

## 12. Anexos

### Anexo A-Encuesta Validación Producto

La encuesta se realizó a basados en la muestra poblacional de la localidad de Chapinero que de acuerdo con la ficha de la Veeduría Distrital de la localidad de Chapinero de 2018 tiene 126.192 habitantes.

$$\text{Tamaño de muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N}}$$

N= tamaño de la población = 126.192 habitantes

z= nivel de confianza= 98%=1.96

p= probabilidad de éxito= 50%

e = probabilidad de fracaso= 9%

El resultado dio como muestra poblacional 118 encuestas.

#### 1. Sexo:

Femenino

Masculino

#### 2. Rango de edad:

15-24

25-39

40-53

54-72

>73

3. Estudios:

Bachillerato

Pregrado

Especialización

Maestría

Otro

4. Estrato:

1

2

3

4

5

6

5. Estructura Familiar

Solo/a

Matrimonio o pareja

Padre/Madre e hijos

Solo/a con hijos

Otros

6. ¿Cuáles son las características del establecimiento donde compra alimentos frescos?

	Alimentos frescos	Frutos secos	Pastas, Granos Arroz, Cereales	Aseo Personal	Aseo para el Hogar
Tienda de Barrio					
Plaza de Mercado					
Hipermercado (Éxito, Carrefour)					
Discount (Dl. Ara. Justo y Bueno)					
Tienda Especializada					
Comercio Online					

Fuente: Los Autores

7. ¿Cómo se desplaza al establecimiento que más frecuenta?

Vehículo privado

Transporte Público

Caminando

8. Frecuencia de compras de alimentos

	Alimentos frescos	Frutos secos	Pastas, Granos Arroz, Cereales	Aseo Personal	Aseo para el Hogar
Diaria					
1 o 2 veces por semana					
Quincenal					
Mensual					
Ocasionalmente					
Otro					

Fuente: Los Autores

9. Enumere por importancia de 1 a 5, siendo 5 lo más importante, los siguientes criterios a la hora de hacer compras de alimentos

Precios

Calidad

Variedad

Cercanía

Comodidad

Servicio

10. Enumere por importancia de 1 a 5, siendo 5 lo más importante, los siguientes criterios a la hora de hacer compras de aseo personal

Precios

Calidad

Variedad

Cercanía

Comodidad

Servicio

11. ¿Planea sus compras mensuales?

Si

No

Ocasionalmente

12. Está consciente que muchos de los productos que adquiere en un supermercado son empacados en plástico u otros materiales que terminan desechados sin posibilidad de ser reciclados ¿Entonces, se sentiría cómodo realizando sus compras en un mercado que venda los productos a granel para minimizar los residuos que genera?

Si

No.

Tal vez.

13. ¿Se sentiría cómodo realizando sus compras llevando su propio envase para minimizar los residuos que genera?

Si.

No.

Tal vez.

14. Marque los productos que llevaría en empaques propios.

Frutas y verduras.

Pastas, Granos, Arroz, Cereales.

Productos de Aseo Personal (shampoo, cremas, etc).

Productos de Limpieza para el Hogar (lavaloz, limpia piso).

Leche y derivados.

Proteína (carne, pollo, pescado).

Té y otras Bebidas.

15. Los productos que no marcó en el punto anterior, ¿Por qué razón no los llevaría?

Marque las respuestas que considere necesarias:

Comodidad, precio, higiene, calidad del producto

	Comodidad	Higiene	Precio	Calidad del producto
Frutas y Verduras				
Pastas, Granos, Arroz, Cereales				
Productos de Aseo Personal (shampoo, cremas, etc)				

Productos de Limpieza para el Hogar (lavalozas, limpia piso)				
Leche y derivados				
Proteína (carne, pollo, pescado)				
Té y otras Bebidas				

Fuente: Los Autores

16. ¿Por qué tipo de productos pagaría un poco más por ser más amigables con el medio ambiente?

Frutas y verduras

Pastas, Granos, Arroz, Cereales

Productos de Aseo Personal (shampoo, cremas, etc)

Productos de Limpieza para el Hogar (lavalozas, limpia piso)

Leche y derivados

Proteína (carne, pollo, pescado)

Té y otras Bebidas

17. ¿Cómo percibe un establecimiento cuyos productos se encuentran dispuestos en envases de vidrio de manera organizada?

18. ¿Llevaría sus residuos a un lugar para acumular puntos y así tener descuentos en futuras compras? Esto implica almacenarlos para después transportarlos a lugares determinados.

