

**INVESTIGACIÓN DE LOS SECTORES ECONÓMICOS DE VESTUARIO Y
CALZADO EN FLORENCIA - CAQUETÁ**

PRESENTADO POR:

OSCAR HUMBERTO MEDINA SÁNCHEZ

PARA:

CÁMARA DE COMERCIO DE FLORENCIA.

**UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
X SEMESTRE
FLORENCIA-CAQUETÁ
2011**

INTRODUCCIÓN

Florencia es un municipio lleno de muchas limitaciones las cuales afectan el desarrollo empresarial de la región, por este motivo se convierten en un reto diario para las empresas y negocios que están en el mercado poder sostenerse y brindar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes; Este documento hará evidente la importancia de los sectores de vestuario y calzado en la región, es por esto que se realizará una investigación sobre el nivel de dinamismo que han venido presentando en los años 2009 – 2010 estos dos sectores; que permita determinar su comportamiento de acuerdo a sus ventas, proveedores, personal empleado, etc.

Este estudio ayuda a determinar qué modalidad dedicada al comercio al por mayor y al de tal de mercancías en el sector de Vestuario, Calzado, y el comercio de estos dos sectores (Vestuario-Calzado) a la misma vez en el punto de venta; es la más dinámica y atractiva; es decir, que de acuerdo a la variables antes mencionadas, pueda ser la empresa más rentable y atractiva en el municipio; La metodología de este trabajo se basa en la recopilación de los datos cuantitativos y cualitativos más significativos del sector por medio de trabajo de campo con formato de encuestas aplicadas a cada subsector.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Realizando investigaciones permanentes que establezcan el nivel de dinamismo que presenta el sector de vestuario y el sector de calzado en Florencia, se podrá determinar su importancia y atractivo para las personas que desean crear su empresa a nivel local?

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación está basada en el crecimiento e importancia que ha venido teniendo a nivel nacional, departamental y municipal el sector económico vestuario y calzado; por este motivo, es necesario realizar una investigación que permita determinar el nivel de dinamismo que presentan estos dos sectores en el área urbana de la ciudad de Florencia - Caquetá para tener una visión clara del sector más atractivo y rentable, que de acuerdo variables como ventas anuales, personal ocupado, salarios per cápita, proveedores, entre otros, nos permitan determinarlo. Además de poder identificar el nivel de dinamismo de estos dos sectores; esta investigación se realiza con el ánimo de poder dejar un registro ordenado de datos que permitan ser punto de referencia para otras investigaciones, ya que en cuanto a este tema ninguna institución se ha dedicado a realizar estudios rigurosos referente a estos dos sectores a nivel de Florencia.

OBJETIVOS

General

- Determinar el nivel de dinamismo por medio de las variables (ventas anuales, personal ocupado, salarios per cápita, proveedores, entre otros,) que presentan el sector de vestuario y el sector de calzado en los dos últimos años (2009 – 2010) en el municipio de Florencia-Caquetá.

Específicos

- Clasificar los establecimientos de vestuario y calzado registrados en la Cámara de Comercio de Florencia.
- Implementar un diseño de investigación, definir el formato de encuestas para cada sector.
- Realizar un análisis de la información recolectada para determinar el subsector dedicado al comercio de (vestuario, calzado, vestuario-calzado) más atractivo.
- Recolectar antecedentes de estudios previos relativos a estos sectores y a la vez realizar un comparativo de su dinámica.

MARCO TEÓRICO

MARCO CONCEPTUAL

Ropa: (también llamada vestimenta, atuendo o indumentaria) es el conjunto de prendas generalmente textiles fabricadas con diversos materiales y usadas para vestirse, protegerse del clima adverso.

Utilidades de la ropa

La ropa sirve para protegerse, sobre todo, del clima adverso:

- Frío: la ropa facilita la circulación del aire alrededor de la piel y evita por tanto el contacto del aire frío con la piel y la salida del aire recalentado por la piel. Por otra parte, las fibras de los tejidos capturan aire y lo inmovilizan; este aire capturado tiene una mala conductividad térmica (este hecho también se explota en las ventanas de doble cristal).
- Sol intenso: Los tejidos claros evitan la radiación ultravioleta y las quemaduras en la piel, y por tanto protegen del calor.
- Precipitación: (lluvia, nieve) etc.: Algunos tejidos, llamados impermeables, impiden el contacto del agua con la piel. El agua es un muy buen absorbente térmico, y el agua fría de lluvia o de la nieve provoca un enfriamiento importante de la persona.

