

## ANEXOS

### Anexo Nº 1

#### TARIJA: EDAD SIMPLE AGRUPADA, SEGÚN PROVINCIA, MUNICIPIO Y CIUDAD/COMUNIDAD, CENSO 2012

Dpto.	Provincia	Municipio	Total	18 años de edad	19 años de edad	20 a 24 años de edad	25 a 29 años de edad	30 a 34 años de edad	35 a 39 años de edad	40 a 44 años de edad	45 a 49 años de edad	50 a 54 años de edad	55 a 59 años de edad
<b>TOTAL DEPARTAMENTO:</b>			<b>483.518</b>	<b>11.219</b>	<b>10.297</b>	<b>47.603</b>	<b>40.626</b>	<b>38.412</b>	<b>32.093</b>	<b>27.413</b>	<b>22.849</b>	<b>20.139</b>	<b>15.651</b>
Tarija	Cercado	Tarija	179.561	4.433	4.476	21.005	16.685	15.341	12.181	10.195	8.245	7.360	5.587
Tarija	Cercado	Tarija	598	13	13	69	59	45	33	43	22	17	17
Tarija	Cercado	Tarija	2.195	54	30	218	165	143	150	123	84	74	45
Tarija	Cercado	Tarija	143	5	1	19	9	5	5	4	15	7	2
Tarija	Cercado	Tarija	646	11	11	56	58	54	37	40	23	32	26
Tarija	Cercado	Tarija	134	4	2	11	16	10	6	7	7	10	8
Tarija	Cercado	Tarija	201	6	4	27	7	14	16	10	13	8	7
Tarija	Cercado	Tarija	477	12	9	28	42	38	26	39	24	15	19
Tarija	Cercado	Tarija	510	13	10	45	50	32	36	28	25	25	18
Tarija	Cercado	Tarija	640	13	9	55	38	39	44	32	31	39	36
Tarija	Cercado	Tarija	313	7	4	22	21	20	20	15	22	31	23
Tarija	Cercado	Tarija	637	12	13	40	43	28	28	40	71	53	56
Tarija	Cercado	Tarija	243	8	4	14	14	14	18	17	18	13	14
Tarija	Cercado	Tarija	270	7	3	32	26	28	16	17	12	14	8
Tarija	Cercado	Tarija	936	18	18	88	69	68	48	46	43	46	33
Tarija	Cercado	Tarija	460	14	7	42	22	31	14	34	22	22	21
Tarija	Cercado	Tarija	278	9	5	31	22	21	6	9	13	15	15
Tarija	Cercado	Tarija	65	2	0	5	4	5	1	3	4	5	1
Tarija	Cercado	Tarija	199	0	3	9	17	15	13	6	7	9	10
Tarija	Cercado	Tarija	75	0	1	8	4	6	1	4	1	5	4

# Anexo N°2

## Facturas de la empresa

**ROSAS LANDOLL** **FACTURA** N° 000005  
(CON DERECHO A CREDITO FISCAL) Código de Autorización 101ED135B8921A  
 de: Sonia Alvarez Pedrazas CASA MATRIZ  
 Pasaje Las Rosas N° 1083 Barrio La Pampa Telfs.: 6644940 - 72976543 Tarja - Bolivia  
 Peluquería y otros tratamientos de belleza  
 NIT: 4507787019

Tarja, 14 de MARZO de 2023. NIT/CI: 463165  
 Señor (es):

CANT.	CONCEPTO	P. UNIT.	SUB TOTAL
1	TINTE COLOR	300	300

n: Trescientos años  
 TOTAL GENERAL: 300 Bolivianos

FECHA LIMITE DE EMISION : 09/07/2023  
 A FACTURA CONTRIBUYE AL DESARROLLO DEL PAIS. EL USO ILCITO DE ESTA SERA SANCIONADO DE ACUERDO A LEY No. 453: El proveedor de servicio debe habilitar medios e instrumentos para efectuar consultas y reclamaciones.

**ROSAS LANDOLL** **FACTURA** N° 000004  
(CON DERECHO A CREDITO FISCAL) Código de Autorización 101ED135B8921A  
 de: Sonia Alvarez Pedrazas CASA MATRIZ  
 Pasaje Las Rosas N° 1083 Barrio La Pampa Telfs.: 6644940 - 72976543 Tarja - Bolivia  
 Peluquería y otros tratamientos de belleza  
 NIT: 4507787019

Tarja, 24 de FEBRERO de 2023. NIT/CI: 5043249  
 Señor (es): Miguel Cajalán

CANT.	CONCEPTO	P. UNIT.	SUB TOTAL
1	tinte	1	180

n: Ciento ochenta e años  
 TOTAL GENERAL: 180 Bolivianos

FECHA LIMITE DE EMISION : 09/07/2023  
 A FACTURA CONTRIBUYE AL DESARROLLO DEL PAIS. EL USO ILCITO DE ESTA SERA SANCIONADO DE ACUERDO A LEY No. 453: El proveedor de servicio debe habilitar medios e instrumentos para efectuar consultas y reclamaciones.

**ROSAS LANDOLL** **FACTURA** N° 000002  
(CON DERECHO A CREDITO FISCAL) Código de Autorización 101ED135B8921A  
 de: Sonia Alvarez Pedrazas CASA MATRIZ  
 Pasaje Las Rosas N° 1083 Barrio La Pampa Telfs.: 6644940 - 72976543 Tarja - Bolivia  
 Peluquería y otros tratamientos de belleza  
 NIT: 4507787019

Tarja, 11 de Febrero de 2023. NIT/CI: 4140439  
 Señor (es): Sandra Sanchez

CANT.	CONCEPTO	P. UNIT.	SUB TOTAL
1	Baño de Luna		150

n: Ciento cincuenta años/100  
 TOTAL GENERAL: 150 Bolivianos

FECHA LIMITE DE EMISION : 09/07/2023  
 A FACTURA CONTRIBUYE AL DESARROLLO DEL PAIS. EL USO ILCITO DE ESTA SERA SANCIONADO DE ACUERDO A LEY No. 453: El proveedor de servicio debe habilitar medios e instrumentos para efectuar consultas y reclamaciones.

