

PLAN DE NEGOCIOS ECOMARKET

MARTHA CAROLINA CALDERÓN AMÓRTEGUI

SERGIO ANDRÉS PACHÓN OLAYA

MARGARITA MARÍA VERA RIVERA

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESPECIALIZACIÓN EN INNOVACIÓN Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

PROMOCIÓN 24

BOGOTÁ D.C. 2021

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVOS	4
MARCO TEÓRICO	4
MARCO METODOLÓGICO	7
ANÁLISIS DE RESULTADOS	9
REVISIÓN DEL MERCADO	13
ECOMARKET	17
ANÁLISIS FINANCIERO	32
CONCLUSIONES	35
ANEXOS	35
BIBLIOGRAFÍA	36

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de grado se enmarca dentro de los procesos de emprendimiento liderados por el programa de especialización en innovación y desarrollo de negocios de la Universidad Externado de Colombia, y busca revisar la viabilidad de implementar un emprendimiento mediante la revisión del mercado donde se va a desarrollar, los procesos necesarios para poder ejecutar la idea, el análisis financiero que permitirá establecer la cantidad de dinero requerida para la inversión, mantenimiento y retorno de la misma, así como un análisis detallado del entorno y el diseño de un instrumento (encuesta) con el que se pretende determinar el comportamiento de nuestros clientes objetivo, sus necesidades, etc., y lo más importante nos proporcionará información importante sobre el grado de intención de las personas a cambiar parte de sus hábitos de manejo de residuos en pro de contribuir con el cuidado del medio ambiente, mientras recibe algunos beneficios a cambio.

Nuestro proyecto se apoya en una de las tendencias que cada vez está tomando mayor relevancia a nivel mundial, el cuidado del medio del ambiente; para nadie es un secreto que si no encontramos la forma de disminuir el impacto generado por el uso inadecuado de los residuos, el día de mañana ya no va a ser posible encontrar el sustento necesario para poder subsistir. Sin embargo, para obtener todos los cambios necesarios en pro del medio ambiente, se considera importante reforzar la cultura en cuanto a la importancia del correcto aprovechamiento de los residuos y para esto encontramos que una forma de hacerlo es otorgando a las personas un beneficio tangible por su contribución con este proceso, es decir convertir estos materiales aprovechables en una nueva forma de pago ya que en nuestros establecimientos será posible comprar productos de primera necesidad con estos residuos.

Aunque nuestro proyecto tiene como objetivo principal aportar con el cuidado de nuestro entorno, para que sea autosostenible y aprovechando la experiencia que tiene el equipo en las industrias farmacéuticas y de venta de productos al por menor, hemos decidido diseñar establecimientos de venta de medicamentos y productos de primera necesidad donde una de las formas de pago por

la compra de los productos sea el material reciclable aprovechable, convirtiéndonos en intermediarios en el proceso de reutilización de residuos.

OBJETIVOS

1. Establecer la viabilidad de implementación del proyecto EcoMarket.
2. Conocer y desarrollar el plan de negocios como medio para presentar proyectos de inversión.
3. Evaluar los hábitos de consumo de nuestros clientes potenciales a través del diseño de un instrumento de investigación de mercados.
4. Determinar el potencial real del proyecto EcoMarket.

MARCO TEÓRICO

Desde su invención, el plástico ha permitido a la humanidad realizar inmensos avances en campos como la tecnología, la medicina, la industria automotriz y aérea, la agricultura y la industria de la moda, entre otras; este derivado fósil ha transformado y ayudado a construir el estilo de vida que hoy tenemos.

El hecho de que los plásticos son útiles y aplicables a prácticamente todas las industrias ha generado una demanda considerable que se traduce en una producción masiva de estos materiales. Según lo descrito por (1) la producción del plástico a nivel mundial ha aumentado un promedio anual de 8,5% desde 1950, produciendo entre 2016 y 2017 348 millones de toneladas métricas.

En Colombia, según datos de la Superintendencia de Servicios Públicos, en el año 2017 la generación de residuos en Bogotá fue de 2.2 millones de toneladas, lo equivalente al 21% del total de lo dispuesto en el país; por su parte Cali, Medellín y Barranquilla generaron en promedio 657

mil toneladas de residuos en el mismo periodo de tiempo y; ciudades como Cartagena, Bucaramanga, Santa Marta y Pasto generaron en promedio 200 mil toneladas. Así mismo, según el estudio cada hogar colombiano genera casi 4.5 kilos de basura al día y, cada 24 horas, solo en Bogotá, se eliminan casi 6.300 toneladas de residuos (2).

Desafortunadamente estos materiales no son biodegradables, por lo que la sobreproducción sumada a los deficientes sistemas de recolección y procesamiento y la falta de cultura del reciclaje, se ve reflejada en millones de toneladas de residuos plásticos alrededor del mundo, principalmente en los océanos afectando considerablemente este ecosistema. Estos materiales una vez son depositados en los océanos, por acción física son convertidos en microplásticos (partículas de menos de 5 mm de diámetro) los cuales se han detectado en plankton, ballenas, comida de mar y hasta en el agua (3). Estos, junto con los residuos plásticos de tamaño real están causando alteraciones en el ecosistema marino y la muerte de cientos de animales por ahogamiento o hambre (3)

Según lo descrito por (National Geographic (4)):

- Cada año, alrededor de 8 millones de toneladas de desechos plásticos se desechan a los océanos desde las naciones costeras. Eso es el equivalente a colocar cinco bolsas de basura llenas de basura en cada metro de costa en todo el mundo.
- Los plásticos a menudo contienen aditivos que los hacen más fuertes, flexibles y duraderos. Pero muchos de estos aditivos pueden prolongar la vida útil de los productos si se convierten en basura, y algunas estimaciones oscilan al menos en 400 años para descomponerse.

Recientemente la Organización Mundial de la Salud (OMS) lanzó una alerta sobre la omnipresencia de los microplásticos y los efectos dañinos que este podría tener sobre la salud humana, ya que se han detectado estos materiales en frutas, hortalizas, agua, entre otros insumos de consumo humano (4). Esto indica la magnitud del problema que los plásticos representan, ya

que se han convertido en un problema de salud pública al cual se le debe prestar la adecuada atención.

Esta situación llevó a organizaciones como la ONU a tomar acciones y empezar a construir un camino colectivo que permita elaborar regulaciones para reducir el consumo de plástico. Fue así como en 2019, 170 países se comprometieron a reducir significativamente su consumo de plástico para el 2030 (5).

A nivel local, en Colombia, ya se está empezando a trabajar en la reducción del consumo de plástico a través de mecanismos legales como la resolución 1558 de 2019 “por la cual se prohíbe el ingreso de plásticos de un solo uso en las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales Colombia y se adoptan otras disposiciones”, y el proyecto de prohibición y sustitución de plásticos de un sólo uso.

Así mismo, las compañías multinacionales le han puesto el ojo a esta problemática implementando políticas que permitan reducir el consumo de plástico como es el caso de Henkel y Plastic Bank en Haití (6).

Si bien, las medidas gubernamentales y las políticas de las compañías ayudan a reducir el consumo de plástico no representan la solución al problema, ya que como se habló anteriormente, la falta de educación y cultura del reciclaje y disposición correcta de los residuos ha facilitado el estado actual de la situación, es por esto que a través de EcoMarket buscamos no solo recuperar y disponer adecuadamente los residuos plásticos sino también colaborar en la construcción colectiva de la cultura del reciclaje para tratar el problema desde su raíz.

Para el análisis estratégico utilizaremos dos herramientas ampliamente conocidas:

1. Análisis de las cinco fuerzas del mercado de Porter:

El principal objetivo de este análisis es buscar las oportunidades e identificar las amenazas para las empresas ya ubicadas en una industria y para aquellas que planean ingresar. Así, se determinan sus capacidades para obtener ganancias (26). El análisis se realiza con base en las cinco fuerzas existentes (26):

- Intensidad de la competencia actual.
 - Competidores potenciales.
 - Productos sustitutivos.
 - Poder de negociación de los proveedores.
 - Poder de negociación de los clientes
2. Matriz DOFA: a través de esta herramienta se pretende analizar las oportunidades y amenazas (factores externos del sector) y debilidades y fortalezas (internas) para establecer las estrategias más adecuadas a seguir y garantizar el cumplimiento de los objetivos trazados para ECOMARKET.

MARCO METODOLÓGICO

De acuerdo con TrendHunter(16) existe una megatendencia global llamada Naturalidad a través de la cual los consumidores con mentalidad social buscan conexiones con experiencias y productos que los conecten con cosas más grandes e importantes. Así mismo, TrendHunter reporta que esta megatendencia es popular en américa del sur en hombres y mujeres en las edades entre la infancia y la adultez media.

Se evidencia la necesidad de evaluar la disposición que tienen las personas en asumir nuevas formas de pago, construir el perfil de futuros clientes potenciales y verificar la viabilidad del negocio; por tal razón se decide construir una encuesta como instrumento de investigación de mercado que permitirá vislumbrar posibles escenarios y atender a las principales necesidades encontradas.

El instrumento construido por los investigadores permitirá recoger una serie de datos e información vital para identificar la disposición de nuevos métodos de pago, la construcción del perfil en futuros clientes potenciales que harán parte del proceso investigativo, en ese sentido buscamos atender y ubicar tres aspectos de información fundamental, el sociodemográfico, el cultural, y de proyección.

El primer aspecto busca recopilar una serie de datos que nos permitan conocer el género, la edad, el estrato social y localidad de los encuestados. El segundo aspecto se ocupará de la información concerniente a nivel cultural, en términos de hábitos de consumo y disposición de materiales reciclables tanto en lo personal como la percepción que se tiene en el escenario comunitario, buscando identificar patrones de comportamiento y consumo.

Finalmente, el tercer aspecto se concentra en conocer la disposición y proyección que hay frente a utilizar diferentes medios de pago por algún beneficio en específico, el cual nos permitirá identificar la viabilidad del proyecto y disponer de diferentes acciones para robustecer y fortalecer el proyecto.

En términos generales se presenta la ficha técnica de la encuesta denominada “ECOMARKET”

Objetivo del estudio: Identificar el perfil, rol, comportamiento e intención de cambio en clientes objetivo frente a la posibilidad de adquirir nuevos hábitos de pago por medio de elementos reciclables, con el fin de contribuir con el cuidado del medio ambiente.

Población objetivo: Hombres y mujeres mayores de edad, residentes de la ciudad de Bogotá.

Tipo de muestra: Aleatoria simple.

Tamaño de la población: 5726266

Nivel de confianza: 90%

Margen de error: 50%

Tamaño de la muestra: 314

Técnica de recolección: La encuesta se realizó de manera virtual por medio de un link de participación y registro.

Periodo de ejecución: En forma continua desde el 20 de abril de 2021 hasta el 16 de mayo del 2021.

Realizada por: Equipo de investigadores.

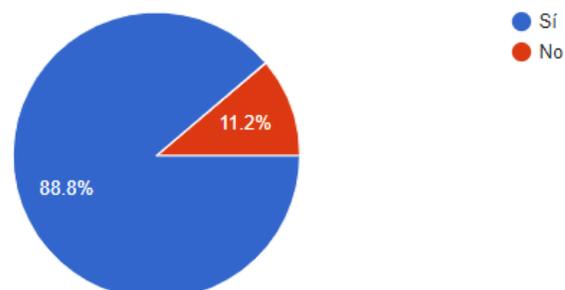
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez analizada la encuesta se evidencia que el 88,8% de las personas encuestadas reciclan en su hogar (ver gráfico 01), lo que demuestra que cada vez más hay mayor compromiso con el cuidado del medio ambiente permitiendo que iniciativas como ECOMARKET tomen mayor relevancia y puedan ser una alternativa viable para la adquisición de medicamentos.

Gráfico 01: Resultados de la pregunta ¿Reciclas en tu hogar?

¿Reciclas en tu hogar?

295 respuestas

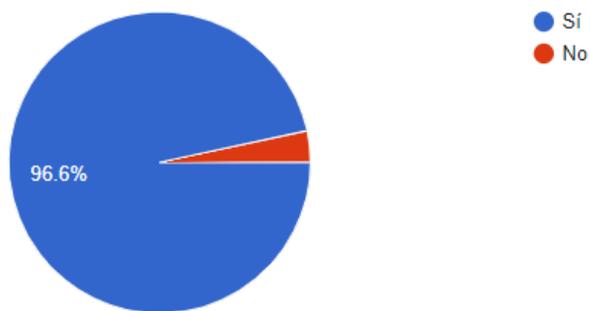


Esto también se ratifica si tenemos en cuenta que del total de los encuestados el 96,6% estaría dispuesto a pagar este tipo de productos con material reciclaje (ver gráfico 02).

Gráfico 02: Resultados de la pregunta ¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera necesidad con el material que reciclas?

¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?

295 respuestas



Y el 21,4% (ver gráfico 03) considera que una buena alternativa de pago podrían ser tarjetas regalo, este punto es interesante porque nos permite considerar una forma de pago alternativa a la considerada inicialmente (efectivo y/o medicamentos) y también podría constituirse en uno de los productos que podríamos ofrecer en los establecimientos de ECOMARKET.

Gráfico 03: Resultados de la pregunta Si pudieras reciclar ¿Qué beneficio preferirías recibir?

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?

295 respuestas



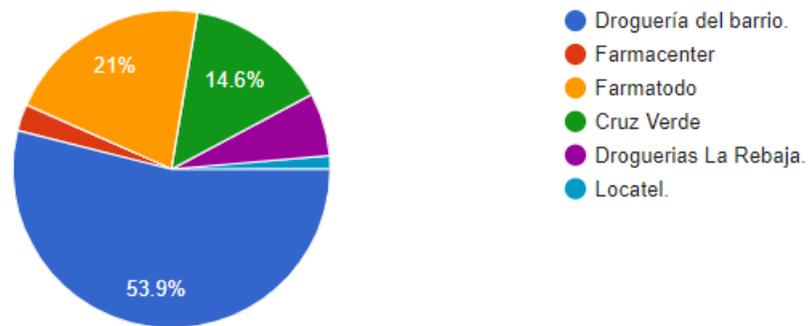
En cuanto al lugar donde las personas adquieren los medicamentos y elementos de droguería, observamos que el 53.9% prefiere las droguerías de barrio (ver gráfico 04) siendo predominante

este comportamiento en personas de estratos 3 y 4; de hecho, es interesante ver cómo a medida que el estrato disminuye las personas prefieren dirigirse a droguerías de barrio que a establecimientos de grandes superficies como Farmatodo, Cruz Verde, etc. Lo que indica que una buena estrategia podría ser la de adoptar los formatos de los hard discounters pero para droguerías, donde se ofrecen productos de calidad a un buen precio.