Calzado: El calzado es la parte de la indumentaria utilizada para proteger los pies. Adquiere muchas formas, como zapatos, zapatillas, sandalias, alpargatas, botas o deportivas.

El calzado es vestido por una variedad de motivos, incluyendo la protección del pie, la higiene, sirve para la estabilidad y resistencia sobre el terreno o el simple adorno. A menudo se utilizan medias o calcetines al vestir calzado.

Fuente: <http://es.wikipedia.org/wiki/Indumentaria>

Diseño de investigación transversal: se centra en analizar:

- Cuál es el nivel o estado de una o diversas variables en un momento dado.
- Cuál es la relación entre un conjunto de variables en un punto del tiempo.

Tipo de investigación exploratorios: son útiles cuando:

- El tema o problema es poco estudiado.
- Sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos.
- Obtener información para hacer una investigación más completa.

Fuentes y técnicas de investigación

- Fuente primaria: es aquella obtenida por medio de la percepción y la relación directa por el investigador para una finalidad específica.

Las técnicas para recolectar información primaria son:

- observación
- encuesta
- entrevista
- experimento

- Fuente secundaria: hace referencia a información existente.

Técnicas de recolección:

- análisis de documentos
- internet

Precios corrientes: es el valor de las operaciones a precios del momento del registro, es decir que incluye el efecto inflacionario.

Precios constantes: es el valor de las operaciones a un precio que se ha elegido como base y por lo tanto no contienen efecto inflacionario.

Subempleo Subjetivo: se refiere al simple deseo manifiesto por el trabajador de mejorar sus ingresos, el número de horas trabajadas o tener una labor más propia de sus competencias.

Subempleo Objetivo: comprende a quienes tienen el deseo, pero además han hecho una gestión para materializar su aspiración y están en disposición de efectuar el cambio.

Tasa global de Participación (TGP): Es la relación porcentual entre la población económicamente activa y la población en edad de trabajar. Este indicador refleja la presión de la población en edad de trabajar sobre el mercado laboral.

Tasa de Desempleo (TD): Es la relación porcentual entre el número de personas que están buscando trabajo (DS), y el número de personas que integran la fuerza laboral (PEA)

Tasa de Ocupación (TO): Es la relación porcentual entre la población ocupada (OC) y el número de personas que integran la población en edad de trabajar (PET).

Tasa de Subempleo (TS): Es la relación porcentual de la población ocupada que manifestó querer y poder trabajar más horas a la semana (PS) y el número de personas que integran la fuerza laboral (PEA)-

Ventas: es el intercambio de un bien o servicio por un valor monetario establecido de acuerdo con las características del mismo. Para efectos de la investigación se investigan las ventas totales efectuadas durante el año por el (los) establecimiento(s) cualquiera sea el plazo o la forma de pago (a crédito o al contado/efectivo, cheque o tarjeta de crédito).

Prestaciones sociales: son las remuneraciones obligatorias y/o voluntarias diferentes a los sueldos y salarios, que el empleador efectuó a su personal ocupado durante el mes. Incluye los aportes patronales al seguro social y/o cajas de compensación; primas legales y extralegales; pago de vacaciones; subsidio familiar, de alimentación, de transporte, asistencia médica y gastos funerarios; viáticos y comisiones ocasionales; seguros de vida y riesgo pagados directamente por la empresa; indemnizaciones por enfermedad profesional y despido de trabajo; auxilio de vivienda; cesantías pagadas; becas a hijos de trabajadores y otras a favor del empleado.