Si.

No.

Muy complejo.

## Anexo B-Productos a comercializar

Categoría	Producto	Unidad	Peso	Rotación mensual
<b>Pan y Cereales</b>	Pastas largas	gr	500	1,00
	Pastas cortas	gr	500	1,00
	Avena de maíz	gr	500	0,50
	Harina de maíz	gr	500	1,00
	Cereal	gr	500	1,00
	Granola	gr	500	1,00
<b>Leche y queso</b>	Leche larga vida	litros	1	2
	Leche deslactosada	litros	1	2
	Queso campesino	gr	500	2
	Mozzarella tajada	gr	500	2
	Yogurt	gr	1000	1
<b>Aceites y grasas</b>	Aceite de canola	litros	1	0,20
	Aceite de oliva	litros	1	0,20
	Aceite de girasol	litros	1	0,40
	Aceite vegetal	litros	1	0,20
<b>Azúcar</b>	Panela	gr	1000	1
	Mermelada	gr	250	1
	Chocolate	gr	500	1
	Sal	gr	1000	1
<b>Condimentos y hierbas culinarias</b>	Color	gr	50	1
	Canela	gr	50	1
<b>Frutas</b>	Durazno	gr	80	3
	Naranjas	gr	200	3
	Bananos	gr	100	4
	Limonas	gr	40	1
	Arándanos	gr	150	1
	Kiwi	gr	70	1
	Mandarinas	gr	100	1
	Manzanas	gr	200	4
	Mangos	gr	300	3
	Uvas (verdes y rojas)	gr	250	2
	Fresas	gr	500	2
	Aguacate	gr	500	4
	Sandia	gr	1000	2
	Piña	gr	600	2
	<b>Granos</b>	Maíz Peto	gr	500
Frijol seco		gr	500	1
Lentejas		gr	500	1
Garbanzo		gr	500	1

	Arveja Seca	gr	500	1
	Arroz	gr	500	2
	Azúcar	gr	500	1
<b>Legumbres</b>	Plátano	gr	180	2
	Papa Pastusa	gr	150	4
	Papa Sabanera	gr	120	4
	Papa Criolla	gr	20	6
	Tomate Chonto	gr	170	2
	Tomate Cherry	gr	500	1
	Ajo	gr	200	1
	Cebolla cabezona	gr	250	2
	Cebolla larga	gr	100	2
	Habichuela	gr	500	1
	Yuca	gr	550	1
	Zanahoria	gr	100	4
	Arveja fresca	gr	500	1
	Mazorca	gr	300	1
	Lechuga Crespita	gr	300	2
	Espinaca	gr	40	1
	Cilantro	gr	60	1
	Berenjena	gr	160	1
	Pepino Cohombro	gr	300	1
	Pimentón	gr	150	2
<b>Frutos Secos</b>	Nuez Brasil	gr	500	1
	Maní Dorado sin sal	gr	500	1
<b>Otros</b>	Huevos Criollos	Und	1	4
<b>Artículos para el cuidado personal</b>	Aceites	ml	60	0,25
	Acondicionador 1	ml	500	0,20
	Acondicionador 2	ml	500	0,20
	Acondicionador 3	ml	500	0,20
	Agua Micelar	ml	500	0,25
	Cepillo de dientes	Und	1	1,00
	Champú con bálsamo	ml	500	0,25
	Crema dental	gr	250	1,00
	Crema de belleza 1	ml	100	0,20
	Crema de belleza 2	ml	100	0,20
	Crema de belleza 3	ml	100	0,20
	Desodorante para hombre o mujer 1	gr	50	0,13
	Desodorante para hombre o mujer 2	ml	100	0,13
	Desodorante para hombre o mujer 3	ml	50	0,13
	Desodorante para hombre o mujer 4	gr	50	0,13
	Exfoliantes 1	ml	80	0,13