Gráfico 04: Resultados de la pregunta ¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a?

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :

295 respuestas

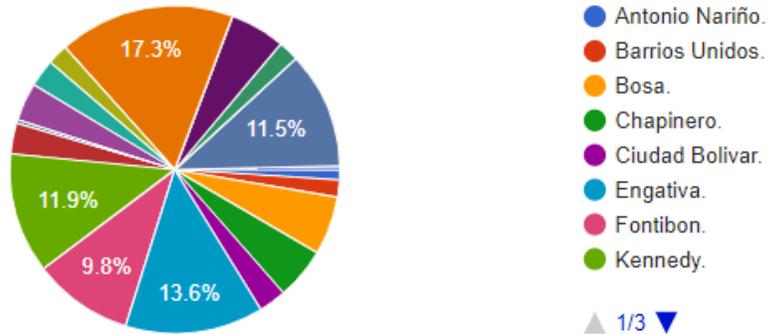


Esta encuesta también nos permite ver que las localidades donde más se recicla son Engativá, Fontibón, Kennedy y Suba (ver gráfico 05), localidades donde habitan personas de todos los estratos y que pueden ser un buen referente para colocar los primeros ECOMARKET; sin embargo, al ser tan grandes y diversas, consideramos necesario llevar a cabo otra evaluación un poco más detallada a nivel de los barrios con el fin de determinar la mejor ubicación para nuestras tiendas.

Gráfico 05: Resultados de la pregunta ¿De qué localidad?

¿De qué localidad?

295 respuestas

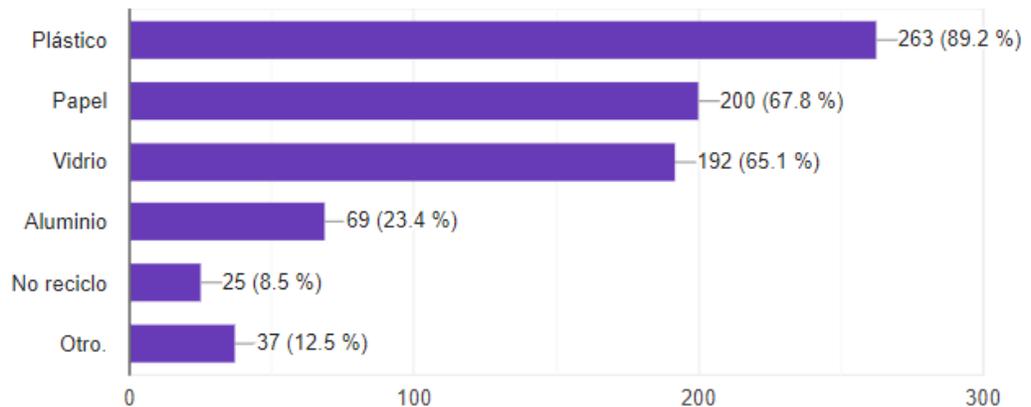


Con respecto a los materiales que más reciclan los bogotanos vemos que son plástico, vidrio y papel (ver gráfico 06).

Gráfico 06: Resultados de la pregunta ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar?

En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.

295 respuestas



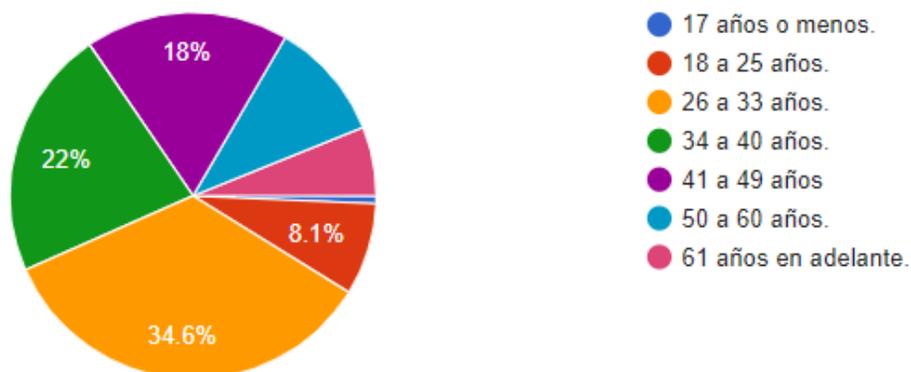
Lo que muestra que como primera etapa podemos contemplar como principal fuente de reciclaje el plástico, en este sentido debemos considerar alternativas para su manejo ya que por ser un material que ocupa tanto espacio, es necesario ubicar en los ECOMARKET dispositivos de corte que permitan reducir su tamaño y puntos de acopio que favorezcan su almacenamiento. También es importante comenzar a desarrollar alianzas estratégicas con los proveedores que hacen la disposición final de este material.

Por último se identificó que la mayoría de personas que reciclan están en el rango de 25 a 45 años (ver gráfico 07), personas jóvenes a las cuales podemos llegar principalmente con estrategias de comunicación digitales y medios masivos como la televisión y la radio.

Gráfico 07: Resultados de la pregunta ¿Cuántos años tienes?

¿Cuántos años tienes?

295 respuestas



Los datos primarios y resultados de la encuesta ECOMARKET se encuentran descritos en el Anexo 1. Instrumento ECOMARKET

REVISIÓN DEL MERCADO

1. INDUSTRIA:

Descripción:

Nuestro segmento está compuesto por personas que compran en cadenas de mercado mixto de droguerías y tiendas tipo supermercado.

Tamaño del sector:

1. Población:

Según la Encuesta Multipropósito de 2017, viven en el estrato 1, 2 y 3 hasta 6,9 millones de personas (86,04%) (7).

2. Participación en el mercado:

Como principales competidores tenemos (ver gráficos 08 y 09) a Farmacenter, Cruz Verde, Drogas la Rebaja, entre otros (8), (9), (10), (15).

Gráfico 08: Negocio de las droguerías en Colombia

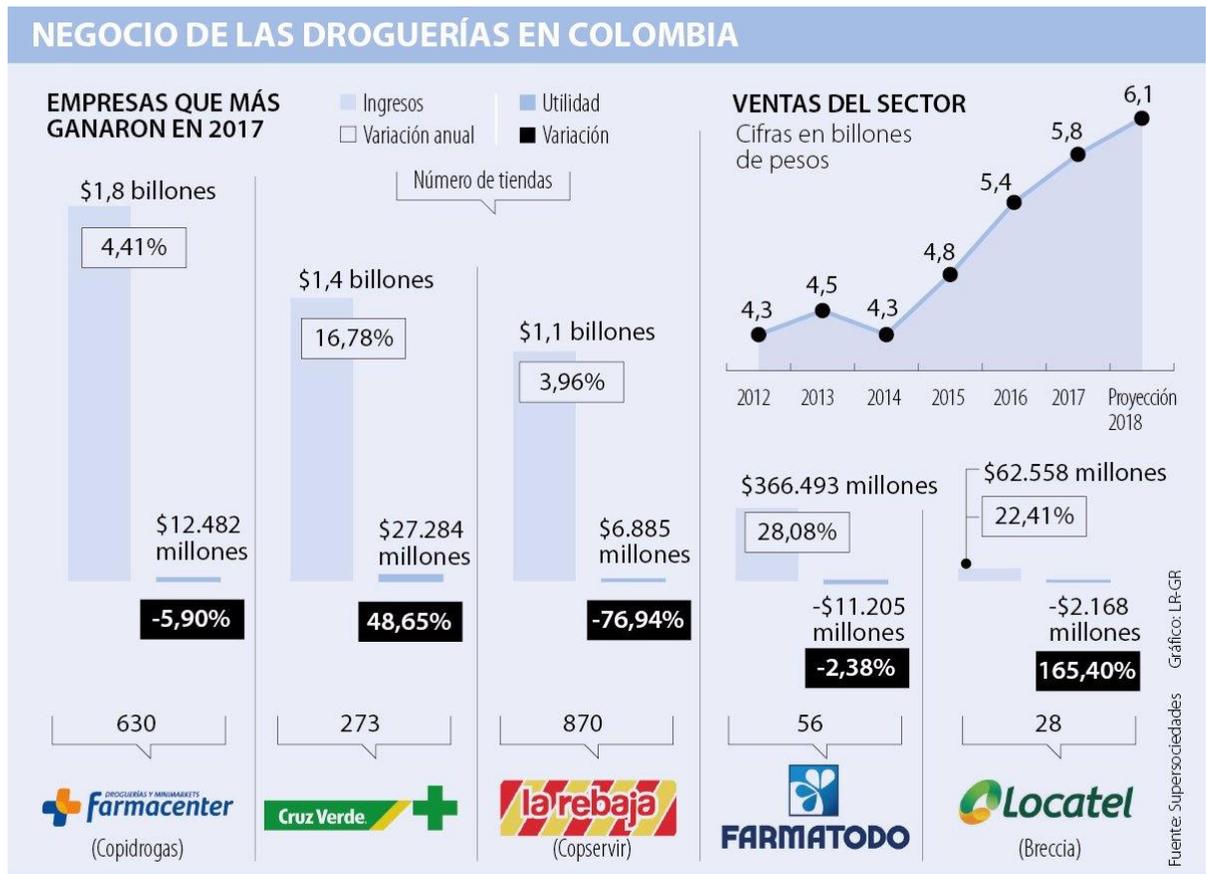
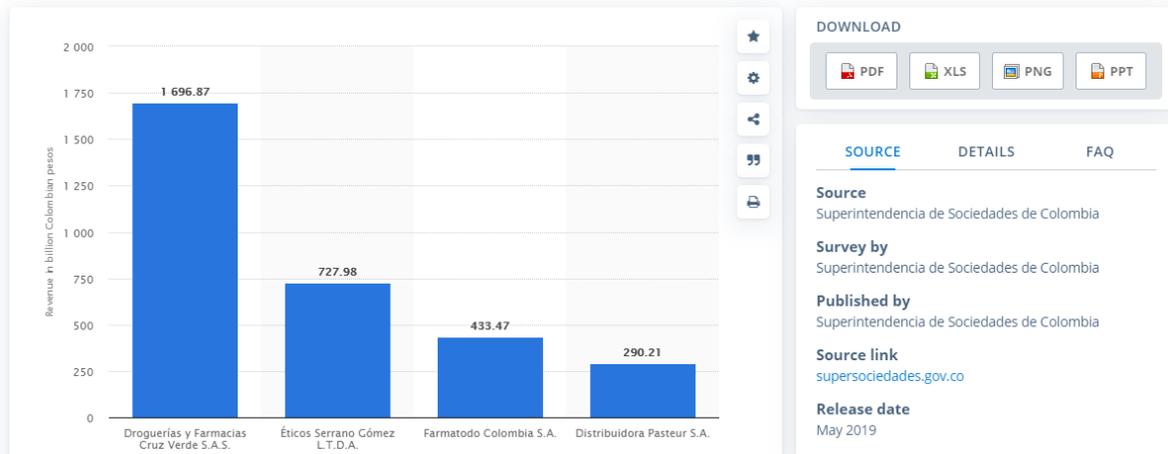


Gráfico 09: Principales tiendas farmacéuticas y cosméticas en Colombia

Leading pharmaceuticals and cosmetics retailers in Colombia in 2018, by revenue

(in billion Colombian pesos)

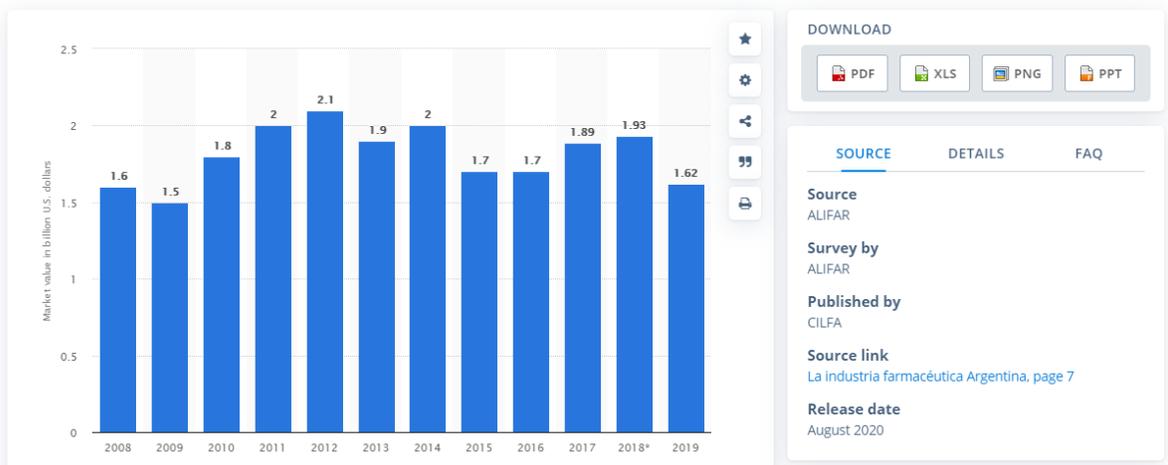


Este sector muestra un sólido crecimiento en ventas desde el 2014 (ver gráfica 10) y se espera continúe con este comportamiento a pesar que en el 2019 mostró un ligero decrecimiento (14):

Gráfico 10: Valor del mercado de la industria farmacéutica en Colombia

Market value of the pharmaceutical industry in Colombia from 2008 to 2019

(in billion U.S. dollars)



Según nuestra experiencia, tenemos el insight y formulamos la hipótesis de que cada vez más las personas buscan encontrar todos los productos de primera necesidad en el mismo lugar. Adicional se consideran los siguientes puntos claves:

- Los establecimientos de las cadenas de mercado mixto de droguerías: cuentan con el tráfico hacia los productos indispensables de la sección de medicamentos de venta con

prescripción y exponen al cliente en el camino al surtido de otras categorías relacionadas con la salud y el bienestar, aprovechando así la tendencia creciente hacia el autocuidado.