**ROSAS LANDOLL** **FACTURA** N° 000001  
(CON DERECHO A CREDITO FISCAL) Código de Autorización 101ED135B8921A  
 de: Sonia Alvarez Pedrazas CASA MATRIZ  
 Pasaje Las Rosas N° 1083 Barrio La Pampa Telfs.: 6644940 - 72976543 Tarja - Bolivia  
 Peluquería y otros tratamientos de belleza  
 NIT: 4507787019

Tarja, 6 de Febrero de 2023. NIT/CI: 1817043  
 Señor (es): Natividad Ramos

CANT.	CONCEPTO	P. UNIT.	SUB TOTAL
1	Corte		50

n: Cincuenta años/100  
 TOTAL GENERAL: 50 Bolivianos

FECHA LIMITE DE EMISION : 09/07/2023  
 A FACTURA CONTRIBUYE AL DESARROLLO DEL PAIS. EL USO ILCITO DE ESTA SERA SANCIONADO DE ACUERDO A LEY No. 453: El proveedor de servicio debe habilitar medios e instrumentos para efectuar consultas y reclamaciones.

### Anexo N° 3

NIT

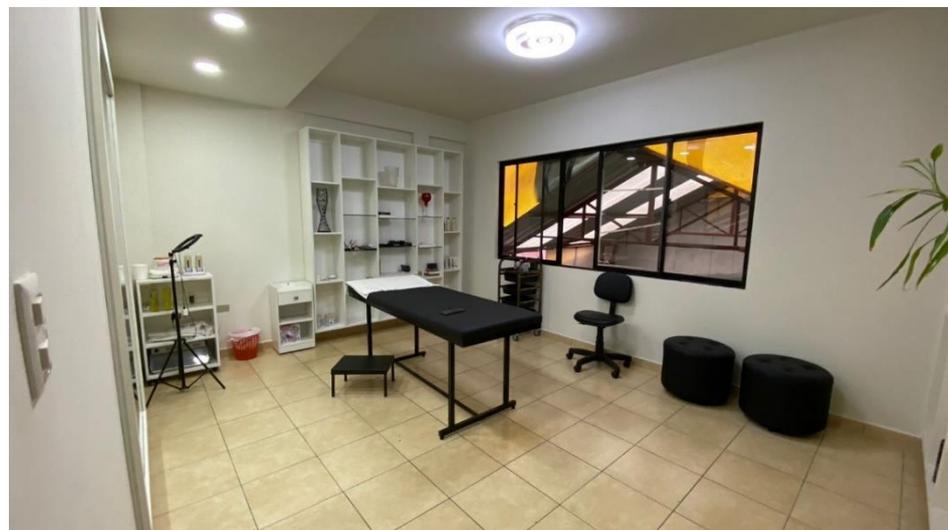


### Anexo N° 4

Ambiente del spa Las Rosas









## Anexo N° 5

### Ubicación de la empresa



## Anexo N° 6

### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercado es una herramienta esencial para comprender el entorno en la que opera la empresa, lo cual será de utilidad ya que permitirá comprender la percepción de la empresa, las preferencias y gustos de los clientes actuales y potenciales. Con esta información, se podrá desarrollar estrategias de marketing, lo que contribuirá al éxito y crecimiento del spa "Las Rosas" en el mercado.

#### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El spa "Las Rosas" busca posicionarse en el mercado tarijeño, pero en un entorno en constante evolución, es esencial comprender en profundidad las necesidades, preferencias y demanda de los clientes para desarrollar una estrategia de marketing efectiva que le permita destacarse entre la creciente competencia y aumentar su participación de mercado.

Esto ha llevado a la incertidumbre en cuantos clientes potenciales están interesados en los servicios que brinda el spa, cómo comunicarse con los clientes y cómo mejorar la experiencia de los mismos. Por estos motivos esta investigación tiene como objetivo obtener la información necesaria para elaborar estrategias de marketing y lograr el posicionamiento del spa "Las Rosas" en el mercado.

#### Formulación del problema

¿Cuáles son las percepciones necesarias de los consumidores para desarrollar estrategias de marketing efectivo y lograr el posicionamiento del spa "Las Rosas" en el mercado tarijeño?

#### OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- **Objetivo general**

Determinar la demanda e identificar las preferencias de los clientes actuales y potenciales que permitan proponer estrategias para elaborar el plan de marketing.

- **Objetivos específicos**

- Evaluar la demanda existente para el spa “Las Rosas”
- Determinar el principal motivo de las personas para visitar un centro de belleza o spa.
- Identificar los factores que influyen en la elección de un spa por parte de los clientes.
- Evaluar las preferencias y gustos de los clientes en cuanto a tratamientos y experiencias en un spa.
- Determinar los canales de marketing más efectivos para el mercado objetivo.

## **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Diseño de la investigación**

Esta investigación se realiza utilizando la investigación descriptiva; para describir, caracterizar y tener una comprensión clara de los patrones y tendencias en el mercado.

### **Área de estudio**

El spa “Las Rosas” se encuentra ubicado en el barrio La Pampa en la ciudad de Tarija, por tanto, la presente investigación se realiza en la misma ciudad.

### **Métodos de recopilación de datos**

El método que se utilizará para la investigación será de naturaleza mixta, ya que combinará métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una comprensión completa de los comportamientos y preferencias de los clientes.

Para un mejor análisis de la situación se recopila datos de fuentes primarias. para lo cual se realizó encuestas en la ciudad de Tarija a las mujeres de 18 a 60 años.