Personal ocupado: corresponde al personal promedio ocupado en la empresa, hombres y mujeres, contratado en forma directa, por ésta o a través de agencias de empleo diferenciando de estos a los propietarios, socios y familiares con remuneración fija, vendedores a domicilio y comisionistas que no sean empleados de la empresa. En la Muestra Mensual de Comercio al por Menor se solicita esta información teniendo en cuenta el tipo de vinculación así:

1. Propietarios, socios y familiares sin remuneración
2. Personal permanente
3. Personal temporal contratado directamente por la empresa

Comercio al por menor o minorista: es *“la reventa (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados, a la vista del público en general, destinados exclusivamente para su consumo o uso personal o doméstico.*

Comercio: se define comercio como *“la reventa (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados, ya sea que ésta se realice al por menor o al por mayor. Incluye las actividades de los corredores, agentes, subastadores y comisionistas dedicados a la compra y venta de mercancías a nombre y por cuenta de terceros”.*

MARCO NORMATIVO

Según el CÓDIGO DE COMERCIO, ARTICULO 16. <DELITOS QUE IMPLICAN PROHIBICIÓN DEL EJERCICIO DEL COMERCIO COMO PENA ACCESORIA>. Siempre que se dicte sentencia condenatoria por delitos contra la propiedad, la fe pública, la economía nacional, la industria y el comercio, o por contrabando, competencia desleal, usurpación de derechos sobre propiedad industrial y giro de cheques sin provisión de fondos o contra cuenta cancelada, se impondrá como pena accesoria la prohibición para ejercer el comercio de dos a diez años.

Según el CÓDIGO DE COMERCIO, ARTICULO 19. <OBLIGACIONES DE LOS COMERCIANTES>. Es obligación de todo comerciante:

- 1) Matricularse en el registro mercantil;
 - 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
 - 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
 - 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
 - 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
 - 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.
- En criterio del editor, para la interpretación de este numeral debe tenerse en cuenta lo dispuesto en la Ley 256 de 1996, "Por la cual se dictan normas sobre competencia desleal", publicada en el Diario Oficial No. 42.692 del 18 de enero de 1996.

Según el CÓDIGO DE COMERCIO, TITULO V. DE LA COMPETENCIA DESLEAL ARTICULO 75. <HECHOS CONSTITUTIVOS DE COMPETENCIA DESLEAL>

Constituyen competencia desleal los siguientes hechos:

- 1) Los medios o sistemas encaminados a crear confusión con un competidor, sus establecimientos de comercio, sus productos o servicios;
- 2) Los medios o sistemas tendientes a desacreditar a un competidor, sus establecimientos de comercio, sus productos o servicios;
- 3) Los medios o sistemas dirigidos a desorganizar internamente una empresa competidora o a obtener sus secretos;
- 4) Los medios o sistemas encausados a obtener la desviación de la clientela siempre que sean contrarios a las costumbres mercantiles;
- 5) Los medios o sistemas encaminados a crear desorganización general del mercado;

- 6) Las maquinaciones reiteradas tendientes a privar a un competidor de sus técnicos o empleados de confianza, aunque no produzcan la desorganización de la empresa ni se obtengan sus secretos;
- 7) La utilización directa o indirecta de una denominación de origen, falsa o engañosa; la imitación de origen aunque se indique la verdadera procedencia del producto o se emplee en traducción o vaya acompañada de expresiones tales como "género", "manera", "imitación", o similares;
- 8) Las indicaciones o ponderaciones cuyo uso pueda inducir al público a error sobre la naturaleza, modo de fabricación, características, aptitud en el empleo o cantidad del producto, y
- 9) En general, cualquier otro procedimiento similar a los anteriores, realizado por un competidor en detrimento de otros o de la colectividad, siempre que sea contrario a las costumbres mercantiles.

Según el CÓDIGO DE COMERCIO, ARTICULO 76. <COMPETENCIA DESLEAL-SANCIONES>. <Artículo derogado por el artículo 33 de la Ley 256 de 1996.>

ARTÍCULO 76. El perjudicado por actos de competencia desleal tendrá acción para que se le indemnicen los perjuicios causados y se conmine en la sentencia al infractor, bajo multas sucesivas hasta de cincuenta mil pesos, convertibles en arresto, a fin de que se abstenga de repetir los actos de competencia desleal. El juez, antes del traslado de la demanda, decretará de plano las medidas cautelares que estime necesarias, siempre que a la demanda se acompañe prueba plena, aunque sumaria, de la infracción y preste la caución que se le señale para garantizar los perjuicios que con esas medidas pueda causar al demandado o a terceros durante el proceso.