- De la misma manera, ponen a la mano del comprador bebidas, snacks o productos de abastecimiento frecuente.

De igual forma se identificó que las cadenas de droguerías de autoservicio están incluyendo dentro de su estrategia otras herramientas de conveniencia como plataformas de servicio a domicilio que ofrecen tiempos de entrega mejores, compras online, promoción en medicamentos con prescripción, horarios extendidos, e incluso, incorporando dinámicas propias de otros canales como las cadenas, que desarrollan campañas especiales de temporada (11), (12), (13).

2. COMPETENCIA

2.1. En el segmento del tratamiento del material aprovechable:

Encontramos una empresa en Colombia que fabrica las máquinas donde se depositan los envases que van a ser reciclados, Reverse Vending Machines, y a cambio entrega bonos de descuento en almacenes aliados o dinero a través de la plataforma Nequi, la empresa se llama A.G Corp S.A.S y aparece clasificada como una empresa de publicidad que durante el 2019 tuvo una utilidad bruta de aproximadamente 260 MCOP. Tiene dos tipos de máquinas una denominada EcoBot donde se pueden entregar envases de plástico y otra denominada EcoBox donde se pueden dejar plástico y otro tipo de materiales, como las latas de aerosol en una alianza que tienen con la empresa Unilever.

En cuanto al market share en este momento es la única empresa con este tipo de máquinas, lo que indica que tiene toda la participación de mercado. Su potencial es bastante bueno ya que esta empresa se encuentra en crecimiento, inició operaciones en Cali y ya tiene máquinas en Estados Unidos y Argentina.

Consideramos a EcoBox como un competidor directo en el sentido que cubre lo que estamos buscando en cuanto a utilizar el modelo negocio que se piensa implementar, donde existe un lugar donde se pueden dejar las botella y/o el material para reciclar y a cambio se entregan bonos y/o dinero; sin embargo, en nuestro caso la idea es que a cambio de ese material se puedan obtener descuentos o incentivar la compra de productos que estarán en los almacenes de comercio Al Por Menor De Productos Farmacéuticos y Medicinales, Cosméticos y Artículos de Tocador en Establecimientos Especializados que

pensamos montar, las cuales se encuentran en crecimiento en ventas de 6.1 billones de pesos según proyecciones para el 2018.

EcoBox y EcoBot tienen la ventaja que pueden hacer publicidad en el exterior de sus máquinas, se encuentran posicionados, tiene toda una infraestructura logística para funcionar, han establecido alianzas con empresas de diferentes sectores y tienen la desventaja que solo dependen de esos convenios y alianzas para funcionar, no tienen sitios propios.

ECOMARKET

1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Historia de la empresa

EcoMarket nace de la idea de buscar una alternativa que permita darle valor a todos los materiales reciclables que nadie quiere, convirtiéndolos en una forma de pago de productos de primera necesidad y asegurando que el proceso de disposición de estos materiales sea el correcto; con esto también buscamos generar conciencia y establecer una nueva cultura enfocada en el cuidado y protección del medio ambiente.

Actualmente nos encontramos en la búsqueda de inversionistas que nos apoyen y se convenzan de que el pago de productos con material reciclable contribuirá con la transformación del mundo.

Misión

EcoMarket S.A.S. es el líder en la creación y adopción de un nuevo sistema de pago a través del cual se pueden adquirir a un mejor costo, productos de primera necesidad por medio de materiales reciclables, contribuyendo con el cuidado y preservación del medio ambiente.

Visión

EcoMarket S.A.S. busca contribuir con la sostenibilidad del planeta diseñando una nueva forma de pago que genere valor y contribuya con la concientización del cuidado del medio

ambiente. Es así como, esperamos ser la primera droguería tipo autoservicio de latinoamérica que convierta el material reciclable en la única forma para adquirir productos.

Objetivos de ECOMARKET

1. Contribuir con el cuidado y preservación del medio ambiente por medio del reciclaje de plástico, papel, etc.
2. Permitir a las personas adquirir productos de primera necesidad pagándolos con material reciclable.
3. Promover conceptos ecológicos y de cuidado por el medio ambiente, sin desconocer las necesidades de las personas.
4. Facilitar la obtención y el intercambio de material reciclable por productos de primera necesidad, medicamentos o dinero a las familias colombianas.
5. Desarrollar el talento humano del equipo de trabajo para consolidarnos como líderes en este mercado y ser altamente rentables.

Constitución legal

ECOMARKET es una empresa constituida por una sociedad anónima con sede principal en Bogotá, cuenta con un equipo humano de 30 personas comprometidas con los objetivos de la organización.

Sedes proyectadas - Primera Fase (únicamente en la ciudad de Bogotá)

<u>Localidad</u>	<u>Cantidad</u>
Engativá	2
Fontibón	1
Kennedy	1
Suba	1

2. PROPUESTA DE VALOR

“Hacer del material reciclable una nueva forma de pago para transformar el mundo”

3. SERVICIOS

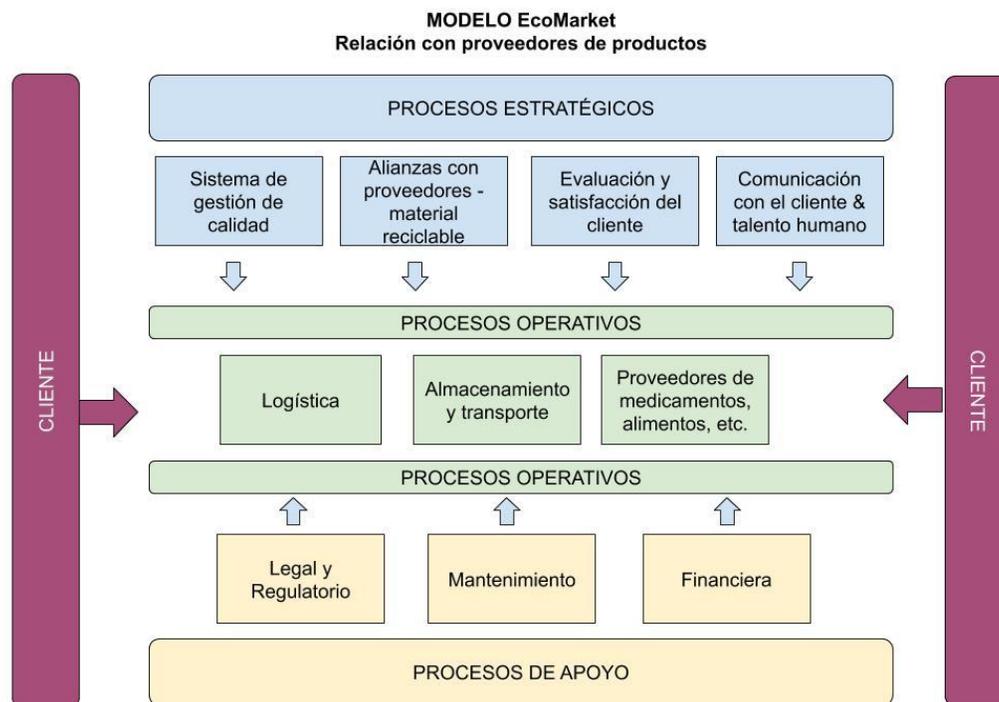
ECOMARKET comercializa productos de primera necesidad y medicamentos que pueden adquirirse a un mejor costo, con una alternativa de pago diferente y única como lo es el plástico, contribuyendo con el cuidado y la preservación del medio ambiente.

4. ESTRATEGIA

Descripción general de la estrategia:

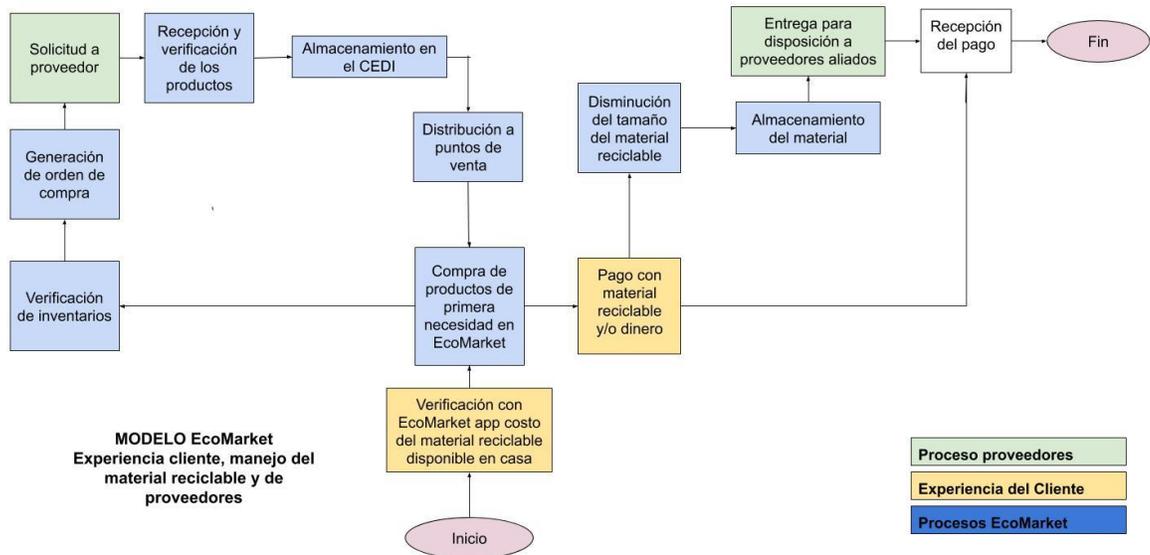
A continuación, se describen los procesos claves para la organización (gráfica 11):

Gráfico 11: Procesos claves ECOMARKET



En el siguiente mapa de procesos (ver gráfico 12) se observa la descripción general del proceso de compra, proveedores y puntos donde se recibe dinero:

Gráfico 12: Modelo ECOMARKET



1. Estrategia de proveedores:

La estrategia con los proveedores de bienes y servicios se basa en la construcción de socios estratégicos que le permitan a ECOMARKET mantener su competitividad en el mercado.

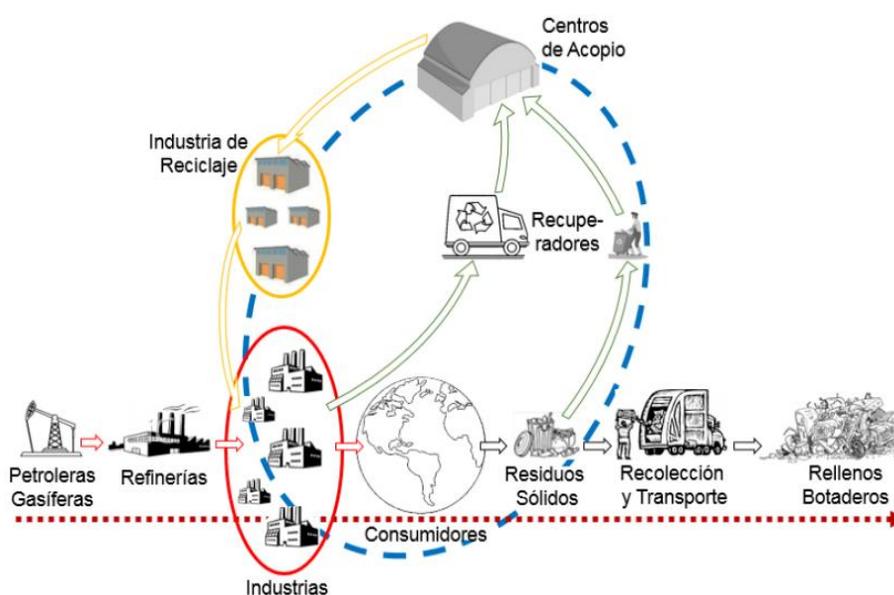
Para esto se establecieron los siguientes pilares en esta estrategia:

- Tener mínimo 2 proveedores por artículo, esto garantiza el suministro de los productos y el control de inventarios.
- Establecimiento de sistema de pago “Gana a Gana” con el proveedor
- Trabajar con proveedores que tengan certificado su sistema de gestión calidad.
- Establecimiento de KPIs con el proveedor.
- Evaluación de desempeño anual por proveedor.

2. Estrategia de gestión de clientes del material reciclable:

ECOMARKET dentro de la cadena de valor del material plástico (ver gráfico 13) actúa como recuperador, abarcando las actividades de recolección y separación de estos materiales, siendo los principales actores de este eslabón, recicladores de oficio organizados e independientes, organizaciones sociales, personal de servicios generales y de vigilancia, comercializadores con fuentes fijas, ONGs (18). Este material se vende, al precio del mercado, a las empresas que realizan el almacenamiento y pre-transformación del mismo.

Gráfico 13: Cadena de valor del material plástico (28)



Según el informe de 2019 de (19) Acoplástico, en Bogotá existen más de 200 empresas recicladoras de plástico post-consumo. Adicionalmente se identificó que 104 de esas empresas suelen comprar el plástico a sectores como cadenas de restaurantes, clínicas, comercializadoras, plazas de mercado y laboratorios (19).

Teniendo en cuenta lo anterior, se propone cómo estrategia tener al menos 5 clientes a los que se les ofrecerán precios diferenciales en función del valor del material en el mercado y el volumen de compra que se acuerde a través de alianzas estratégicas. Así mismo, se establecerán KPIs para medir los objetivos establecidos con cada cliente y definir planes de acción preventivos y correctivos cuando aplique.

3. Monetización del material reciclable:

Se ha establecido que el precio de compra del material reciclable corresponde al 68% del informe de precios mensual promedio de comercialización de materiales a nivel nacional en COP/Kg.

El valor calculado del material reciclado podrá ser utilizado por los consumidores para el pago de productos ofrecidos en el establecimiento.

A través de esta estrategia podremos tener precios atractivos para los consumidores y garantizar las alianzas estratégicas previamente comentadas.

4. Estrategia de gestión de consumidores por el método tradicional de pago:

Al existir en el mercado competidores que ofrecen el mismo tipo de servicio tradicional, se estableció como pilar fundamental de esta estrategia la fidelización, esto se logrará a través de:

- Servicio al cliente
- Precios competitivos
- Bonos y descuentos por compras frecuentes
- Bonos y descuentos por compras frecuentes utilizando material reciclable

5. Estrategia para la contribución Social:

ECOMARKET pretende a través de la venta de medicamentos y productos de primera necesidad, contribuir con la generación de una cultura colectiva de reciclaje y aprovechamiento de residuos en Bogotá D.C. para disminuir el impacto ambiental y reducir el cambio climático a través de la disminución del consumo energético y generación de CO₂, así como la disminución del uso de materias primas para fabricar este tipo de productos.