En la encuesta se aplicaron preguntas para detectar oportunidades de mercado y determinar el comportamiento y preferencias de los consumidores.

El proceso de análisis de datos se realizará mediante el método analítico.

## **PROCESO DE MUESTREO**

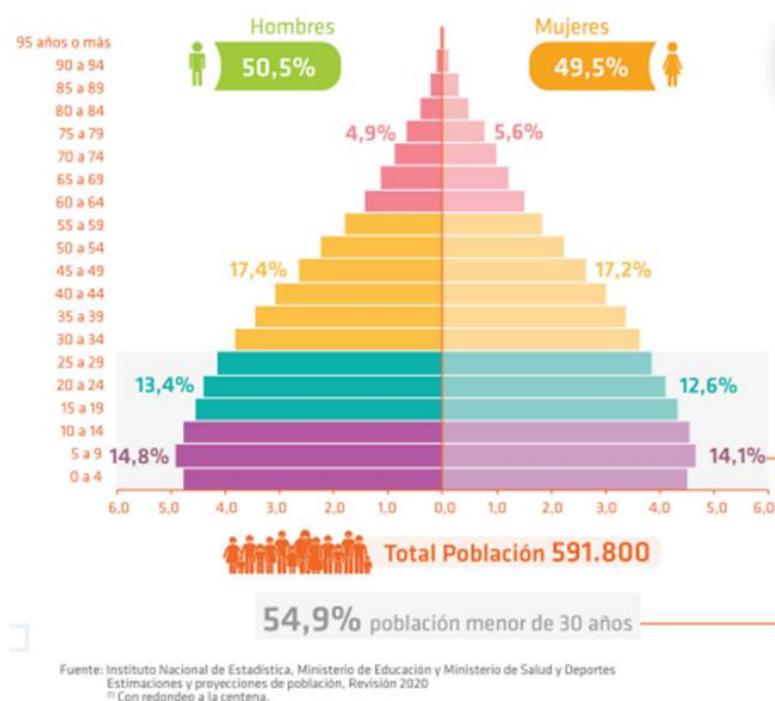
## Definición de la población objetivo

Se realizó el cuestionario dirigido a las mujeres de 18 a 60 años de la ciudad de Tarija debido a que son las que principalmente recurren a los servicios de belleza.

La población de la ciudad de Tarija según los datos estadísticos del Instituto nacional de estadística es de 272.692 habitantes hasta el año 2022.

De acuerdo a los datos el índice de crecimiento de la población de cercado anual es de 2,01% con relación a los últimos 5 años y para la gestión 2023 se estimaría una cifra de crecimiento poblacional a 278.185.

Y tomando en cuenta que el 49,5% de la población de Tarija son mujeres de acuerdo a los datos de las proyecciones del INE se estimaría que para el 2023 la cifra de crecimiento es de 137.702 mujeres.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Para un estudio más preciso se tomará en cuenta las mujeres de la ciudad de Tarija entre los 18 y 60 años, que de acuerdo a los datos obtenidos las mujeres de este rango de edad representan el 58,8% de la población. (ver anexo)

Con la información obtenida se determina que la población objetivo del estudio es de 80.912 mujeres de 18 a 60 años de la ciudad de Tarija.

### Selección de la técnica de muestreo

La técnica de muestreo seleccionada es la de muestreo probabilístico, y así también la técnica de muestreo de aleatorio simple donde todos los elementos de la población objetivo tienen igual probabilidad de ser seleccionados por la muestra.

### Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

$$n = \frac{80.912 * 1,96^2 * 0.50 * 0.50}{(80.912 - 1) * 0.08^2 + 1,96^2 * 0.50 * 0.50}$$

N	Tamaño de la muestra	
N	Tamaño de la población	80912
Z	Nivel de confianza	95%
P	probabilidad de éxito	0.50
Q	probabilidad de fracaso	0.50
E	error de estimación	0.8

Por lo tanto, la muestra está constituida por 157 mujeres de la Provincia Cercado de la Ciudad Tarija.

### Recopilación de Datos

La recopilación de datos se realizará mediante fuentes de investigación primaria, a través de una encuesta formulada en Google Forms, la cual estará dirigida a la muestra de población señalada anteriormente.

## **Diseño de la encuesta**

Le damos la bienvenida a esta encuesta dedicada a conocer su percepción sobre el spa “Las Rosas” y sus preferencias sobre los centros de belleza o spas. La información recolectada es parte de una investigación con fines estrictamente académicos.

Muchas gracias por su valioso tiempo y contribución en el presente trabajo.

*Nota: Esta encuesta está dirigida a mujeres de 18 a 60 años de la ciudad de Tarija.*

1. Edad:

- 18-29 años
- 30-39 años
- 40-49 años
- 50-60 años

2. ¿Con qué frecuencia visita centros de belleza o spas en general?

- Ocasionalmente (2 veces al año)
- Regularmente (cada tres meses)
- Con frecuencia (alrededor de una vez al mes)

3. ¿Has oído hablar del spa “Las Rosas”?

- Sí, he oído hablar del spa.
- No, esta es la primera vez que escucho sobre él.

4. ¿Has tenido la oportunidad de visitar el spa "Las Rosas"?

- Sí, he visitado "Las Rosas".
- No, aún no he tenido la oportunidad de visitarlo.

5. ¿Estas informada de todos los servicios que ofrece el spa “Las Rosas”?

- Sí, estoy informada de todos los servicios
- Solo estoy informada de algunos servicios
- No, no estoy informada de los servicios

6. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor tu principal motivación para visitar un centro de belleza o spa?

- Cuidado personal para realzar mi belleza
- Mejorar mi autoestima y confianza en mí misma.
- Encontrar momentos de relajación y alivio del estrés.
- Cuidar mi bienestar emocional y físico.
- Experimentar un cambio de imagen o estilo personal.