Según el CÓDIGO DE COMERCIO, ARTICULO 77. <COMPETENCIA DESLEAL-PROPAGANDA>. <Artículo derogado por el artículo 33 de la Ley 256 de 1996.>

ARTÍCULO 77. Prohíbese la propaganda comercial que tienda a establecer competencia desleal a otros productores o distribuidores de mercancías, en general, o servicios de igual o similar naturaleza. Presúmase desleal la propaganda comercial si se hace por sistemas de bonificación al consumidor, consistente en rifas, sorteos, cupones, bonos, vales, estampillas y otros medios pagaderos en dinero o en especie, en los siguientes casos:

- 1) Cuando se trate de artículos catalogados oficialmente de primera necesidad;
- 2) Cuando sean productos o servicios sometidos a controles sanitarios;
- 3) Cuando el precio de los productos o servicios en el mercado o su calidad se afecten por el costo de las bonificaciones, y 4) Cuando el incentivo para el consumidor esté en combinación con cualquier procedimiento en que intervenga el azar.

METODOLOGÍA

ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN: En esta investigación, se utilizara un enfoque cuantitativo, ya que ésta, recolecta información medible y cuantificable, utilizando el método de la encuesta, donde se seleccionara una muestra de 100 elementos del total de la población (590) establecimientos comerciales registrados en la Cámara de Comercio de Florencia; donde se analizara una muestra por sector de 40 establecimientos de VESTUARIO; 30 establecimientos de CALZADO; 30 establecimientos dedicados a la compra y venta a la vez de ambos sectores en el mismo punto de venta (CALZADO - VESTUARIO).

NOTA : Cabe mencionar que en esta investigación se tomo como establecimientos comerciales a los fabricantes de estos dos sectores, esto a que en Florencia la actividad industrial es mínima y se realiza como producción y comercialización en el mismo punto de fabrica; además muchos de ellos son informales, por tanto se hace muy sesgada la búsqueda de información.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: En esta investigación, se utilizara un diseño transversal, pues se recolecta datos en el año actual (2011), buscando describir variables como ventas, generación de empleo, salarios, proveedores, entre otros, para analizar su interrelación e incidencia en el nivel de dinamismo de los sectores objeto de estudio.

TIPO DE INVESTIGACIÓN: En esta investigación, se utilizara un tipo de investigación exploratoria, pues recolectamos información de las características sobre las diferentes variables de los establecimientos, identificando así, el dinamismo de los sectores.

DISEÑO MUESTRAL: El diseño muestral es ESTADÍSTICO – DESCRIPTIVO.

POBLACIÓN OBJETIVO: Establecimientos comerciales (590) de los sectores económicos de VESTUARIO y CALZADO dedicados al comercio al por mayor y al por menor de mercancías.

FÓRMULA PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Cuando conocemos el tamaño de la población como es el caso de poblaciones finitas (tamaño conocido, pequeño), la muestra necesaria es más pequeña y su tamaño se determina mediante la fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2(N-1)}{Z^2pq}}$$

n = Tamaño de la muestra que deseamos conocer.

N = Tamaño conocido de la población.

Z = nivel de confianza del 92%, por lo tanto Z = 1,75.

E = Error del 8% = (0,08).

p. q = (0,5) (0,5) = (0,25).

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 100 elementos (Establecimientos Comerciales).

MÉTODO DE SELECCIÓN: El método de selección es Muestreo Aleatorio Simple o probabilística sin reposición que es aquella en la que todos los sujetos de la población han tenido la misma probabilidad de ser escogidos.

COBERTURA GEOGRÁFICA: Municipio de Florencia – Caquetá.

FUENTE DE DATOS: La fuente es primaria, puesto que se realizarán encuestas para obtener datos referentes a las variables ya mencionadas y secundaria, pues se consultaron bases de datos, investigaciones previas, conceptos como, vestuario, calzado, entre otros relacionados a la investigación.