1. Análisis estratégico:

Se emplea el análisis de las fuerzas de mercado de Porter y la matriz DOFA para identificar y con ello establecer las estrategias que la empresa debe implementar.

**Análisis DOFA
INTERNO**

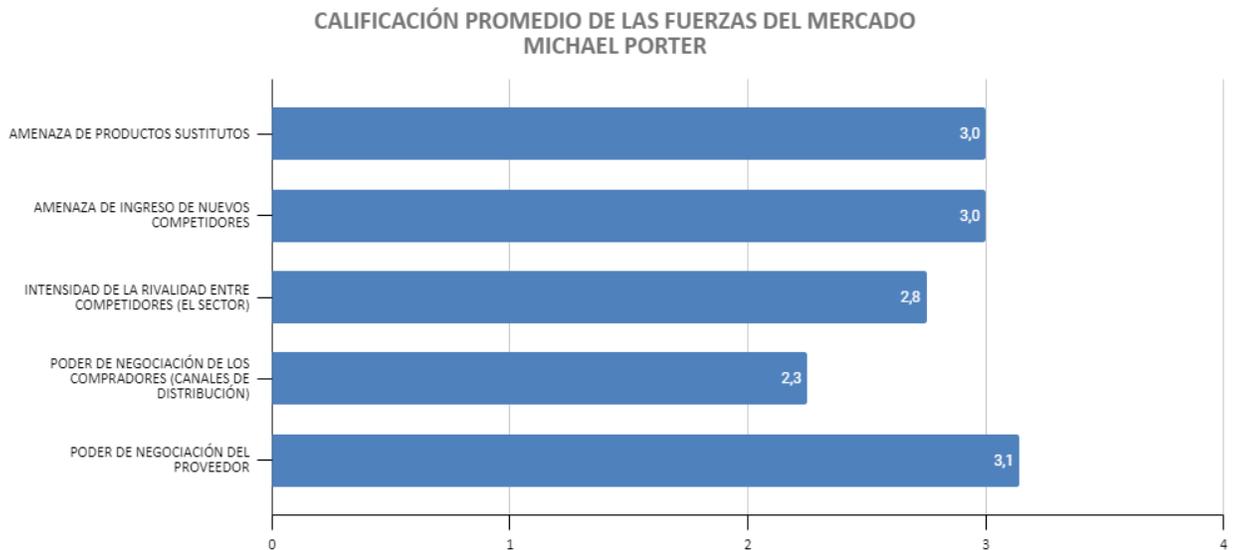
Debilidades:

- Poca experiencia en el manejo y almacenamiento del material reciclable

Fortalezas:

- Conocimiento técnico acerca de los requerimientos necesarios para poder colocar tiendas de productos de primera necesidad
- Equipo técnico con experiencia en el manejo de este tipo de establecimientos

Gráfico 14: Análisis de las fuerzas del mercado de Michael Porter



EXTERNO

Oportunidades:

- Posicionarse como el primer establecimiento que permite el pago de sus productos con material reciclable
- Volverse un experto en el manejo del material reciclable
- Falta de regulación en este tipo de negocios
- Creación de una cultura que le da valor al material reciclable
- Pioneros en el modelo de negocio (nueva forma de pago) en los lugares target de EcoMarket.
- Marcada tendencia de los consumidores a adquirir productos de calidad a bajo precio

Amenazas:

- Posibles nuevos competidores
- Cambio del valor del material reciclable
- Asociaciones de recicladores
- Competidores indirectos altamente posicionados

Tabla 01: Resultados Matriz DOFA

<p style="text-align: center;">Matriz DOFA</p>	<p>OPORTUNIDADES</p> <p>O1: Posicionarse como el primer establecimiento que permite el pago de sus productos con material reciclable</p> <p>O2: Volverse un experto en el manejo del material reciclable</p> <p>O3: Falta de regulación en este tipo de negocios</p> <p>O4: Creación de una cultura que le da valor al material reciclable</p> <p>O5: Pioneros en el modelo de negocio (nueva forma de pago)</p> <p>O6: Marcada tendencia de los consumidores a adquirir productos de calidad a bajo precio</p> <p>O7: Desarrollar nuevos procesos logísticos</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>A1: Posibles nuevos competidores</p> <p>A2: Cambio del valor del material reciclable</p> <p>A3: Asociaciones de recicladores</p> <p>A4: Competidores indirectos altamente posicionados</p> <p>A5: Tiempos de entrega de proveedores muy largos (45-60 días)</p>
<p>FORTALEZAS</p> <p>F1: Conocimiento técnico acerca de los requerimientos necesarios para poder colocar tiendas de productos de primera necesidad</p> <p>F2: Equipo técnico con experiencia en el manejo de este tipo de establecimientos</p>	<p>F1-O1: Aprovechar el conocimiento para ingresar rápidamente y posicionarse en este segmento de mercado.</p> <p>F1-O4: Establecer rutas de comunicación que permitan fomentar la cultura del reciclaje y atraer potenciales clientes a la tienda.</p> <p>F2-O6: Posicionar EcoMarket como el proveedor confiable a buen costo de productos de primera necesidad</p>	<p>F2-A4: Diseñar una estrategia de posicionamiento de marca enfocada en el awareness de EcoMarket.</p> <p>F1-A3: Diseñar acuerdos gana a gana con las asociaciones de recicladores</p> <p>F2-A1: Diseñar programas de fidelización con los clientes de EcoMarket</p>

	<p>F1-A5: Establecer acuerdos con los proveedores para que los tiempos de entrega de los productos sea menor a 30 días</p> <p>En los casos que sea posible tener más de un proveedor por tipo de producto</p>	
<p>DEBILIDADES</p> <p>D1:Poca experiencia en el manejo material reciclable</p> <p>D2: No se cuenta con espacio suficiente de almacenamiento del material reciclable</p>	<p>D1-O2: Capacitarse en el manejo del material reciclable y asesorarse de un experto.</p> <p>O2-D2: Incluir dentro de las tiendas un equipo que permita disminuir el tamaño del material reciclable para poder almacenarlo mejor y que ocupe menos espacio</p>	<p>D1-A4: Fortalecer la estrategia de marketing para aumentar participación en el mercado</p> <p>D1-A3: Diseñar un plan de beneficios para clientes que adquieran productos ecoamigables</p> <p>D2-A2: Desarrollar una app que le permita a nuestros clientes conocer el precio del material reciclable que tiene en casa y nos avise el momento en el que va a llevar el material a la tienda para poder determinar el espacio de almacenamiento que se va a ocupar</p>

De acuerdo con el análisis anterior, las estrategias a implementar son:

2. Estrategia de Marketing:

- Penetración: Campañas de expectativa por redes sociales, diseño de página web, desarrollo de apps, difusión por medios masivos como la radio y medios digitales, campañas con influencers.

Estrategia:

Primera etapa- Expectativa:

- Medios masivos para garantizar awareness de la marca: TV, radio e impreso (transporte público- Transmilenio).

Tabla 02: Estrategía de Ecomarket Awareness

Objetivo	Duración	Medios	Inversión /mes	Alcance total de personas
Awareness (Expectativa)	2 semanas	TV + Digital (Paquete 3) 2 canales (City TV; Canal capital)	100.000.000	5.473.200
		Radio	24.000.000	
		Impreso (estaciones y portales sistema transmilenio)	10.000.000	

Segunda etapa- lanzamiento:

- Principalmente redes sociales, siguiendo con TV y Radio y medios impresos.

Tabla 03: Estrategía de Ecomarket Familiaridad

Objetivo	Duración	Medios	Inversión /mes	Alcance total de personas
Familiaridad (Lanzamiento)	2 semanas	TV + Digital (Paquete 3) 2 canales (City TV; Canal capital)	100.000.000	5.473.200
		Radio	20.000.000	
		Impreso (estaciones y portales sistema transmilenio)	10.000.000	

Tercera etapa- fidelización:

- Radio y medios impresos.
- Shoopertoolkit de aliados estratégicos.

Tabla 04: Estrategía de Ecomarket Conversión

Objetivo	Duración	Medios	Inversión /mes	Alcance total de personas
Conversión (Mantenimiento)	2 semanas	Radio	20.000000	3191687
		Impreso (estaciones y portales sistema transmilenio)	20.000.000	

Meta de implementación: Incremento en la participación de mercado para llegar al 10% en el año 2022.

- Crecimiento: Apertura de sedes en las ciudades principales del país y posteriormente en los principales países de Latinoamérica.

Meta de implementación: Para el primer año de apertura, EcoMarket deberá tener sedes en las 5 localidades que se identificaron, en el tercer año tendrá sedes en las 2 principales ciudades capitales del país y al 5to año tendrá presencia en las 5 principales ciudades capitales del país.

3. Operaciones y logística:

Adquisición de insumos y materiales para la venta:

Inicialmente se tiene contemplado adquirir los productos para la venta a través de distribuidores mayoristas por ejemplo, Coopidrogas a medida que se vayan aumentando los mínimos de compra de cada uno de los laboratorios fabricantes (como Genfar, La Sante, Unilever, P&G, etc.) se procederá a realizar el proceso de abastecimiento directamente con ellos.

Manejo del material reciclable:

Cada uno de los establecimientos contará con espacio suficiente para almacenar el material reciclable.

Logística del material reciclable:

Se establecerán alianzas estratégicas con los clientes que hacen la disposición final del material para que lo recojan en nuestros centros de almacenamiento.

Procesos y capacidad:

Se tercerizan los procesos de mantenimiento, limpieza, aseo, almacenamiento (CEDI) y transporte.

Proveedores:

Críticos: los de los centros de reciclaje y los que nos abastecen de los productos de primera necesidad.

Tiempos de entrega: 45 a 90 días dependiendo del proveedor, tiempos de inventario en almacenes no mayor a 60 días.

4. Restricciones regulatorias:

Se deben cumplir las siguientes normas:

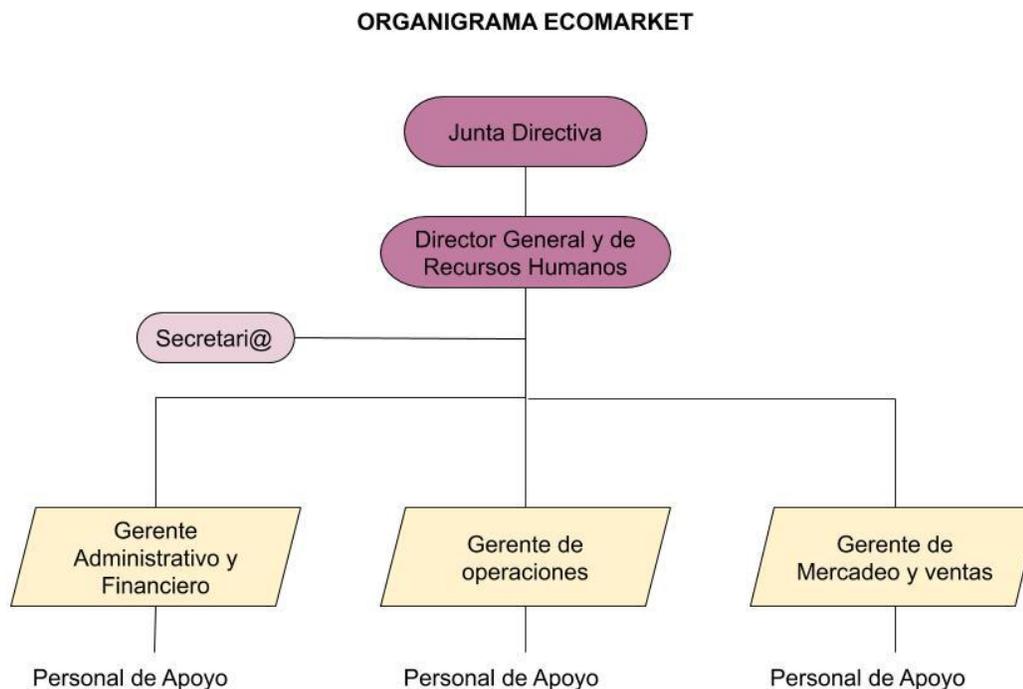
- Decreto 3075 de 2005: Reglamentación del expendio de medicamentos
- Resolución 1403 de 2007: Determinación del modelo de gestión del servicio farmacéutico

Se debe solicitar la habilitación de la droguería a la Secretaría de Salud de cada departamento.

Se debe solicitar la visita para obtener el concepto sanitario favorable para el almacenamiento y distribución de alimentos y medicamentos por parte de la secretaría de salud de cada departamento, esto solo aplica para el CEDI, en el caso de las tiendas físicas, solo es necesario informar a la secretaría de salud que aplique.

5. EQUIPO & ORGANIZACIÓN

Gráfico 15: Organigrama ECOMARKET



El staff gerencial está compuesto por una estructura jerárquica básica en la que el Director General o CEO reporta directamente a la Junta Directiva. A su vez tres gerencias le reportan directamente al Director General y se encargan de generar y comunicar las estrategias Administrativas y financieras, de operaciones y de mercadeo y ventas.