7. Indique el grado de importancia de los atributos de valor que considera al elegir un centro de belleza o spa. Donde 1 significa "No es importante en absoluto" y 5 significa "Muy importante"

<b>Valor</b>	1	2	3	4	5
Variedad de servicios disponibles					
Profesionales altamente capacitados y con experiencia					
Ambiente relajante y acogedor					
Atención al cliente excepcional					
Excelencia en tecnología y equipamiento					
Promociones y descuentos					
Opiniones y reseñas positivas en línea					
Atención personalizada					

8. ¿Qué aspectos del ambiente del spa las rosas serian importantes para usted?  
 Seleccione dos opciones

- Iluminación ambiental
- Aromaterapia
- Decoración relajante
- Privacidad en las áreas de tratamiento

- Temperatura y climatización adecuadas
- Música de ambiente

9. ¿Qué tipo de ofertas y promociones prefieres que el spa “Las Rosas” ofrezca a sus clientes? (Selecciona hasta tres opciones)

- Descuentos en servicios específicos.
- Descuentos por publicaciones en redes sociales o reseñas en línea
- Paquetes de servicios combinados a precios especiales.
- Promociones por lealtad para clientes habituales.
- Ofertas por referir a amigos o familiares.
- Descuentos en tratamientos nuevos o destacados.
- Promociones por días especiales (por ejemplo, día de la mujer).
- Descuentos por reserva anticipada

10. ¿En qué redes sociales preferirías buscar información sobre el spa "Las Rosas" y sus servicios? (Selecciona todas las que apliquen)

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Pinterest
- YouTube
- Tiktok

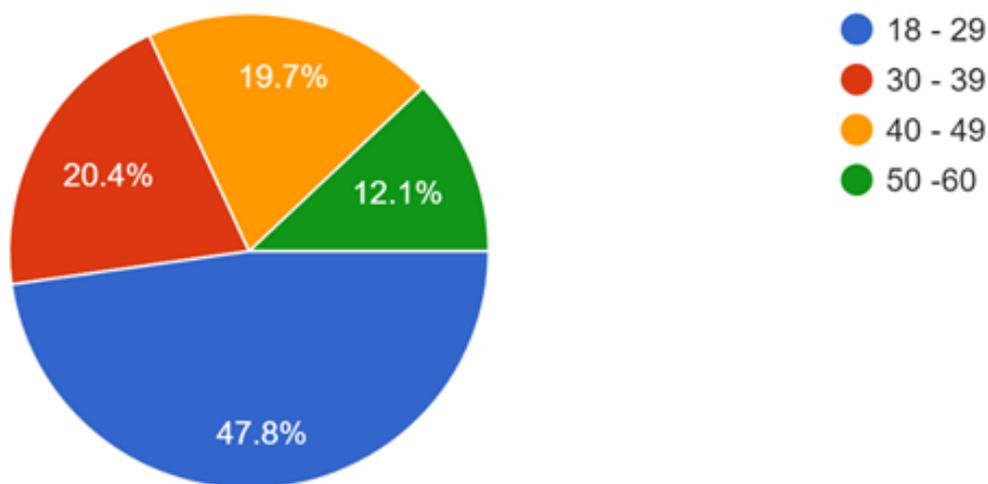
11. Considerando que el spa "Las Rosas" ofrece una experiencia de spa excepcional basada en tus preferencias, ¿estarías dispuesta a visitar el spa en un futuro cercano?

- Si
- No

## PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

### 1. Edad:

#### Edad



Edad	Frecuencia	%
18-29 años	75	47,8%
30-39 años	32	20,4%
40-49 años	31	19,7%
50-60 años	19	12,1%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

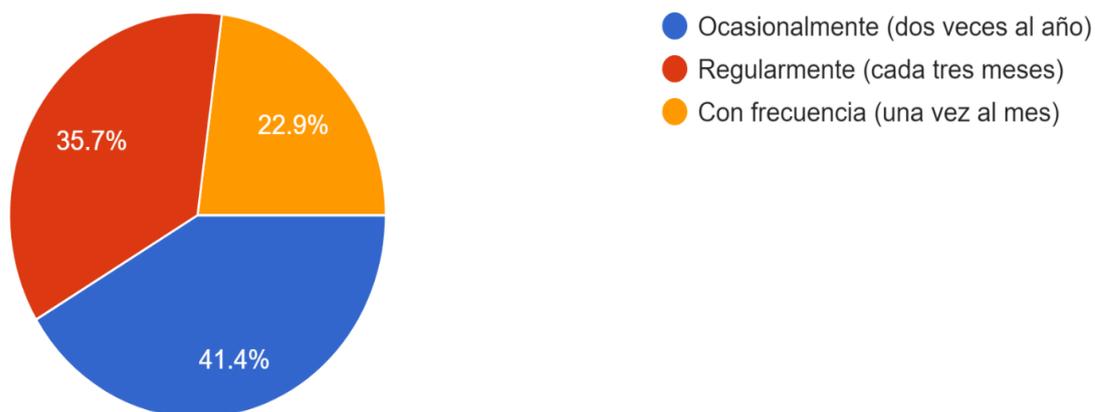
Los resultados nos indican que, de las 157 personas encuestadas, se encuentran en el rango de edad de 18 -29 años, representando el 48.6%. las personas 30-39 años, con un 20,4%. Las edades comprendidas de 40-49 representan un 19,7%. por último, de 50-60 años, con un menor porcentaje de 12.1% de los encuestados.

### 2. ¿Con qué frecuencia visita centros de belleza o spas en general?

<b>Factores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Ocasionalmente (2 veces al año)	65	41,4%
Regularmente (Cada tres meses)	56	35,7%
Con frecuencia (alrededor de una vez al mes)	36	22,9%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

### **Frecuencia de visita a centros de**



Según los resultados obtenidos, las personas visitan centros de belleza o spas: ocasionalmente con un 41,4%, regularmente 35,7% y un 22,9% con frecuencia.