ANTECEDENTES

INDICADOR DE MERCADO LABORAL DEL DEPARTAMENTO

DOMINIO	2009				2010			
	TGP	TO	TS (subj)	TD	TGP	TO	TS (subj)	TD
Caquetá	51,6	45,0	17,8	12,9	52,1	46,0	18,0	11,8
Total Nacional	61,5	54,1	29,9	12,0	62,9	55,5	32,9	11,7

FUENTE: DANE (Principales indicadores de mercado laboral por Departamentos 2009 - 2010)

En 2009, Caquetá presentó una tasa global de participación de 51,6% superior en 0,9 puntos porcentuales frente a la registrada en 2008 (50,7%), la tasa de ocupación fue 45,0% inferior en 1,2 puntos porcentuales frente a la registrada en 2008 (46,2%). La tasa de desempleo del departamento de Caquetá fue 12,9% en 2009.

La tasa de subempleo subjetivo fue 17,8%, superior en 1,2 puntos porcentuales frente a la registrada en 2008 (16,6%).

En 2010, Caquetá presentó una tasa global de participación de 52,1%, la tasa de ocupación fue de 46% superior en 1 punto porcentuales frente a la registrada en 2009 (45,0%). En el año de referencia, la tasa de desempleo del departamento de Caquetá fue 11,8%.

La tasa de subempleo subjetivo fue 18,0%, superior en 0,2 puntos porcentuales frente a la registrada en 2009 (17,8%).

Mercado laboral, por ciudades y áreas metropolitanas 2009

Área	Tasa global de participación	Tasa de ocupación	Tasa de desempleo
	2009	2009	2009
Total 24 ciudades y áreas metropolitanas	64,1	55,7	13,1
Florencia	56,4	49,2	12,9

FUENTE: DANE (Principales indicadores de mercado laboral por Departamentos 2010)

Tasa global de participación, ocupación, subempleo subjetivo, subempleo objetivo y desempleo Total 24 ciudades Trimestre móvil Mayo - julio de 2011

DOMINIO	TGP	TO	TS (subj)	TS (obj)	TD	
Florencia	59,9	51,3	19,6	7,1	14,3	>
Total 24 ciudades	66,0	58,4	29,1	12,4	11,5	<

FUENTE: DANE (Gran Encuesta Integrada de Hogares)

<> : Variación de la TD frente al promedio del año corrido anterior.

Total nacional y Florencia. Variación y contribución del IPC, por grupos de gasto 2009

Año base=2008

Grupos	2009			
	Variación	Contribución	Variación	Contribución
	Porcentual	(Puntos)	Porcentual	(Puntos)
	Nacional		Florencia	
TOTAL	2,0	2,0	1,7	1,7
Vivienda	4,3	1,3	5,6	1,6
Educación	6,3	0,4	0,7	0,0
Otros gastos	3,8	0,2	2,6	0,3
Salud	4,9	0,1	3,2	0,1
Transporte	0,3	0,1	-0,8	-0,1
Comunicaciones	0,9	0,0	0,9	0,0
Alimentos	-0,3	-0,1	-0,6	-0,2
Vestuario	-0,3	0,0	-0,9	-0,1
Diversión, cultura y Esparcimiento	0,5	0,0	-1,0	0,0

FUENTE: DANE

La variación del IPC de Florencia, analizada por grupos de gastos, indica que la vivienda fue el renglón más representativo, ya que presentó la mayor variación y se ubicó por encima del promedio total para la ciudad, a la vez que fue el de mayor contribución. Situación similar se presentó a nivel nacional, con lo cual se puede concluir que los productos de la canasta básica relacionados con la vivienda fueron los de mayor contribución en el IPC de Colombia durante 2009

Florencia. Principales indicadores del mercado laboral

Concepto	2009	%	En miles
población en edad de trabajar		74,5	99
Tasa global de participación		56,4	56
Tasa de ocupación		49,2	49
Tasa de desempleo		12,9	7
Tasa de subempleo subjetivo		14,2	
Tasa de subempleo objetivo		5,5	
POBLACIÓN TOTAL			133

FUENTE: DANE

En 2009, la tasa de desempleo termino en 12,9% frente a 12,7 % presentado en 2008; esto represento 0,2 pp. de incremento. Con respecto a las 24 ciudades (13,1%), la tasa de desempleo de Florencia se ubico por debajo del promedio de muchas ciudades importantes como Cali (13,6%), Medellín (15,7%).