Gerentes clave:

Director General y Recursos Humanos:

- Es el responsable del diseño y gestión de la ejecución de las estrategias planteadas para la organización y de asegurar la rentabilidad de toda la operación.
- Es el responsable del desarrollo del personal a cargo.
- Debe ser una persona con alta capacidad de liderazgo, responsable, comprometida, con formación en administración y con conocimientos previos en el manejo de este tipo de establecimiento y en procesos relacionados con el reciclaje.
- Nivel de remuneración: \$15.000.000

Gerente Administrativo & Financiero:

- Es el responsable de garantizar el cumplimiento de las políticas financieras y de administración de la organización.
- Es el responsable del desarrollo del personal a cargo.
- Debe ser una persona con alta capacidad de liderazgo, responsable, comprometida, con formación en administración y con conocimientos previos en procesos administrativos y financieros.
- Nivel de remuneración: \$7.000.000

Gerente Operaciones:

- Es el responsable de garantizar el correcto abastecimiento de productos a todas las sedes, manejo de inventarios, etc.
- Es el responsable de garantizar la gestión de calidad de los procesos de la empresa y el cumplimiento de los requisitos regulatorios.
- Es el responsable del desarrollo del personal a cargo.
- Debe ser una persona con alta capacidad de liderazgo, responsable, comprometida, con experiencia en logística y abastecimiento.
- Nivel de remuneración: \$7.000.000

Gerente de Mercadeo & Ventas:

- Es el responsable de dar a conocer la marca, incrementar la participación de mercado, establecer la estrategia que permita maximizar las ventas.
- Es el responsable del desarrollo del personal a cargo.
- Debe ser una persona con alta capacidad de liderazgo, responsable, comprometida, con experiencia en mercadeo y ventas en tiendas similares.
- Nivel de remuneración: \$7.000.000

Dueños:

Margarita María Vera, Martha Carolina Calderón farmacéuticas con amplia experiencia en el manejo de droguerías y almacenes de primera necesidad y Sergio Andrés Pachón trabajador social director de una cadena de tiendas y conocedor del manejo de los materiales reciclables; cada uno tiene un porcentaje de participación del 25.67%, las utilidades se reparten en porcentajes iguales, hacen parte de la junta directiva y le hacen seguimiento a los resultados mostrados por el gerente general.

Junta Directiva:

Conformada por los dueños, participa activamente en la creación de estrategias de la compañía.

Tabla 05: Personal

EQUIPO	AÑOS 1 - 2	AÑOS 3 - 5
COSTO NÓMINA	\$120.000.000 (30 personas)	\$300.000.000 (75 personas)

Se proyecta que en los dos primeros años se consolide un equipo multifuncional de trabajo contratando al siguiente personal experto directamente por la empresa:

1. Mercadeo, posicionamiento de marcas y ventas
2. Logística y abastecimiento
3. Recursos Humanos
4. Cajeros
5. Asesores de atención al cliente
6. Personal de apoyo en tiendas
7. Finanzas

Se contará con asesores:

1. Legales
2. En el manejo del material reciclable

Se tercerizan los servicios de:

1. Mantenimiento
2. Limpieza y aseo
3. Almacenamiento (CEDI) y transporte

A partir del año 3, se tiene proyectado fortalecer las áreas de mercadeo y ventas y de operaciones y eliminar la asesoría en el manejo del material reciclaje.

ANÁLISIS FINANCIERO

PREMISAS:

Premisas	Cantidad / valor
Tiendas primeros 2 años	5
Tiendas tercer año	8
Inflación	5,00%
Gastos de administración	\$1.688.000.000
Gastos operativos	\$11.268.000.000
Ventas proyectadas	\$38.400.000.000

INVERSIONES PARA INICIAR:

Tabla 06: Inversión

INVERSIONES PARA INICIAR	
Gasto Operativo	
Publicidad (TV, radio e impreso)	\$3.648.000.000
Mercancia para 5 locales	\$7.500.000.000
Arriendo locales	\$120.000.000
Total	\$11.268.000.000
Gasto administrativo	
Sueldos	\$1.680.000.000
Arriendo oficinas principales	\$7.000.000
Imprevistos	\$1.000.000,00
Total	\$1.688.000.000,00
Inversión equipos y mobiliario	
Mobiliario	\$2.400.000.000
Equipos para tratamiento del material reciclable	\$800.000.000
Equipos de computo	\$150.000.000
Activos intangibles	\$50.000.000
Total	\$3.400.000.000
Total Inversión	\$16.356.000.000

El análisis financiero de la empresa ECOMARKET se encuentra descrito en el *Anexo 2. Análisis financiero ECOMARKET*.

Del análisis financiero se puede concluir, como se observa en la tabla 07, que el modelo de negocio propuesto para ECOMARKET es viable ya que los inversionistas tienen la posibilidad de recuperar la mayor parte de su inversión desde el primer año de funcionamiento de la empresa.

Tabla 07 Conclusiones del flujo de caja

CONCLUSIONES	
TIO EA	30%
VPM O VNA	\$6.816.948.717,95
B/C	\$3,40
TIR EA	172%
TIRM EA o TVR	73%
ANÁLISIS	
1. El proyecto es viable porque el inversionista recupera la mayor parte de la inversión desde el primer año	
2. Por cada peso que invierte el inversionista tendrá 3 pesos con 40 centavos de ganancia	
3. Para el inversionista es mejor tener el dinero invertido en el proyecto que por fuera de este	

Así mismo, indicadores económicos como el B/C, TIREA y TIRM EA soportan lo mencionado anteriormente ya que demuestran que por cada peso que invierte el inversionista tendrá 3 pesos con 40 centavos de ganancia. Para el inversionista es mejor tener el dinero invertido en el proyecto que por fuera de este.

Con respecto al estado de pérdidas y ganancias (ver tabla 08), se observa que el proyecto tiene un margen neto de, en promedio, el 45.2% y un margen Ebitda de, en promedio, 86.6%, lo que demuestra que esta iniciativa tiene un margen de ganancia bastante interesante y un Ebitda superior al 80.0%.

Tabla 08 Estado de resultados

		ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS				
Estado de resultados Proyectado ECOMARKET						
	2022	2023	2024	2025	2026	
Ventas	38.400.000.000	40.400.000.000	42.400.000.000	53.760.000.000	55.760.000.000	
Costo de ventas	-2.128.000.000	-2.213.120.000	-2.301.644.800	-2.416.727.040	-2.537.563.392	
UTILIDAD BRUTA	36.272.000.000	38.186.880.000	40.098.355.200	51.343.272.960	53.222.436.608	
Gastos de Administración	-2.640.000.000	-2.772.000.000	-3.090.600.000	-3.214.224.000	-3.342.792.960	
Depreciación	-700.000.000	-700.000.000	-775.000.000	-725.000.000	-725.000.000	
UTILIDAD OPERATIVA	32.932.000.000	34.714.880.000	36.232.755.200	47.404.048.960	49.154.643.648	
Otros ingresos	0	0	0	0	0	
Otros Egresos	-\$6.208.500.000,00	-\$6.347.360.000,00	-\$6.677.050.400,00	-\$6.839.180.864,00	-\$7.012.903.368,96	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	26.723.500.000	28.367.520.000	29.555.704.800	40.564.868.096	42.141.740.279	
Impuestos	-10.077.280.000	-10.672.844.800	-11.183.343.872	-14.782.662.124	-15.367.070.922	
UTILIDAD NETA	16.646.220.000	17.694.675.200	18.372.360.928	25.782.205.972	26.774.669.357	
Margen Neto	43%	44%	43%	48%	48%	
Margen Ebitda	86%	86%	85%	88%	88%	

Lo que se ratifica con el balance de situación financiera (ver tabla 09), el cual muestra que se cuenta con un capital social para iniciar de \$14.206.000.000.

Tabla 09 Balance de Situación Financiera

		BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL ECOMARKET ENERO 01-2022 INICIO DEL PROYECTO			
CONSIDERACIONES					
Activo					
1. Dinero-Caja: corresponde al dinero para gastos administrativos, arriendo de locales, bodegas y oficinas e inversión en publicidad					
Pasivo					
1. Corresponde a la deuda financiera de la empresa					
ENERO 01 2022					
ACTIVO			PASIVO		
Dinero - Caja	\$	5.455.000.000			
Maquinaria y equipos	\$	3.350.000.000			
Activos Intangibles (Bases de Datos)	\$	50.000.000			
Inventario	\$	7.500.000.000	TOTAL PASIVO	\$	2.150.000.000
Imprevistos	\$	1.000.000			
			PATRIMONIO		
			Capital Social	\$	14.206.000.000
			Total Patrimonio	\$	14.206.000.000
Total Activo	\$	16.356.000.000	Total Pas+ Patrimonio	\$	16.356.000.000

Teniendo en cuenta estos resultados, nuestra oferta para el inversionista (ver anexo 3) es una participación del 23% en el negocio, a cambio de una inyección de capital al inicio del proyecto de 7.103 millones de pesos, 2.150 millones de pesos serán incorporados a la compañía a través de un préstamo financiero a 5 años y el capital restante será aportado por los socios.

CONCLUSIONES

1. El instrumento utilizado para evaluar la viabilidad del modelo de negocio propuesto para ECOMARKET demuestra que es viable adelantar la ejecución de la idea en la ciudad de Bogotá, eventualmente en tres localidades principalmente.
2. La cultura del reciclaje está ampliamente desarrollada en la ciudad de Bogotá ya que el 88.8% de los encuestados afirma que recicla.
3. Como se evidenció que la mayoría de personas realiza compras en las droguerías de barrio, la estrategia es diseñar droguerías tipo hard discount.
4. Para la primera etapa se ubicarán 2 puntos de venta en las localidades de Engativá, 1 en Fontibón, 1 en Kennedy y 1 en Suba. Para determinar el barrio se debe aplicar un análisis detallado a dichas localidades.
5. Se puede desarrollar una estrategia de conciencia y cultura del reciclaje que permita potenciar las unidades de negocio en las diferentes localidades.
6. Basado en el rango de edad se determina que la estrategia de comunicación debe ir enfocada hacia ellos pautando principalmente en redes sociales, TV y radio.
7. En la primera etapa del negocio se trabajará únicamente con plástico, lo que indica que cada uno de los ECOMARKET debe tener puntos de acopio que permitan almacenar adecuadamente este material e incluir dispositivos de corte para reducir su volumen.
8. Para la estrategia de expansión por el territorio nacional se deben aplicar diferentes instrumentos que nos permitan determinar cuáles ciudades tienen mejor desarrollada la cultura del reciclaje, con el fin de ubicar los locales de forma estratégica.
9. El análisis financiero muestra que el proyecto es viable y rentable para los inversionistas, según los resultados obtenidos con las proyecciones del flujo de caja, el estado de pérdidas y ganancias y el balance de situación financiera.

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento ECOMARKET

Anexo 2. Análisis financiero ECOMARKET

Anexo 3. Carta al inversionista

BIBLIOGRAFÍA

1. <https://journals.openedition.org/factsreports/5071>
2. <https://derecho.uniandes.edu.co/es/informe-situacion-actual-de-los-plasticos-en-colombia>
3. <https://www.nationalgeographic.org/encyclopedia/microplastics/>
4. <https://www.nationalgeographic.com/environment/habitats/plastic-pollution/>
5. <https://www.bbc.com/news/science-environment-47592111>
6. <https://www.henkel.com.co/prensa-y-medios/comunicados-y-kits-de-prensa/2019-11-13-henkel-amplia-su-colaboracion-con-plastic-bank-1000318>
7. [https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-mapa-de-los-estratos-en-las-grandes-ciudades-del-pais-2866032#:~:text=Esa%20din%C3%A1mica%20se%20puede%20comprobar,365.459%20\(4%2C54%25\).](https://www.larepublica.co/economia/este-es-el-mapa-de-los-estratos-en-las-grandes-ciudades-del-pais-2866032#:~:text=Esa%20din%C3%A1mica%20se%20puede%20comprobar,365.459%20(4%2C54%25).)
8. <https://www.larepublica.co/empresas/farmacenter-cruz-verde-y-la-rebaja-lideran-las-ventas-del-negocio-de-droguerias-2760650>
9. <https://especiales.dinero.com/las-5000-empresas-mas-grandes-de-colombia/index.html>
10. <https://www.dinero.com/pais/articulo/mercado-de-las-droguerias-en-colombia-nielsen/253923>
11. <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/5987/1/Mart%C3%ADnL%C3%B3pezJennyCarolina2017.pdf>
12. https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1791/1/RestrepoLuis_2016_PlanNegocioEcoticket.pdf
13. <https://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:2230/statistics/809915/pharma-industry-market-value-colombia/>
14. <https://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:2230/statistics/1089893/colombia-companies-pharmaceuticals-cosmetics-retailers/>
15. <https://www.trendhunter.com/megatrend/naturality>
16. <https://biblioteca.semarnat.gob.mx/janium/Documentos/Ciga/libros2009/CD001096.pdf>

17. <https://www.acoplasticos.org/index.php/mnu-noti/330-ns-191125#:~:text=200%20EMPRESAS%20DE%20BOGOT%C3%81%20RECICLAN,DE%20OPL%C3%81STICO%20POSCONSUMO%20AL%20A%C3%91O>
18. https://www.acoplasticos.org/acceso_clientes/imagenes/Informe_mensual_precios_abril2020.pdf
19. <https://biblioteca.semarnat.gob.mx/janium/Documentos/Ciga/libros2009/CD001096.pdf>
20. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/69681/1077083676-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
21. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9484/tesis580.pdf>
22. https://www.transmilenio.gov.co/publicaciones/149627/publicacionesnuevo_modelo_de_comercializacion_de_la_publicidad_de_transmilenio/
23. <https://ventas.canalcaracol.com/PortafolioPublico/VisualizarTarifasPublicas.aspx>
24. <https://blogs.portafolio.co/enelbolsillo/2020/07/24/cuanto-ganan-los-influenciadores-colombianos/>
25. <https://mediakit.caracol.com.co/buscar.aspx?q=w>
26. <https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>
27. <https://www.modoemprendedor.com/analisis-dofa/>
28. <https://revistaespacios.com/a20v41n25/a20v41n25p14.pdf>

