a pagar por una botella de Hidrolato de Romero de calidad	103
Figura N° 45 ¿Dónde preferiría adquirir el hidrolato de romero?	104
Figura N° 46 ¿Por qué medio te gustaría recibir información?	105
Figura N° 47 Red Social.....	106
Figura N° 48 LOGOTIPO DE “PIEL BONITA” Tónico facial/capilar	121
Figura N° 49 Etiqueta “Piel Bonita”	122
Figura N° 50 Ecoetiqueta	123

Figura N° 51 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	126
Figura N° 52 Banner Publicitario.....	138
Figura N° 53 Afiche Informativo.....	138
Figura N° 54 Destilación por arrastre de vapor.....	150
Figura N° 55 Distribución de la planta y oficinas	165