El incremento registrado en la tasa de desocupación de la ciudad se explica por el incremento de 3% en los desocupados que pasaron de 6.962 a 7.171 personas, frente al 1.9% de la fuerza laboral que subió de 54.699 a 55.764 personas. El nivel de desocupación en los cesantes, es decir aquellos desocupados que se encuentran buscando empleo pero que ya habían trabajado, llego a un total de 7.000, cifra que se mantiene estable entre 2006 y 2009. Con respecto a 2008, no se presentaron variaciones notorias en el nivel de desocupación y, por tanto, tampoco por ramas de actividad económica.

Al mismo tiempo, los resultados de subempleo (subjetivo y objetivo) indican una mejora en la calidad de los puestos de trabajo (Gráfico 2.3.4.). Las cifras de subempleo subjetivo muestran que entre 2008 y 2009 la tasa disminuyó en 8,4 pp al pasar de 22,6% a 14,2%. Lo anterior se debe, principalmente, a que el porcentaje de inconformes con su situación laboral y que no necesariamente hicieron algo por solucionarla en lo concerniente a sus ingresos, se redujo a 13,2% luego de estar en 20,6%.

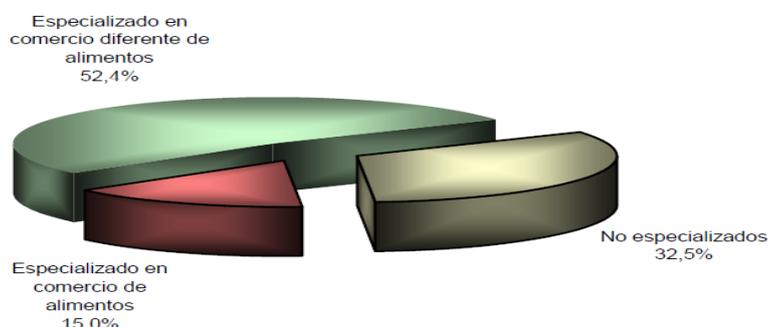
Situación similar ocurre con el subempleo objetivo que define a los empleados que están inconformes pero que hacen alguna gestión para mejorar su condición. La principal razón con la que demuestran su inconformismo es por la insuficiencia en ingresos (4,9%), si bien en 2009 esta población se redujo.

ENCUESTA ANUAL DEL COMERCIO 2009

COMERCIO MINORISTA 2009

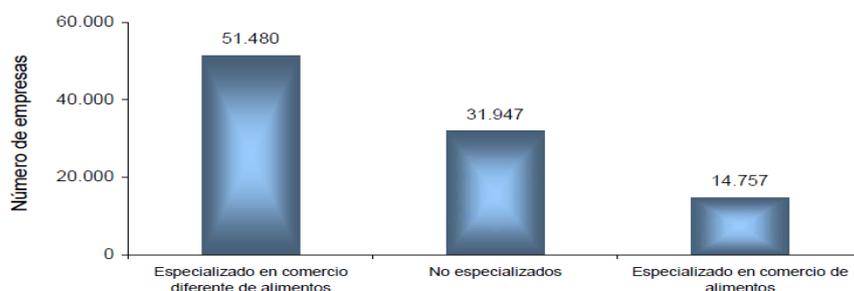
En 2009, la Encuesta Anual de Comercio investigó 2.881 fuentes clasificadas en comercio minorista, 186 empresas más que en 2008; estas empresas representaron un universo de 98.184 empresas, correspondientes a 77,6% del total de empresas del sector. El 67,5% (66.237) eran especializadas en la comercialización de un grupo de mercancías, según clasificación CIIU Revisión 3 A.C.; el restante 32,5% (31.947) pertenecían al comercio minorista no especializado.