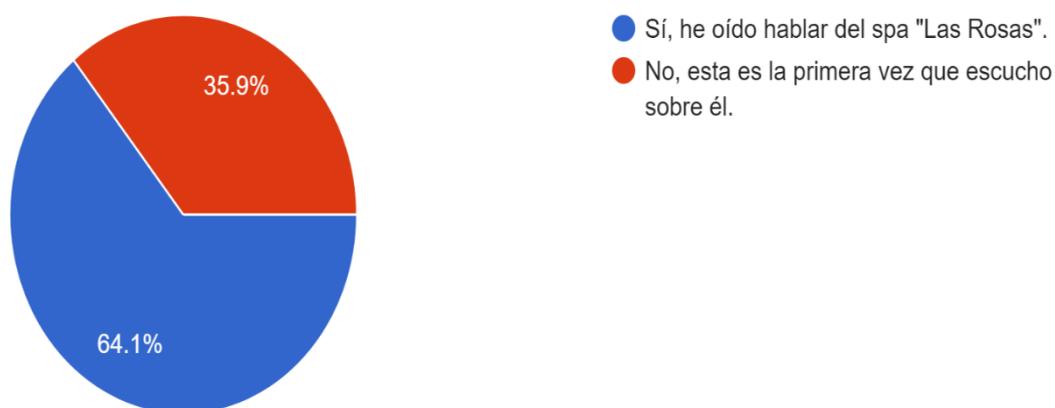
3. ¿Has oído hablar del spa “Las Rosas”?

<b>Factores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Sí, he oído hablar del spa.	100	64,1%

No, esta es la primera vez que escucho sobre él.	57	35,9%
<b>Total General</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

### Nivel de conocimiento del spa "Las Rosas" en el



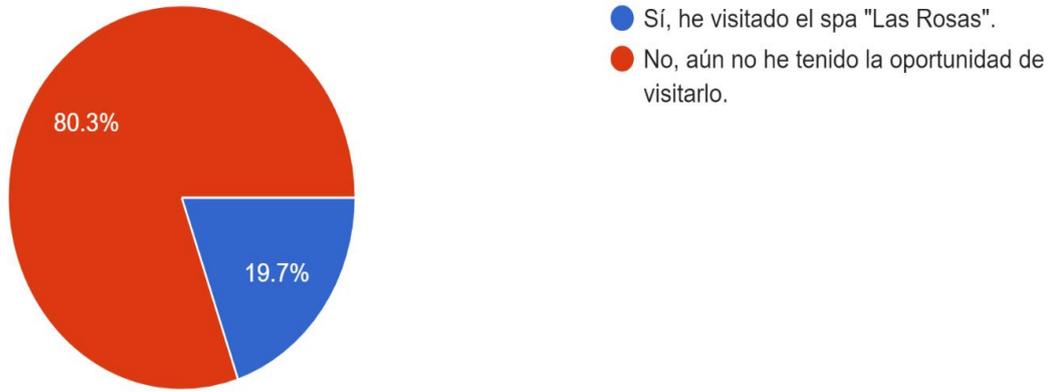
De acuerdo a los datos recopilados, el 64.1% las personas tienen conocimiento del spa "Las Rosas", mientras que el 35.9% no tiene conocimiento del spa. Lo cual se tendría que fortalecer relación con las personas que aún no están familiarizadas con el spa.

#### 4. ¿Has tenido la oportunidad de visitar el spa "Las Rosas"?

Factores	Frecuencia	%
Sí, he visitado "Las Rosas".	31	19,7%
No, aún no he tenido la oportunidad de visitarlo.	126	80,3%
<b>Total General</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

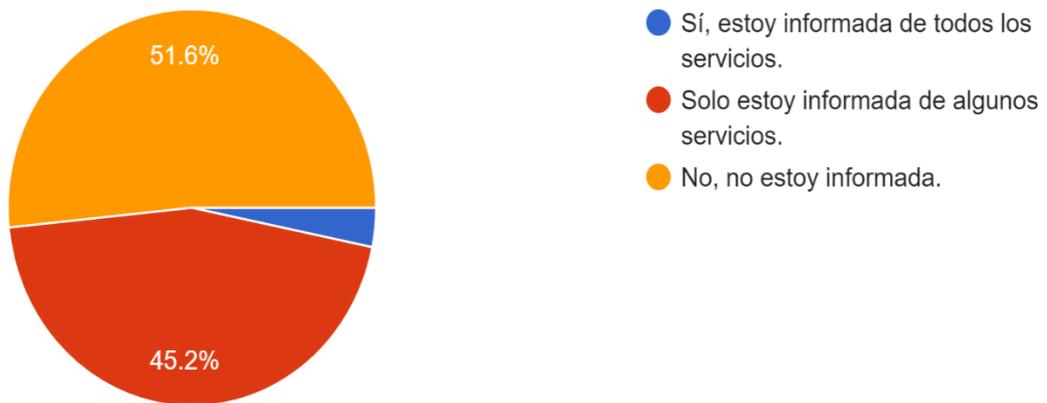
### Nivel de visitas al



Los datos proporcionados muestran que el 19.7% de las personas tuvo la oportunidad de visitar el spa "Las Rosas", mientras que el 80.3% aún no tuvieron esa experiencia. Por tanto, es necesario implementar estrategias para atraer nuevos clientes y también dirigidas a los clientes que ya visitaron el spa.

5. ¿Estas informada de todos los servicios que ofrece el spa "Las Rosas"?