Exfoliantes 2	ml	150	0,13
Gel	gr	60	0,17
Gel hidratante 1	ml	80	0,17
Gel hidratante 2	ml	80	0,17
Gel Liporeductor	ml	180	0,17
Jabón de tocador	gr	100	0,20
Jabón de tocador en barra 1	gr	150	0,20
Jabón de tocador en barra 2	gr	150	0,20
Jabón líquido 1	ml	1000	0,20
Jabón líquido 2	ml	1000	0,20
Maquillaje	ml	15	0,20
Mascarillas 1	gr	200	0,25
Mascarillas 2	gr	200	0,25
Perfume para mujer	ml	5	0,25
Shampoo 1	ml	300	0,04
Shampoo 2	ml	300	0,04
Shampoo 3	ml	300	0,04
Shampoo 4	ml	300	0,04
Shampoo 5	ml	400	0,04
Shampoo 6	ml	200	0,04
Shampoo 7	ml	200	0,04
Shampoo 8	ml	150	0,04
Shampoo 9	ml	151	0,04
Shampoo 10	ml	400	0,04
Shampoo 11	ml	385	0,04
Shampoo 12	ml	385	0,04

---

Fuente: Los autores

## Anexo C-Competidores

COMPETENCIA	PRODUCTO	RANGO DE PRECIOS	CUALIDAD	SERVICIO	REPUTACION DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION	ESTRATEGIAS DE COMUNICACION	POSICIONAMIENTO	PUNTOS FUERTES / DEBILES
GASTRONOMY	FRUTAS Y VERDURAS	\$8.700 – \$17.200	SATISFACE AL CLIENTE SI				MARKETING DE RECOMENDACION ✓	RELACIONES PUBLICAS TRADICIONALES Y DIGITALES ✓		<p><b>PUNTOS DEBILES:</b> 1) No manejan rangos de los shop online en su pagina web. Únicamente por Rappi. 2) No venden aseo.</p> <p><b>PUNTOS FUERTES:</b> 1) Dicen cosas para tratar temas sobre la buena alimentación. 2) Suben recetas en sus diferentes paginas en las cuales se median a comprar sus productos.</p>
	BEBIDAS Y LACTEOS	\$4.200 – \$20.000					MARKETING DIGITAL ✓	MARKETING DIGITAL (CHAT-LAMADAS-WEB) ✓		
	FRUTOS SECOS	\$2.900 – \$24.400	CUMPLE CON LAS NORMAS SI	BUENO	★★★★	TIENDA FISICA	PROMOCION DE VENTAS ✓ CLICCHAPPI ✓	REDES SOCIALES ✓ PERIODISMO DE MARCA: ✓ MARKETING CONTENIDO (BLOG) ✓ STORY TELLING ✓ FOLLETOS X	PUNTO FISICO + RAPPI	
LA TORTUGA Y LA LEBRE			SATISFACE AL CLIENTE SI				MARKETING DE RECOMENDACION ✓	RELACIONES PUBLICAS TRADICIONALES Y DIGITALES ✓		<p><b>PUNTOS DEBILES:</b> 1) Manejan pocos artículos dentro de las categorías que ofrecen. 2) No se observan reviews de los clientes.</p> <p><b>PUNTOS FUERTES:</b> 1) Fidedad de pagos online. 2) Excelente presentación de los productos. 3) Aunque no cuentan con punto físico, dan la posibilidad de recoger en una dirección en el norte de Bogotá.</p>
	CUIDADO PERSONAL	\$1.000 – \$50.000	CUMPLE CON LAS NORMAS SI	BUENO	★★★★★	PLATAFORMA ONLINE	MARKETING DIGITAL ✓ PROMOCION DE VENTAS ✓	REDES SOCIALES ✓ PERIODISMO DE MARCA: ✓ MARKETING CONTENIDO (BLOG) ✓ STORY TELLING ✓ FOLLETOS X	WEB	
TOLA MARKET	BEBIDAS Y LACTEOS	\$4.200 – \$20.000	SATISFACE AL CLIENTE SI				MARKETING DE RECOMENDACION ✓	RELACIONES PUBLICAS TRADICIONALES Y DIGITALES ✓		<p><b>PUNTOS DEBILES:</b> 1) Solo hacen envíos los días Martes y Jueves.</p> <p>2) No tienen la categoría de frutas, verduras y yemas. 3) No se ven los</p> <p><b>PUNTOS FUERTES:</b></p> <p>1) Tienen recetas. 2) Buen uso de las redes</p>
	FRUTOS SECOS	\$3.300 – \$27.400	CUMPLE CON LAS NORMAS SI	REGULAR	★★★★	PLATAFORMA ONLINE	MARKETING DIGITAL ✓ PROMOCION DE VENTAS X	REDES SOCIALES ✓ PERIODISMO DE MARCA: ✓ MARKETING CONTENIDO (BLOG) ✓ STORY TELLING ✓ FOLLETOS X	WEB	

Fuente: Los autores