Distribución del número de empresas comerciales minoristas 2009pr



FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

Número de empresas comerciales minoristas 2009pr



FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

Dentro del comercio minorista especializado, la mayor concentración de empresas se presentó en los subsectores dedicados al comercio *especializado en alimentos* (22,3%), *productos*

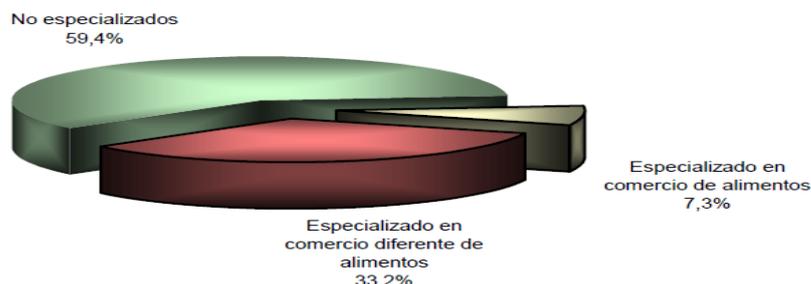
farmacéuticos, perfumería, cosméticos y tocador (14,4%) y ferretería, cerrajería y productos de vidrio (13,8%).

VENTAS Y COSTOS DE VENTAS

En el año 2009, las ventas del sector minorista ascendieron a \$72,5 billones, equivalentes a 40,1% de las ventas del sector comercio; de este valor, \$43,1 billones correspondieron al comercio minorista no especializado y \$29,4 billones al comercio minorista especializado. Al interior de este último, la participación más alta fue la de las empresas especializadas en la venta de *alimentos* (18,0%).

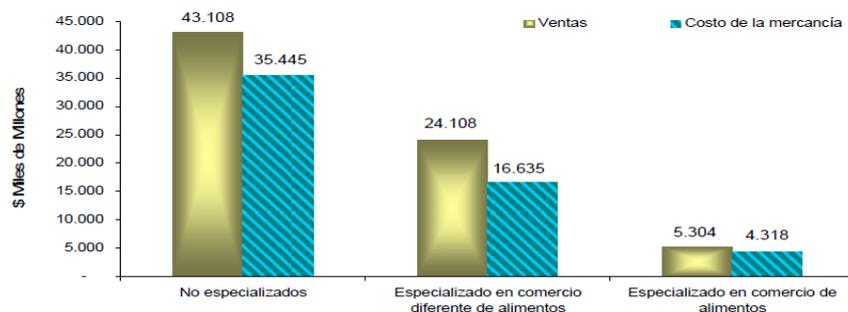
Por otra parte, los costos de la mercancía vendida en establecimientos minoristas ascendieron a \$56,4 billones, lo que significó 40,1% del costo de las mercancías vendidas por el sector.

Distribución de las ventas del comercio minorista 2009pr



FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

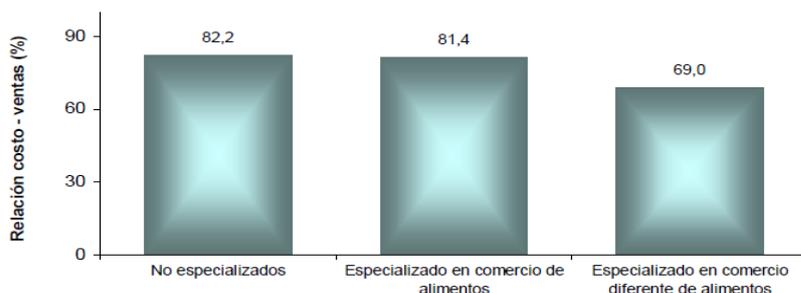
Ventas y costo de la mercancía del comercio minorista 2009pr



FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

La relación costo/ventas del comercio minorista fue 77,8%; dentro del comercio especializado la relación más alta la presentó el conjunto de empresas dedicadas a la comercialización de pintura (80,1%).

Relación costo ventas del comercio minorista 2009pr



FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

PERSONAL OCUPADO Y REMUNERACIONES

Durante el año 2009, el comercio minorista ocupó en forma directa un promedio de 479.155 personas y en forma indirecta, a través de agencias especializadas en el suministro de personal, 33.986. Del personal vinculado directamente, 57,5% laboró en el comercio especializado y 42,5% en el no especializado.