Anexo 1. Instrumento ECOMARKET

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/27/2021 20:25:49	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	6.	Chapinero.
4/21/2021 12:26:23	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
5/11/2021 18:32:54	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	6.	Usaquen.
5/13/2021 18:51:24	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	6.	Chapinero.
5/13/2021 19:15:17	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Usaquen.
5/13/2021 19:17:48	Masculino.	Si.	41 a 49 años	6.	Chapinero.
5/13/2021 19:55:01	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Chapinero.
5/13/2021 19:58:13	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Usaquen.
4/21/2021 12:41:43	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Tunjuelito.
5/13/2021 20:25:37	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Suba.
4/21/2021 12:54:34	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Teusaquillo.
5/13/2021 20:25:53	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Usaquen.
5/13/2021 21:26:38	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	6.	Usaquen.
5/13/2021 21:31:48	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	6.	Usaquen.
5/14/2021 6:04:04	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Usaquen.
5/14/2021 6:15:12	Masculino.	Si.	41 a 49 años	6.	Usaquen.
5/14/2021 6:42:41	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	6.	Chapinero.
5/14/2021 7:34:24	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	6.	Usaquen.
5/14/2021 8:46:01	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Chapinero.
5/14/2021 12:04:10	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Suba.
5/14/2021 14:27:08	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	6.	Chapinero.
5/14/2021 17:44:10	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	6.	Chapinero.
5/15/2021 17:15:11	Femenino.	Si.	41 a 49 años	6.	Chapinero.
4/21/2021 12:31:38	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Barrios Unidos.
4/21/2021 20:18:49	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
4/21/2021 12:44:04	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Suba.
4/21/2021 15:44:51	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	5.	Usaquen.
4/21/2021 23:25:32	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Usaquen.
4/22/2021 11:20:43	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Usaquen.
4/22/2021 12:57:01	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Usaquen.
4/21/2021 21:37:07	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/22/2021 15:12:18	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	5.	Suba.
4/21/2021 21:38:44	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Teusaquillo.
4/22/2021 15:54:47	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	5.	Usaquen.
4/23/2021 21:40:43	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Suba.
4/23/2021 23:16:59	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Suba.
4/29/2021 22:11:51	Masculino.	Si.	41 a 49 años	5.	Chapinero.
4/21/2021 21:50:56	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Rafael Uribe Uribe.
4/29/2021 22:56:19	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	5.	Suba.
4/29/2021 22:56:20	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	5.	Suba.
5/13/2021 18:48:21	Femenino.	Si.	41 a 49 años	5.	Usaquen.
5/13/2021 18:48:40	Masculino.	Si.	41 a 49 años	5.	Suba.
5/13/2021 18:49:30	Femenino.	Si.	41 a 49 años	5.	Suba.
5/13/2021 19:03:30	Masculino.	Si.	41 a 49 años	5.	Suba.
5/13/2021 19:04:29	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	5.	Usaquen.
5/13/2021 19:21:14	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	5.	Suba.
5/13/2021 19:31:15	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	5.	Suba.
5/13/2021 19:34:43	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	5.	Usaquen.
5/13/2021 19:37:53	Femenino.	Si.	41 a 49 años	5.	Suba.
5/13/2021 19:54:04	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	5.	Usaquen.
5/13/2021 20:08:22	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	5.	Suba.
5/13/2021 20:25:23	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	5.	Suba.
5/13/2021 20:26:05	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	5.	Usaquen.
5/13/2021 22:24:02	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	5.	Suba.
4/22/2021 6:35:27	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Kennedy.
5/13/2021 23:13:31	Femenino.	Si.	41 a 49 años	5.	Usaquen.
5/13/2021 23:28:27	Femenino.	Si.	41 a 49 años	5.	Usaquen.
5/14/2021 7:05:07	Femenino.	Si.	41 a 49 años	5.	Usaquen.
5/14/2021 7:06:04	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	5.	Chapinero.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/21/2021 17:25:29	Masculino.	Si.	41 a 49 años	4.	Usaquen.
4/21/2021 21:33:56	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Usaquen.
4/21/2021 22:04:27	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Usaquen.
4/22/2021 9:02:48	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	4.	Usaquen.
4/22/2021 14:54:50	Masculino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Usaquen.
5/1/2021 13:52:14	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Usaquen.
5/1/2021 19:48:21	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Usaquen.
5/13/2021 18:12:08	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Usaquen.
5/13/2021 21:29:04	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Usaquen.
4/23/2021 10:09:39	Masculino.	Si.	41 a 49 años	3.	Usaquen.
4/27/2021 23:03:08	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	3.	Tunjuelito.
5/13/2021 18:18:31	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Tunjuelito.
5/13/2021 19:39:45	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	3.	Tunjuelito.
4/21/2021 13:19:39	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Teusaquillo.
4/21/2021 13:32:45	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Teusaquillo.
4/21/2021 21:59:28	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Teusaquillo.
4/22/2021 6:52:12	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	4.	Teusaquillo.
4/22/2021 18:23:44	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Teusaquillo.
4/27/2021 22:42:25	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Teusaquillo.
5/12/2021 22:34:35	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Teusaquillo.
5/13/2021 8:59:08	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Teusaquillo.
5/13/2021 19:46:26	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Teusaquillo.
5/13/2021 20:00:38	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	4.	Teusaquillo.
5/14/2021 11:55:33	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	4.	Teusaquillo.
5/12/2021 19:00:44	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Teusaquillo.
5/13/2021 21:43:37	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Teusaquillo.
4/21/2021 21:38:10	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.
4/21/2021 21:45:37	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.
4/21/2021 21:53:07	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/30/2021 0:21:03	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	4.	Suba.
4/25/2021 12:46:56	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Tunjuelito.
4/30/2021 6:58:09	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Suba.
4/30/2021 7:29:41	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Suba.
4/30/2021 12:01:13	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	4.	Suba.
5/6/2021 15:29:48	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.
5/6/2021 15:35:17	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Suba.
5/11/2021 18:57:02	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.
5/12/2021 20:20:33	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.
5/13/2021 21:57:07	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Suba.
5/15/2021 13:57:35	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Suba.
4/21/2021 22:01:31	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Suba.
4/22/2021 10:04:03	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Suba.
4/27/2021 19:46:25	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Suba.
5/6/2021 15:20:20	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Suba.
5/6/2021 21:11:00	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Suba.
5/6/2021 21:48:51	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Suba.
5/12/2021 22:29:14	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Suba.
5/13/2021 12:21:33	Masculino.	Si.	61 años en adelante.	3.	Suba.
5/13/2021 18:19:05	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Suba.
5/13/2021 18:51:59	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Suba.
5/13/2021 22:06:05	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Suba.
5/14/2021 6:34:09	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Suba.
5/6/2021 15:44:00	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	3.	San Cristobal.
5/13/2021 19:41:10	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	3.	San Cristobal.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/21/2021 21:35:18	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Rafael Uribe Uribe.
4/22/2021 6:11:38	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Rafael Uribe Uribe.
5/12/2021 10:10:23	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Rafael Uribe Uribe.
5/13/2021 18:10:41	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Rafael Uribe Uribe.
5/13/2021 19:38:05	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Rafael Uribe Uribe.
5/1/2021 13:35:32	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Teusaquillo.
5/1/2021 13:46:39	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Fontibon.
5/13/2021 19:46:06	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	3.	Rafael Uribe Uribe.
5/13/2021 20:01:16	Prefiero no decirlo.	Si.	61 años en adelante.	3.	Rafael Uribe Uribe.
5/13/2021 20:01:35	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	4.	Puente Aranda.
4/22/2021 9:46:55	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Puente Aranda.
4/27/2021 20:10:08	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Puente Aranda.
4/30/2021 12:41:35	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	3.	Puente Aranda.
4/30/2021 13:38:32	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Puente Aranda.
5/2/2021 21:20:41	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Puente Aranda.
5/13/2021 18:26:11	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Puente Aranda.
5/6/2021 15:27:24	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
5/13/2021 19:01:50	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Puente Aranda.
5/13/2021 20:13:02	Masculino.	Si.	61 años en adelante.	3.	Los Mártires.
4/21/2021 21:39:24	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	La Candelaria.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/29/2021 22:20:14	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	3.	La Candelaria.
4/30/2021 14:00:24	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	La Candelaria.
5/6/2021 15:35:10	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/11/2021 18:41:09	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	La Candelaria.
5/13/2021 12:24:48	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	La Candelaria.
4/21/2021 22:39:52	Masculino.	Si.	41 a 49 años	4.	Kennedy.
5/13/2021 20:29:49	Masculino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Kennedy.
4/21/2021 13:10:24	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
5/6/2021 15:43:12	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	2.	Bosa.
4/21/2021 22:23:18	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Kennedy.
4/21/2021 22:33:09	Masculino.	Si.	41 a 49 años	3.	Kennedy.
5/6/2021 15:59:58	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
4/21/2021 23:07:50	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
5/6/2021 16:16:04	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Engativa.
5/6/2021 16:17:44	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Tunjuelito.
4/22/2021 6:52:27	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
4/22/2021 7:01:11	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
4/22/2021 9:44:34	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
4/27/2021 19:59:14	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Kennedy.
4/27/2021 20:49:58	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Kennedy.
4/29/2021 22:28:07	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Kennedy.
5/4/2021 11:26:53	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Kennedy.
5/6/2021 18:35:00	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Kennedy.
5/6/2021 15:29:01	Masculino.	Si.	41 a 49 años	3.	Kennedy.
5/6/2021 15:34:04	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Kennedy.
4/21/2021 12:14:10	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Fontibon.
4/21/2021 13:09:08	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Fontibon.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/21/2021 14:32:22	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	4.	Fontibon.
5/11/2021 18:30:50	Masculino.	Si.	17 años o menos.	3.	Antonio Nariño.
4/21/2021 21:35:24	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Fontibon.
4/21/2021 22:08:51	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Fontibon.
4/22/2021 14:15:26	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Fontibon.
4/22/2021 14:16:01	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Fontibon.
4/22/2021 14:28:00	Masculino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Fontibon.
5/11/2021 20:13:44	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Suba.
4/22/2021 14:53:43	Masculino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Fontibon.
4/27/2021 13:55:40	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Fontibon.
5/12/2021 14:49:14	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Fontibon.
5/12/2021 18:27:49	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	5.	Usaquen.
5/12/2021 18:52:12	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	2.	Kennedy.
5/12/2021 18:58:17	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Suba.
5/13/2021 18:38:14	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Fontibon.
5/13/2021 18:54:39	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Fontibon.
5/13/2021 19:39:58	Masculino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Fontibon.
5/13/2021 19:46:18	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Fontibon.
5/14/2021 6:36:18	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Fontibon.
5/14/2021 19:17:48	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	4.	Fontibon.
4/21/2021 12:39:04	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Fontibon.
4/21/2021 16:46:13	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Fontibon.
4/21/2021 21:58:13	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Fontibon.
4/21/2021 22:23:18	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Fontibon.
4/22/2021 7:22:43	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Fontibon.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/27/2021 20:28:33	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Fontibon.
4/21/2021 21:58:47	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Engativa.
4/22/2021 6:57:15	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	4.	Engativa.
5/13/2021 14:12:07	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	2.	Kennedy.
4/22/2021 10:57:13	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Engativa.
4/22/2021 13:41:54	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	4.	Engativa.
4/29/2021 22:02:55	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Engativa.
4/30/2021 7:15:03	Masculino.	Si.	41 a 49 años	4.	Engativa.
5/12/2021 20:18:59	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Engativa.
5/13/2021 18:17:39	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Engativa.
5/13/2021 19:13:54	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Engativa.
5/13/2021 18:14:27	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Ciudad Bolivar.
5/13/2021 19:14:34	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	4.	Engativa.
5/13/2021 20:21:48	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	4.	Engativa.
4/21/2021 17:19:32	Masculino.	Si.	41 a 49 años	3.	Engativa.
4/21/2021 21:40:55	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
4/21/2021 22:14:36	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/13/2021 18:21:17	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Suba.
5/13/2021 18:22:07	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Engativa.
4/22/2021 10:30:26	Masculino.	Si.	41 a 49 años	3.	Engativa.
4/27/2021 22:03:10	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/13/2021 18:35:08	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Puente Aranda.
5/1/2021 14:16:58	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/1/2021 14:45:03	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/13/2021 18:42:00	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Puente Aranda.
5/6/2021 15:29:56	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Engativa.
5/6/2021 15:47:15	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Engativa.
5/6/2021 18:12:27	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/11/2021 17:47:18	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/11/2021 18:27:56	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/11/2021 23:37:35	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/12/2021 19:26:27	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.
5/13/2021 18:52:02	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	5.	Suba.
5/12/2021 21:14:30	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Engativa.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
5/13/2021 18:06:18	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Engativa.
5/13/2021 18:12:22	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Engativa.
5/13/2021 19:43:24	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	3.	Engativa.
5/13/2021 20:19:34	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Engativa.
5/13/2021 20:57:35	Femenino.	Si.	61 años en adelante.	3.	Engativa.
5/14/2021 6:40:13	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Engativa.
5/14/2021 10:49:16	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Engativa.
5/14/2021 20:30:54	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Engativa.
4/22/2021 6:43:38	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Ciudad Bolivar.
5/6/2021 15:36:33	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Ciudad Bolivar.
5/11/2021 17:47:37	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Ciudad Bolivar.
5/12/2021 19:27:39	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Ciudad Bolivar.
4/21/2021 21:35:44	Masculino.	Si.	41 a 49 años	4.	Chapinero.
5/13/2021 19:12:03	Femenino.	Si.	41 a 49 años	4.	Chapinero.
5/13/2021 11:53:49	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Chapinero.
4/21/2021 12:29:19	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Bosa.
4/21/2021 12:29:22	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	3.	Bosa.
4/21/2021 16:53:15	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Bosa.
4/22/2021 12:47:07	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Bosa.
4/22/2021 12:51:58	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	3.	Bosa.
4/22/2021 12:59:08	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Bosa.
4/22/2021 21:22:33	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Bosa.
5/13/2021 19:51:46	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	6.	Chapinero.
4/22/2021 21:23:51	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Bosa.
5/6/2021 16:56:17	Femenino.	Si.	41 a 49 años	3.	Bosa.
5/13/2021 18:08:38	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Bosa.
5/13/2021 19:08:51	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Bosa.
4/21/2021 17:03:26	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	4.	Barrios Unidos.
4/30/2021 12:05:46	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	4.	Barrios Unidos.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/21/2021 13:00:30	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Barrios Unidos.
5/1/2021 13:54:17	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Barrios Unidos.
4/21/2021 21:35:15	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	3.	Antonio Nariño.
5/6/2021 15:36:55	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	3.	Antonio Nariño.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
4/21/2021 12:31:27	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Kennedy.
4/21/2021 12:38:43	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Kennedy.
4/21/2021 21:48:04	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Bosa.
4/21/2021 21:58:52	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Kennedy.
4/22/2021 7:01:56	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	2.	San Cristobal.
4/22/2021 19:59:13	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Suba.
4/23/2021 12:40:34	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	2.	Kennedy.
4/30/2021 11:33:22	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	2.	La Candelaria.
4/30/2021 11:42:27	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	2.	La Candelaria.
4/30/2021 12:06:26	Masculino.	Si.	50 a 60 años.	2.	Usme.
5/6/2021 15:19:15	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Kennedy.
5/6/2021 15:34:41	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Bosa.
5/6/2021 15:40:20	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Kennedy.
5/6/2021 15:41:26	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	2.	San Cristobal.
5/6/2021 16:08:05	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Kennedy.
5/13/2021 22:49:05	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	1.	San Cristobal.
5/6/2021 16:32:24	Femenino.	Si.	18 a 25 años.	2.	Kennedy.
5/6/2021 16:42:20	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Ciudad Bolivar.
5/6/2021 16:58:58	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Kennedy.
5/6/2021 17:39:33	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Bosa.
5/6/2021 18:30:58	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Kennedy.
5/11/2021 18:34:08	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	2.	Bosa.
5/11/2021 19:07:07	Masculino.	Si.	17 años o menos.	2.	Ciudad Bolivar.
5/12/2021 19:34:53	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	2.	Suba.