### Conocimiento de la oferta de



Factores	Frecuencia	%
----------	------------	---

Sí, estoy informada de todos los servicios	5	3,2%
Solo estoy informada de algunos servicios	75	45,2%
No, no estoy informada de los servicios	81	51,6%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia.*

De acuerdo a los resultados obtenidos un 3,2% de las encuestadas está informada sobre todos los servicios ofrecidos por el spa. Un 45.2% tiene conocimiento de algunos servicios, mientras que el 51.6% no está informada acerca de los servicios del spa. Estos datos resaltan la necesidad de implementar estrategias con el fin de dar a conocer todos los servicios ofrecidos por el spa “Las Rosas”.

6. ¿Cuál de las siguientes categorías describe mejor tu principal motivo para visitar un centro de belleza o spa?

<b>Factores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Cuidado personal para realzar mi belleza	61	38,9%
Mejorar mi autoestima y confianza en mí misma.	10	6,4%
Encontrar momentos de relajación y alivio del estrés.	50	31,8%
Cuidar mi bienestar emocional y físico.	11	7%

Experimentar un cambio de imagen o estilo personal.	25	15,9%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

### Principal motivo para visitar un centro de



Según los resultados obtenidos, el motivo principal para visitar un centro de belleza o spa, con un 38.9% de las respuestas es el “Cuidado personal para realzar mi belleza”. Por otro lado, el motivo de “Mejorar mi autoestima y confianza en mí misma” obtiene un mínimo de 6.4%. Estos datos reflejan la diversidad de motivos al visitar un spa o centro de belleza, lo que será útil para adaptar estrategias de marketing.

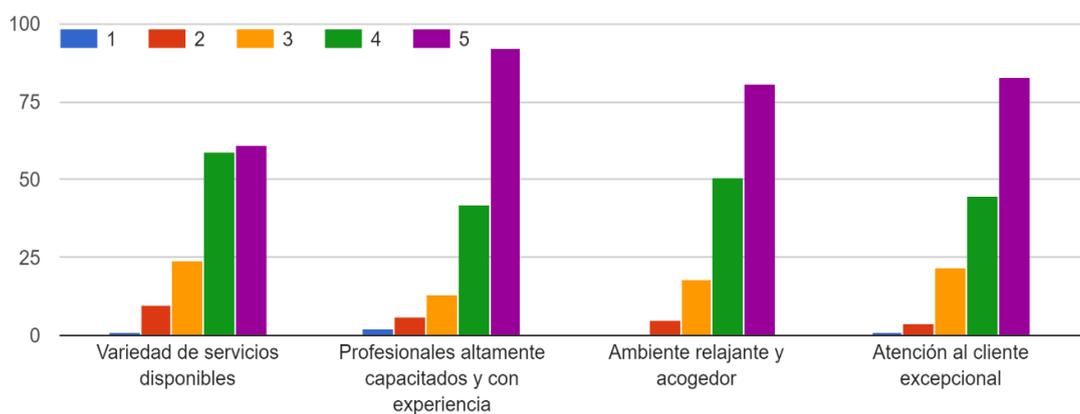
7. Indique el grado de importancia de los atributos de valor que considera al elegir un centro de belleza o spa. Donde 1 significa "No es importante en absoluto" y 5 significa "Muy importante"

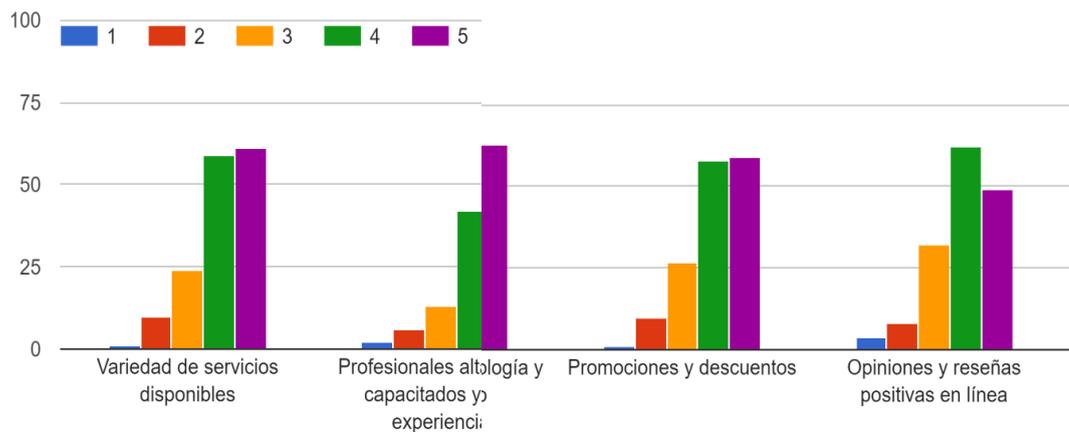
Valor	Frecuencia				
	1	2	3	4	5
Variedad de servicios disponibles	1	10	24	59	61

Profesionales altamente capacitados y con experiencia	2	6	13	42	92
Ambiente relajante y acogedor	0	5	18	51	81
Atención al cliente excepcional	1	4	22	45	83
Excelencia en tecnología y equipamiento	3	5	29	55	63
Promociones y descuentos	1	10	27	58	59
Opiniones y reseñas positivas en línea	4	8	32	62	49
Atención personalizada	1	6	22	47	79