Marca temporal	¿Con cual genero te identificas?	¿Vives en Bogotá?	¿Cuántos años tienes?	¿En que estrato vives?	¿De qué localidad?
5/13/2021 5:41:01	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Fontibon.
5/13/2021 18:07:54	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Bosa.
5/13/2021 18:15:05	Masculino.	Si.	18 a 25 años.	2.	Kennedy.
5/13/2021 18:18:06	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	2.	San Cristobal.
5/13/2021 18:25:01	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Fontibon.
5/13/2021 18:40:47	Femenino.	Si.	41 a 49 años	2.	Fontibon.
5/13/2021 18:44:49	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	2.	Engativa.
5/13/2021 18:51:55	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Fontibon.
5/13/2021 19:46:36	Masculino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Kennedy.
5/13/2021 21:05:22	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Fontibon.
5/13/2021 21:42:52	Femenino.	Si.	26 a 33 años.	2.	Puente Aranda.
5/14/2021 8:33:37	Femenino.	Si.	41 a 49 años	2.	La Candelaria.
5/14/2021 9:55:21	Femenino.	Si.	34 a 40 años.	2.	Engativa.
4/21/2021 14:59:38	Masculino.	Si.	26 a 33 años.	1.	Ciudad Bolivar.
5/13/2021 18:11:57	Femenino.	Si.	50 a 60 años.	1.	Kennedy.

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmacenter	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	No	No reciclo	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	No	No reciclo	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Muy desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Locatel.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Cruz Verde	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Vidrio	Cerca de la mitad del tiem	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Locatel.	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio,	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Locatel.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Otro.	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Locatel.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Papel, Vidrio, Otro.	Cerca de la mitad del tiem	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Otro.	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Otro.	Cerca de la mitad del tiem	No	Moderadamente desarrolla
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Moderadamente desarrolla
Droguerías La Rebaja.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmacenter	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrolla
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrolla
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Otro.	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otro	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Aluminio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Aluminio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	No	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Aluminio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Farmacenter	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Aluminio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	No	Plástico, Papel	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	No	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio, Otro.	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Otro.	De vez en cuando.	No	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Vidrio	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Vidrio	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Nada desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	De vez en cuando.	No	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Farmacenter	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	No	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	No	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	No	Plástico, Papel, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	No	No reciclo	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	La mayor parte del tiempo	Sí	Muy desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Otro.	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	No	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	De vez en cuando.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Papel	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otro	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Muy desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio, Otro.	Siempre.	No	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Muy desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Papel	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Vidrio, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmacenter	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Farmacenter	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Poco desarrollada
Farmacenter	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Aluminio,	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	No	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Otro.	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Aluminio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Otr	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Otro.	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Cruz Verde	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	No	No reciclo	Nunca.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Otro.	La mayor parte del tiempo	No	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio	Cerca de la mitad del tiem	Sí	Poco desarrollada

¿Cuándo compras elementos de droguería, generalmente te diriges a? :	¿Reciclas en tu hogar?	En general ¿Qué tipo de materiales sueles reciclar? Puedes elegir más de un elemento.	¿Con qué frecuencia reciclas?	¿Estarías dispuesto a pagar elementos de primera de necesidad con el material que reciclas?	En tu opinión, ¿Qué tan desarrollada está la cultura de reciclaje en tu comunidad?
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Cerca de la mitad del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Farmacenter	Sí	Plástico	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguerías La Rebaja.	Sí	Plástico, Vidrio, Otro.	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	De vez en cuando.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Aluminio	Siempre.	No	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	La mayor parte del tiempo	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	Siempre.	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio	La mayor parte del tiempo	No	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Otro.	De vez en cuando.	Sí	Poco desarrollada
Farmatodo	Sí	Plástico, Papel, Vidrio, Alu	La mayor parte del tiempo	Sí	Moderadamente desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel	Siempre.	Sí	Poco desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Vidrio, Aluminio	Siempre.	Sí	Nada desarrollada
Droguería del barrio.	Sí	Plástico, Papel, Vidrio	Siempre.	Sí	Poco desarrollada

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Libros
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	Condomes reciclables
Intercambio productos primarios	Una vez al mes.	Más homeopatía y menjerges
Intercambio productos primarios	Dos veces al mes.	No se
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	Cosas de papelería
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos primarios	Tres veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Bonos de regalo
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Comida
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	Organizadores
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	Organizadores
Intercambio productos primarios	Dos veces al mes.	
Intercambio productos primarios	Tres veces al mes.	Encuentro lo que necesito, nada adicional
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Vacuna COVID
Intercambio productos primarios	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	Cosas de papelería
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Bonos de regalo
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	Cosas de papelería
Intercambio productos primarios	Una vez al mes.	Aseo personal, canasta familiar si fuese posible
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos primarios	Una vez al mes.	Domicilio
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Elementos para hacer ejercicios. Buenos perfumes. Elementos ortopédicos
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Domicilio
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Tres veces al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Comida
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Refrescos y dulceria
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Refrescos
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Muchas cosas... de conveniencia, aseo, belleza.
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	.
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	N/A
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Papeleria
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Bolsas de reciclaje
Otro.	Una vez al mes.	Más productos naturales
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Perfumería
Intercambio productos prim	Tres veces al mes.	Considero que Cruz verde y Locatel (que son los que más frecuento) ya tienen de todo
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	Nada en especial
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Alimentos saludables

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Golosinas...
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Algo de comida y bebidas, belleza
Intercambio productos prim	Ninguna.	Esta bien
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	licores
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Suplementos Deportivos con asesoría
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	baños
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Ya está todo
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Más variedad de comidas
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Elementos de primera necesidad
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Licores nacionales y extranjeros
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	N/a
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Nada en particular
Intercambio productos prim	Ninguna.	Ninguno
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Productos naturales
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Utiles escolares
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Opciones de alimentación saludable
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Termómetros, oxímetros, tensiómetro, glucometro
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Reglaos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Reglaos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Licor
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Licor
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Ninguno en especial
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Aceites esenciales
Intercambio productos prim	Ninguna.	

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Tres veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Recargas
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Mercado
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Comida
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Terapia floral
		Ninguno, las droguerías deberían ser solamente para productos del área medicinal (medicamentos, suplementos, dispositivos medicos, etc)
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Otro.	Ninguna.	Preservativos
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Preservativos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
		Pago de servicios publicos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	Vitaminas naturales
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
		Elementos biodegradables
Intercambio productos prim	Ninguna.	

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Si es de reciclaje- unas canecas para reciclar allí instrumentos medicinales como jeringas u otros
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Ninguno diferente a medicamentos, las droguerías en Colombia perdieron el sentido de una farmacia
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Ningún otro
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Otro.	Una vez al mes.	Shampoo especializado para calvicie y dietas
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	Si aún no los hay, productos naturales y revistas de salud
Intercambio productos prim	Ninguna.	Los de tensión,cancer,
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Depositorios para dejar medicamentos vencidos, artículos de cuidado personal elaborados con productos biodegradables.
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	Nada diferente
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Comida de paquetes
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Comida de paquetes
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Puesto de reciclaje de pilas
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Recargas
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Comestibles ligeros
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Otro.	Una vez al mes.	—

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Todos los medicamentos y productos naturales
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Artículos de belleza y productos naturales
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Mercado de primera necesidad
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Pilas recargables con cargador
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Libros
Tarjetas regalo.	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	Champú
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Tecnología
Otro.	Tres veces al mes.	Aseo, cuidado de la piel
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Confitería - Chocolates
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Ninguno
Intercambio productos prim	Ninguna.	Maquillaje
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Cosas de papelería
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Barra de alimentos saludables
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Máquina de café
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Productos naturales
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Productos naturales
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Canasta familiar
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	Alimentos como para el desayuno

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
		Manqueéis de oxígeno, todo lo relacionado con uso de oxígeno, artículos ortopédicos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Cosmeticos
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
		Ninguna otra por cuanto se entiende que estos establecimientos son para venta de medicamentos y cosméticos
Otro.	Ninguna.	
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	Nada especial
Otro.	Dos veces al mes.	
Otro.	Tres veces al mes.	Comida
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Alimentos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Medicamentos
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Productos naturales
Intercambio productos prim	Ninguna.	Ningún otro
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	No se
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	Productos naturistas
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	Nada mas
Dinero en efectivo.	Ninguna.	-
		Ninguno, una droguería debería ser solo para medicamentos y dispositivos médicos.
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Cosas de belleza
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Otro.	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Regalos
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Comida saludable
Tarjetas regalo.	Tres veces al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Fitobioticos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Dulcería
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	Servicios
Intercambio productos prim	Tres veces al mes.	Esencias florales, quilicos
Intercambio productos prim	Tres veces al mes.	Ninguno
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	Alimentos
Dinero en efectivo.	Dos veces al mes.	Alimentos
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Medicina natural y para mascotas
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	Chucherias
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Otro.	Tres veces al mes.	
Intercambio productos prim	Tres veces al mes.	

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Productos de primera necesidad
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Medias para varices-ferulas-corrector de posturas-baños
Intercambio productos prim	Ninguna.	Ninguno
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Nada mas
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Maquillaje
Intercambio productos prim	Tres veces al mes.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Maquillaje
Tarjetas regalo.	Dos veces al mes.	Creo que se encuentra lo que se requiere medicamentos, cosméticos etc
Otro.	Ninguna.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Cuidado personal
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Licor
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Buena atención y accesoría
Intercambio productos prim	Ninguna.	Ninguno
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	Depósitos de reciclaje
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Detalles
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Tres veces al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Encuentro lo necesario

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Cosmeticos
Intercambio productos prin	Una vez al mes.	Hogar
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Accesorios ortopédicos tipo locatel
Dinero en efectivo.	Ninguna.	

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Productos homeopáticos
		Gift cards de servicios como Netflix, playstore, etc
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Ninguna.	No suelo ir a droguerías
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	Venta de agua
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Lo que esté disponible y autorizado
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Artículos ortopédicos, fórmulas naturales
Dinero en efectivo.	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	
		Considero desde que se tenga buen surtido de medicamentos tanto genéricos como de Marca es suficiente
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
		Ninguno, todo lo necesario esta implementado hasta el momento
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Tarjetas regalo.	Ninguna.	Cuidado facial
		Mayor puntos de acopio de pilas y baterías.
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	
Otro.	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Dinero en efectivo.	Ninguna.	Preservativos reciclables
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	

Si pudieras reciclar, ¿Qué beneficio preferirías recibir?	¿Con qué frecuencia vas a una droguería tipo Farmatodo, Locatel, cruz verde?	¿Qué otros elementos te gustaría encontrar en una droguería?
		Medicamentos de diferentes laboratorios, a veces solo encuentras de un tipo, dependiendo la droguería
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Intercambio productos prim	Dos veces al mes.	Cosmeticos
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	Productos hospitalarios
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Tarjetas regalo.	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	Elementos para bebé
Tarjetas regalo.	Una vez al mes.	N/A
Intercambio productos prim	Ninguna.	X
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	Está bien así
		Hoy en día se encuentra mucha variedad de cosas en las droguerías
Intercambio productos prim	Ninguna.	
Intercambio productos prim	Una vez al mes.	NA
Dinero en efectivo.	Una vez al mes.	

Anexo 2. Análisis financiero ECOMARKET



ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL ECOMARKET
ENERO 01-2022
INICIO DEL PROYECTO

PREMISAS	
TOTAL TIENDAS EcoMarket	
Primeros 2 años	5
Tercer año	8
Utilidades socios	Se acumulan, no se reparten
Inflación	5.00%
Gastos de administración	\$4.980.000.000
VENTAS PROYECTADAS	
FARMATODO 2018	\$443.047.000.000.000
FARMATODO 2015	\$251.106.000.000.000
Ventas proyectadas Eco Market (Primer año)	
Tienda + Plástico	\$38.400.000.000,00
INVERSIONES PARA INICIAR	
Gasto Operativo	
Publicidad (TV, radio e impreso)	\$3.648.000.000
Mercancia para 5 locales	\$7.500.000.000
Arriendo locales	\$120.000.000
Total	\$11.268.000.000
Gasto administrativo	
Sueldos	\$1.680.000.000
Arriendo oficinas principales	\$7.000.000
Imprevistos	\$1.000.000,00
Total	\$1.688.000.000,00
Inversión equipos y mobiliario	
Mobiliario	\$2.400.000.000
Equipos para tratamiento del material reciclable	\$800.000.000
Equipos de computo	\$150.000.000
Activos intangibles	\$50.000.000
Total	\$3.400.000.000
Total Inversión	\$16.356.000.000

Datos de Inversión						
Mobiliario	2400000000					
Depreciación	5					
Valor depreciación anual		480000000	480000000	480000000	480000000	\$480.000.000,00
Equipos de computo	150000000				225000000	
Depreciación	3				3	
Valor depreciación anual		500000000	500000000	1250000000	750000000	750000000
Activos intangibles	500000000					
Depreciación	5					
Valor depreciación anual		100000000	100000000	100000000	100000000	100000000
Equipos	800000000					
Depreciación	5					
Valor depreciación anual		160000000	160000000	160000000	160000000	160000000
Total Inversiones	3400000000				225	

Premisa: Solo pediremos prestado el valor del mobiliario, equipos para tratamiento de plástico y equipos de computo						
Tasa de interés de oportunidad EA	30%					
% de Crédito	100,00%	\$2.150.000,00				
Tasa de interés del crédito EA	23,00%					
Plazo del crédito Años	5,00					
Amortización: cuota anual uniforme vencida	\$430.000.000,00			0	0	0
Valor del préstamo solicitado	\$2.150.000.000,00					