*Fuente: Elaboración propia.*

### Atributos de valor al elegir un centro de

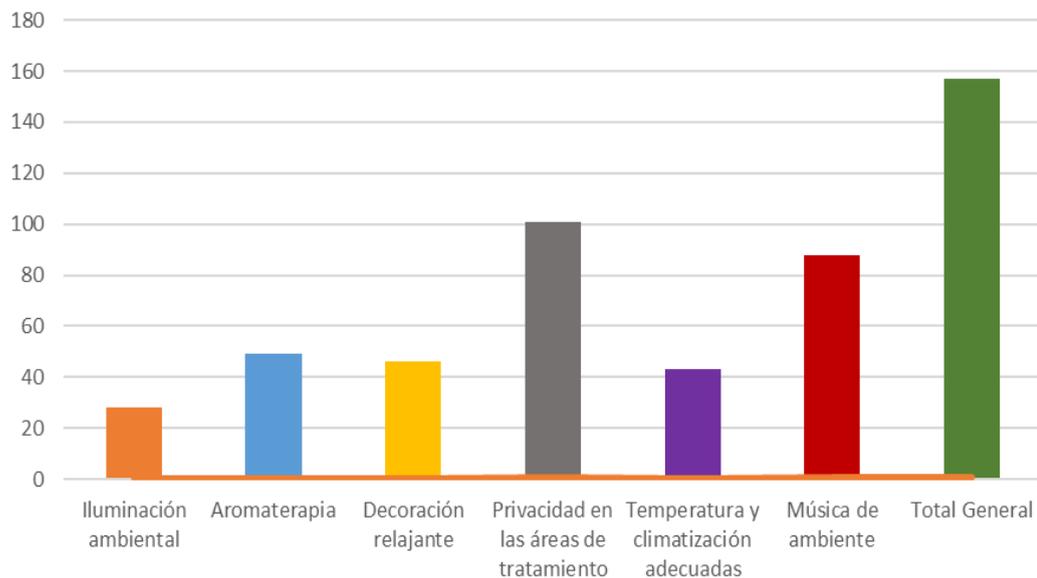




Según los resultados se puede evidenciar que los atributos de valor que se considera al elegir un centro de belleza, como el más importante contar con profesionales altamente capacitados y con experiencia, seguido de una atención al cliente excepcional, y un Ambiente relajante y acogedor.

8. ¿Qué aspectos del ambiente del spa las rosas serian importantes para usted?  
 Seleccione dos opciones.

### Aspectos importantes del ambiente de un spa



Factores	Frecuencia	%
Iluminación ambiental	28	17,8%

Aromaterapia	49	31,2%
Decoración relajante	46	29,3%
Privacidad en las áreas de tratamiento	101	64,3%
Temperatura y climatización adecuadas	43	27,4%
Música de ambiente	88	56,1%

*Fuente: Elaboración propia.*

Los resultados de la encuesta indican que los aspectos más importantes del ambiente del spa las rosas son; privacidad en las áreas de tratamiento con un 64,3%. Seguido de música de ambiente obtiene un 56,1%, y en aromaterapia con un 31,2%. Lo cual representa datos importantes para mantener y atraer nuevas clientes y así ofrecer una experiencia de calidad.

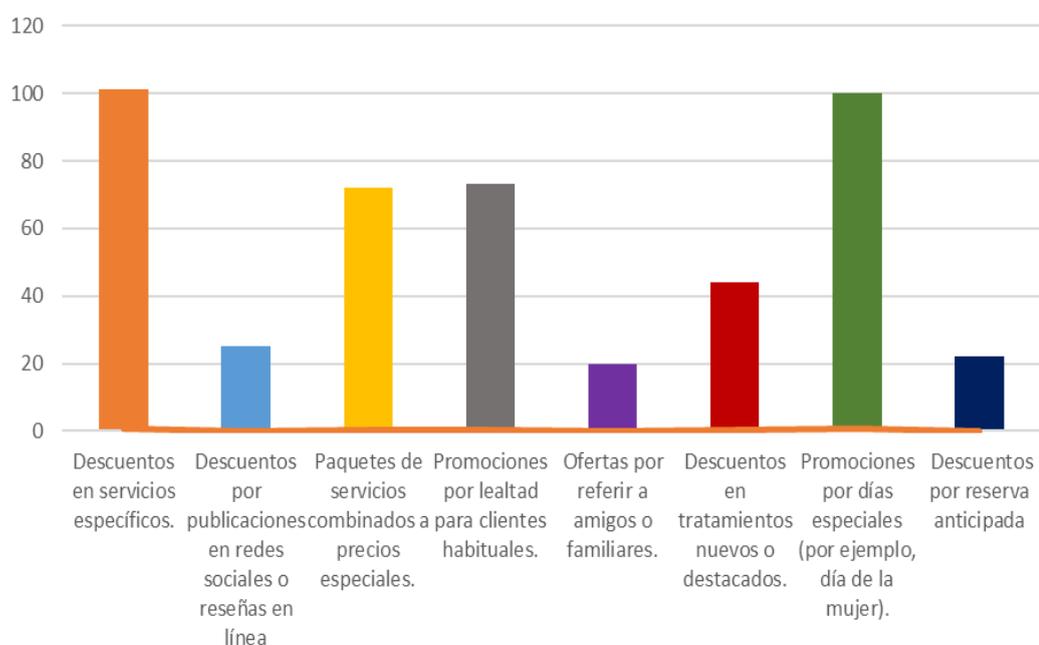
9. ¿Qué tipo de ofertas y promociones prefieres que el spa “Las Rosas” ofrezca a sus clientes? (Selecciona hasta tres opciones)

<b>Factores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Descuentos en servicios específicos.	101	64,3%
Descuentos por publicaciones en redes sociales o reseñas en línea	25	15,9%
Paquetes de servicios combinados a precios especiales.	72	45,9%

Promociones por lealtad para clientes habituales.	73	46,5%
Ofertas por referir a amigos o familiares.	20	12,7%
Descuentos en tratamientos nuevos o destacados.	44	28%
Promociones por días especiales (por ejemplo, día de la mujer).	100	63,7%
Descuentos por reserva anticipada	22	14%

Fuente: Elaboración propia.

### Ofertas y descuentos preferenciales

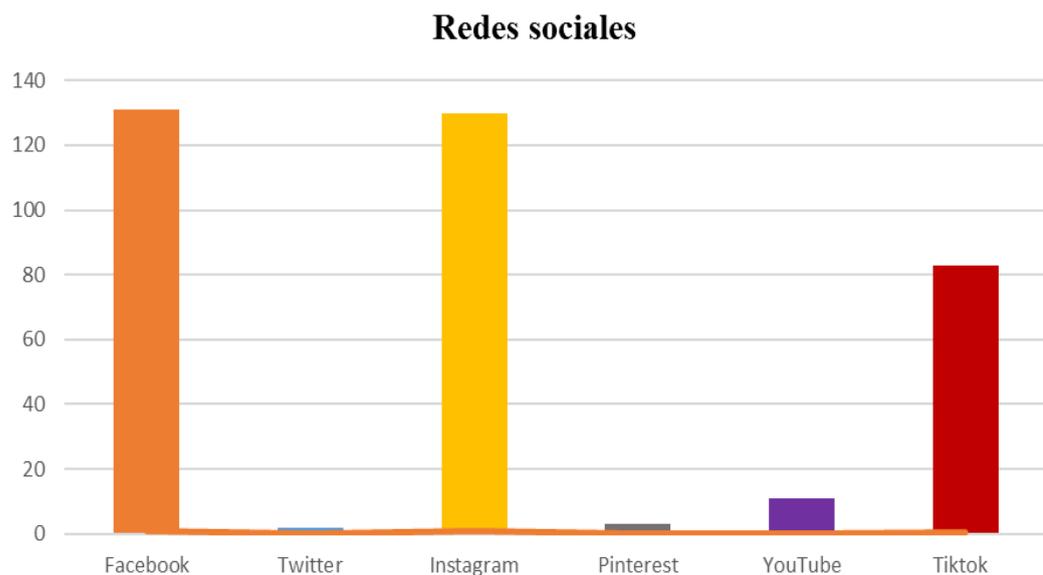


Según los datos obtenidos, un 64,3% están interesado en descuentos en servicios específicos. Un 63,7% en Promociones por días especiales. En promociones por lealtad para clientes habituales un 46,5%. Y en paquetes de servicios combinados a precios especiales obtienen un 45,9%.

10. ¿En qué redes sociales preferirías buscar información sobre el spa "Las Rosas" y sus servicios? (Selecciona todas las que apliquen)

<b>Factores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Facebook	131	83,4%
Twitter	2	1,3%
Instagram	130	82,8%
Pinterest	3	1,9%
YouTube	11	7%
Tiktok	83	52,9%

*Fuente: Elaboración propia*



Los resultados de la encuesta muestran que el medio que prefieren para buscar información sobre el spa "Las Rosas" son Facebook con un 83,4% de las respuestas,

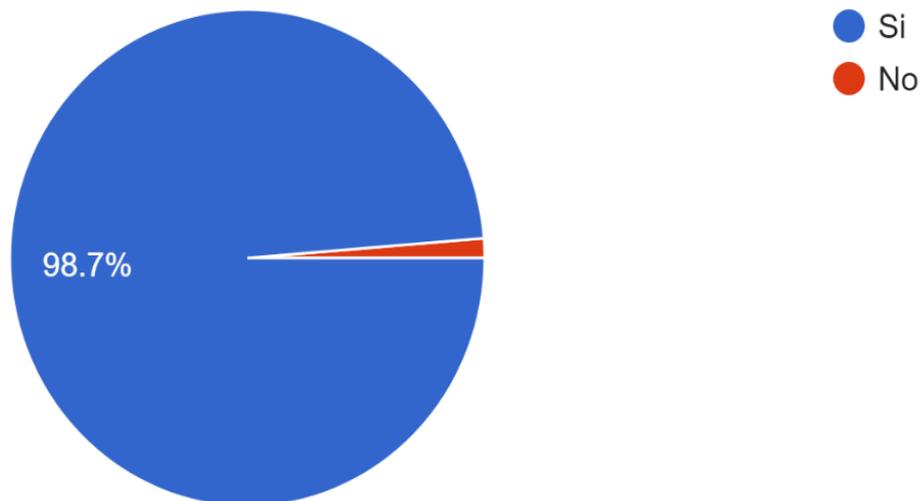
seguido de Instagram con una selección de 82,8%. Tiktok con un 52,9%. Un 7% en YouTube. Un 1,9% en Pinterest. Por último, el 1,3%. en Twitter. Lo cual es necesario mantener fuerte presencia en redes sociales, especialmente en Facebook, Instagram y Tiktok para llegar a un público interesado en el spa “Las Rosas”.

11. Considerando que el spa "Las Rosas" ofrece una experiencia de spa excepcional basada en tus preferencias, ¿estarías dispuesta a visitar el spa en un futuro cercano?

<b>Factores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Si	155	98,7%
No	2	0,3%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>157</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Elaboración propia*

### **Intención de visitar el spa “Las**



Según los resultados indican una fuerte disposición a visitar el Spa "Las Rosas" en un futuro, con un 98.7%. Y de solo un mínimo 0.3% indicó que no estaría dispuesto a visitar el spa en un futuro.

## Cotización Audiovisual

**COTIZACIÓN DE CREACIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL****EMPRESA:**

-SPA LAS ROSAS

Se desarrollarán contenidos audiovisuales modernos con temáticas y estilos actuales, separando los contenidos de acuerdo a cada plataforma (Facebook, Instagram

PAQUETES	CONTENIDO	COSTOS
SERVICIOS UNITARIOS	Spot o videos publicitarios	400 Bs.
	Videos con animación e historias	50 a 250 bs
PAQUETE N°1	2 sesiones mensuales. contenido video a disposición acorde a la campaña y secciones. Plus: contenido adicional para redes sociales acorde a la campaña	1000 bs mensual
PAQUETE N°2	Elaboración de plan de contenidos para todo el mes Coberturas ilimitadas a coordinar horarios. Disposición ilimitada todo el mes a coordinar horarios. Contenido adicional de la empresa por productor, hyperlapses, reels, tiktoks, etc.	1700 bs mensual