Tabla de Amortización del Crédito							
Periodo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Saldo Inicial	\$2.150.000.000,00	\$2.150.000.000,00	\$1.720.000.000,00	\$1.290.000.000,00	\$860.000.000,00	\$430.000.000,00	
Intereses		23%	\$494.500.000,00	\$395.600.000,00	\$296.700.000,00	\$197.800.000,00	\$98.900.000,00
Abono capital			\$430.000.000,00	\$430.000.000,00	\$430.000.000,00	\$430.000.000,00	\$430.000.000,00
Cuota			\$924.500.000,00	\$825.600.000,00	\$726.700.000,00	\$627.800.000,00	\$528.900.000,00
Saldo final	\$2.150.000.000,00	\$1.720.000.000,00	\$1.290.000.000,00	\$860.000.000,00	\$430.000.000,00	\$0,00	
Total Crédito (Préstamo + interés)							

Datos de Desecho						
Valor comercial Mobiliario						\$1.920.000.000,00
Valor Comercial Equipos						\$640.000.000,00
Valor libros Mobiliario						\$480.000.000,00
Valor libros Equipos						\$160.000.000,00
Utilidad antes de impuestos						\$1.920.000.000,00
Impuestos						\$614.400.000,00
Utilidad despues de impuestos						\$1.305.600.000,00
Valores en libros						\$640.000.000,00
Valor de desecho						\$1.945.600.000,00



FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyecciones						
(+) Ingresos Afectados a Impuestos						
ventas		\$38.400.000.000,00	\$40.400.000.000,00	\$42.400.000.000,00	53760000000	55760000000
Cuentas por cobrar		\$3.200.000.000,00	\$3.366.666.666,67	\$3.533.333.333,33	44800000000	46466666667
Ventas efectivas		\$35.200.000.000,00	\$37.033.333.333,33	\$38.866.666.666,67	492800000000	51113333333
(-) Egresos Afectados a Impuestos						
Gasto Administrativo	-\$1.688.000.000,00	-\$2.640.000.000,00	-\$2.772.000.000,00	-\$3.090.600.000,00	-\$3.214.224.000,00	-\$3.342.792.960,00
Gasto Operativo	-\$11.268.000.000,00	-\$2.128.000.000,00	-\$2.213.120.000,00	-\$2.301.644.800,00	-\$2.416.727.040,00	-\$2.537.563.392,00
Préstamo		-\$924.500.000,00	-\$825.600.000,00	-\$726.700.000,00	-\$627.800.000,00	-\$528.900.000,00
Otros Gastos		-\$516.000.000,00	-\$536.640.000,00	-\$558.105.600,00	-\$580.429.824,00	-\$603.647.016,96
Total egresos afec a impuestos		-\$6.208.500.000,00	-\$6.347.360.000,00	-\$6.677.050.400,00	-\$6.839.180.864,00	-\$7.012.903.368,96
(-) Gastos No Desembolsables						
Dep Maquinaria		-\$160.000.000,00	-\$160.000.000,00	-\$160.000.000,00	-\$160.000.000,00	-\$160.000.000,00
Dep Equi Computo		-\$50.000.000,00	-\$50.000.000,00	-\$125.000.000,00	-\$75.000.000,00	-\$75.000.000,00
Dep Mobiliario		-\$480.000.000,00	-\$480.000.000,00	-\$480.000.000,00	-\$480.000.000,00	-\$480.000.000,00
Amortización Intangibles		-\$10.000.000,00	-\$10.000.000,00	-\$10.000.000,00	-\$10.000.000,00	-\$10.000.000,00
Total Egresos No Desembolsables		-\$700.000.000,00	-\$700.000.000,00	-\$775.000.000,00	-\$725.000.000,00	-\$725.000.000,00
Utilidad antes de impuestos (ventas totales)		\$31.491.500.000,00	\$33.352.640.000,00	\$34.947.949.600,00	\$46.195.819.136,00	\$48.022.096.631,04
Impuestos		-\$10.077.280.000,00	-\$10.672.844.800,00	-\$11.183.343.872,00	-\$14.782.662.123,52	-\$15.367.070.921,93
Utilidad Neta		\$21.414.220.000,00	\$22.679.795.200,00	\$23.764.605.728,00	\$31.413.157.012,48	\$32.655.025.709,11
(+) Ajuste por Gastos No Desembolsables		\$700.000.000,00	\$700.000.000,00	\$775.000.000,00	\$725.000.000,00	\$725.000.000,00
(-) Egresos No Afectados a Impuestos						
Maquinaria y equipo	-\$800.000.000,00					
Equipo de computación	-\$150.000.000,00					
Mobiliario	-\$2.400.000.000,00					
Activo Intangible (Tecnología)	-\$50.000.000,00					
Capital de trabajo (el dinero para seguir operando)		\$1.833.333.333,33	\$1.833.333.333,33	\$10.413.333.333,33	1833333333	0
Total Egresos No Afectados a Impuestos	-\$16.356.000.000,00	\$1.833.333.333,33	\$1.833.333.333,33	\$10.413.333.333,33	1833333333	0
(+) Beneficios No Afectados a Impuestos						
Valor de Desecho						\$1.945.600.000,00
Recuperación del Capital de Trabajo						\$15.913.333.333
Préstamo	-\$2.150.000.000,00					
Total Beneficios No Afectados a Impuestos	-\$16.356.000.000,00	\$30.124.833.333,33	\$21.742.026.666,67	\$31.155.104.800,00	\$32.365.808.597,33	\$28.592.767.840,85
		\$6.816.948.717,95	\$368.635.897,44	\$7.609.465.230,77	\$8.540.775.844,10	\$5.638.436.800,66

CONCLUSIONES	
TIO EA	30%
VPM O VNA	\$6.816.948.717,95
B/C	\$3,40
TIR EA	172%
TIRM EA o TVR	73%
ANÁLISIS	
1. El proyecto es viable porque el inversionista recupera la mayor parte de la inversión desde el primer año	
2. Por cada peso que invierte el inversionista tendrá 3 pesos con 40 centavos de ganancia	
3. Para el inversionista es mejor tener el dinero invertido en el proyecto que por fuera de este	



ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Estado de resultados Projectado ECOMARKET

	2022	2023	2024	2025	2026
Ventas	38.400.000.000	40.400.000.000	42.400.000.000	53.760.000.000	55.760.000.000
Costo de ventas	-2.128.000.000	-2.213.120.000	-2.301.644.800	-2.416.727.040	-2.537.563.392
UTILIDAD BRUTA	36.272.000.000	38.186.880.000	40.098.355.200	51.343.272.960	53.222.436.608
Gastos de Administración	-2.640.000.000	-2.772.000.000	-3.090.600.000	-3.214.224.000	-3.342.792.960
Depreciación	-700.000.000	-700.000.000	-775.000.000	-725.000.000	-725.000.000
UTILIDAD OPERATIVA	32.932.000.000	34.714.880.000	36.232.755.200	47.404.048.960	49.154.643.648
Otros ingresos	0	0	0	0	0
Otros Egresos	-\$6.208.500.000,00	-\$6.347.360.000,00	-\$6.677.050.400,00	-\$6.839.180.864,00	-\$7.012.903.368,96
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	26.723.500.000	28.367.520.000	29.555.704.800	40.564.868.096	42.141.740.279
Impuestos	-10.077.280.000	-10.672.844.800	-11.183.343.872	-14.782.662.124	-15.367.070.922
UTILIDAD NETA	16.646.220.000	17.694.675.200	18.372.360.928	25.782.205.972	26.774.669.357
Margen Neto	43%	44%	43%	48%	48%
Margen Ebitda	86%	86%	85%	88%	88%



**BALANCE DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL ECOMARKET
ENERO 01-2022
INICIO DEL PROYECTO**

CONSIDERACIONES

Activo

1. Dinero-Caja: corresponde al dinero para gastos administrativos, arriendo de locales, bodegas y oficinas e inversión en publicidad

Pasivo

1. Corresponde a la deuda financiera de la empresa

ENERO 01 2022			
ACTIVO		PASIVO	
Dinero - Caja	\$ 5.455.000.000		
Maquinaria y equipos	\$ 3.350.000.000		
Activos Intangibles (Bases de Datos)	\$ 50.000.000		
Inventario	\$ 7.500.000.000	TOTAL PASIVO	\$ 2.150.000.000
Imprevistos	\$ 1.000.000		
		PATRIMONIO	
		Capital Social	\$ 14.206.000.000
		Total Patrimonio	\$ 14.206.000.000
Total Activo	\$ 16.356.000.000	Total Pas+ Patrimonio	\$ 16.356.000.000

Anexo 3. Carta al inversionista

ECOMARKET S.A.S.

Resumen Ejecutivo

Carolina Calderón
Margarita Vera
Sergio Pachón

Estimado Inversionista,

En EcoMarket S.A.S buscamos contribuir con la sostenibilidad ambiental y vincular un nuevo sistema de pago que nos permita preservar y cuidar medio ambiente, en ese sentido buscamos un inversionista que tenga interés en temas relacionados con sostenibilidad, métodos de pago y proyección a futuro, que esté dispuesto a invertir en nuestra compañía.

El inversionista tendrá la posibilidad de hacer parte de un proyecto pionero en el ejercicio de encontrar nuevas formas de pago y comercialización de la canasta familiar, contribuyendo activamente con el reciclaje de plástico, reutilización de elementos reciclables y cuidado del medio ambiente.

Eco Market es una organización líder en creación y adopción de un nuevo sistema de pago para adquirir productos de primera necesidad en términos de productos farmacéuticos, cosméticos, artículos de tocador, alimentos y bebidas no perecederos con materiales reciclables buscando la preservación y el cuidado del medio ambiente; EcoMarket aparece como opción para permitir la comercialización por medio de elementos reciclables, atendiendo la necesidad de satisfacer al cliente en brindarle diferentes formas de pago a la hora de adquirir dichos productos, lograr atender la cantidad de residuos reciclables que no son manejados y aparecen en las principales ciudades del país y lograr vincular las diferentes familias al proyecto de sostenibilidad ambiental.

Nuestra organización permite ubicar productos farmacéuticos, cosméticos, artículos de tocador, alimentos y bebidas no perecederos, en un solo lugar en diferentes puntos de las ciudades más grandes del país, luego de realizar el análisis de la competencia, encontramos que Eco Market le permitirá al cliente final obtener los productos con un 5% menos en comparación con los principales competidores, adicional, permitirá vincular a nuestros clientes potenciales a encontrarse con un propósito en términos de sostenibilidad, preservación y cuidado del medio ambiente.

Para realizar una consulta, contacta:

Correo electrónico: info@ecomarket.com

Teléfono: 922 164 654

ECOMARKET S.A.S.

Resumen Ejecutivo

Carolina Calderón
Margarita Vera
Sergio Pachón

Teniendo en cuenta que una de las formas transaccionales es por medio de materiales reciclables, EcoMarket le apuesta al almacenamiento, tratamiento y reutilización de estos productos, promoviendo un concepto ecológico y de cuidado por el medio ambiente, satisfaciendo las necesidades de los hogares colombianos.

EcoMarket pretende atender las necesidades de comercialización y cuidado del medio ambiente en familias de estratos tres a seis en las principales ciudades de Colombia satisfaciendo la necesidad de productos de primera línea de canasta familiar y droguería; considerando que los principales actores a la hora de tomar un decisión son padre y/o madre de familia, se pretende ingresar al mercado por medio de puntos de venta físicos en diferentes lugares de las principales ciudades, adicional a ello generar campañas de expectativa, en redes sociales, desarrollo de aplicación móvil y difusión de principales medios de comunicación.

A continuación, se describe la estrategia que será empleada por EcoMarket para dar vida a todo el modelo de negocio, en donde los procesos estratégicos, operativos y de apoyo están a lo largo y ancho de la operación; dentro del proceso estratégico se evidencia la presencia del sistema de gestión de calidad, la alianza con los proveedores que reciben el material reciclable, la comunicación con el cliente y el área de talento humano para entender y atender la necesidad puntual de nuestros clientes. El proceso operativo se encargará de dar respuesta a la logística, almacenamiento y transporte, identificando los mejores precios de los proveedores de medicamentos y alimentos para cumplir nuestra promesa de valor de mantener en un 5% menos los precios dentro de nuestra organización. Finalmente, dentro del proceso de apoyo se evidencian actividades puntuales en términos legales y regulatorios, de mantenimiento y control de recursos en la financiación de todo el proyecto, buscando cumplir con todos los estándares de calidad al momento de ofrecer nuestros productos y servicios al cliente final en cada una de las ciudades del país.

Para realizar una consulta, contacta:

Correo electrónico: info@ecomarket.com

Teléfono: 922 164 654

ECOMARKET S.A.S.

Resumen Ejecutivo

Carolina Calderón
Margarita Vera
Sergio Pachón

En cuanto al equipo y la organización, en EcoMarket contamos con una Junta Directiva, constituida por tres personas altamente capacitadas y con amplia experiencia en el ámbito farmacéutico y de dirección de este tipo de organizaciones, para soportar la operación se cuenta con una dirección general y de recursos humanos y tres gerencias, administrativa y financiera, de operaciones y mercadeo y ventas.

La gerencia administrativa y financiera tiene como responsabilidad garantizar el cumplimiento de las políticas financieras y de administración de la organización y el desarrollo del personal a cargo.

Frente a la gerencia de operaciones, se garantizará el correcto abastecimiento de productos en las diferentes sedes, manejo de inventario y la gestión de calidad y cumplimiento de requisitos regulatorios de los procesos de la empresa.

Finalmente, la gerencia de mercadeo y ventas tendrá la responsabilidad de dar a conocer y posicionar la marca, incrementar la participación en el mercado, estableciendo estrategias que permitan maximizar las ventas, en él soportará todo lo relacionado con medios de comunicación, penetración de mercado, pautas publicitarias e imagen de EcoMarket.

Por lo anterior, estamos solicitando una inversión de \$7.103.000.000 por el 23% de la compañía.

Gracias por su tiempo y atención,

Cordialmente,

Equipo EcoMarket S.A.S.

Para realizar una consulta, contacta:

Correo electrónico: info@ecomarket.com

Teléfono: 922 164 654