La remuneración causada por el personal contratado y remunerado directamente por el comercio minorista en 2009 fue \$4,9 billones, lo que significó una participación de 46,3% en el total del comercio. Los sueldos y salarios causados fueron de \$3,1 billones, es decir, 46,6% del total generado directamente por el comercio; las prestaciones alcanzaron un monto de \$1,8 billones, que correspondieron a 45,9% de lo causado por este concepto en el sector. El coeficiente prestaciones del personal remunerado en 2009 fue 58,2%.

Distribución del personal ocupado directo y la remuneración en el comercio minorista

Actividad CIU Rev 3 A.C.	Participación (%)				
	Personal Ocupado	Personal Remunerado	Sueldos y salarios causados	Prestaciones	Remuneración
No especializados	42,5	45,2	47,2	49,9	48,1
Especializados	57,5	54,8	52,8	50,1	51,9
Total comercio minorista	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

Personal ocupado directo y personal remunerado en el comercio minorista. 2009pr



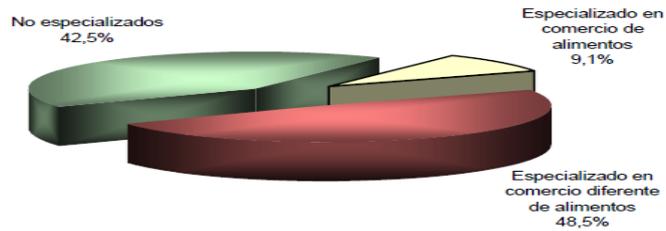
FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

Distribución del personal ocupado directo y remuneración causada en el comercio minorista especializado

Descripción - Actividad CIU Rev 3 A.C.	Participación (%)				
	Personal ocupado directo	Personal remunerado	Sueldos y salarios causados	Prestaciones	Remuneración
Especializado en comercio de alimentos	15,8	11,5	9,9	9,7	9,8
Productos farmacéuticos, perfumería y de tocador	15,1	15,1	16,3	16,1	16,2
Textiles	2,8	3,2	3,0	2,9	2,9
Prendas de vestir y sus accesorios	14,2	15,3	15,5	15,9	15,7
Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero	7,7	8,8	8,3	8,4	8,4
Artículos de uso doméstico	12,3	14,1	13,8	13,7	13,8
Diversos	8,3	8,3	8,8	8,8	8,8
Ferretería, cerrajería y productos de vidrio	11,6	10,9	10,4	10,5	10,5
Pintura	1,4	1,3	1,1	1,1	1,1
Libros, periódicos y artículos de papelería	4,8	4,6	4,9	5,2	5,0
Resto	6,0	7,0	7,9	7,6	7,8
Total comercio especializado	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

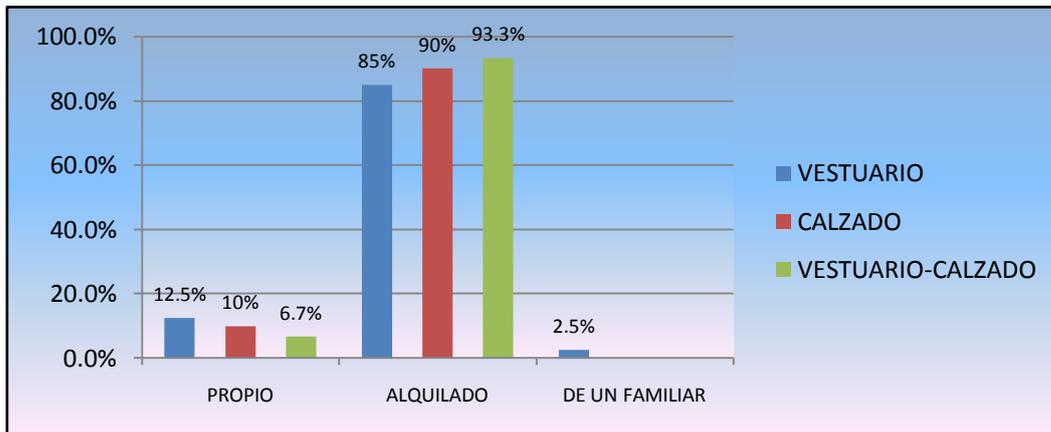
Distribución del personal ocupado en el comercio minorista 2009pr



FUENTE: DANE (Encuesta anual del Comercio 2009)

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

¿EL ESTABLECIMIENTO ES?

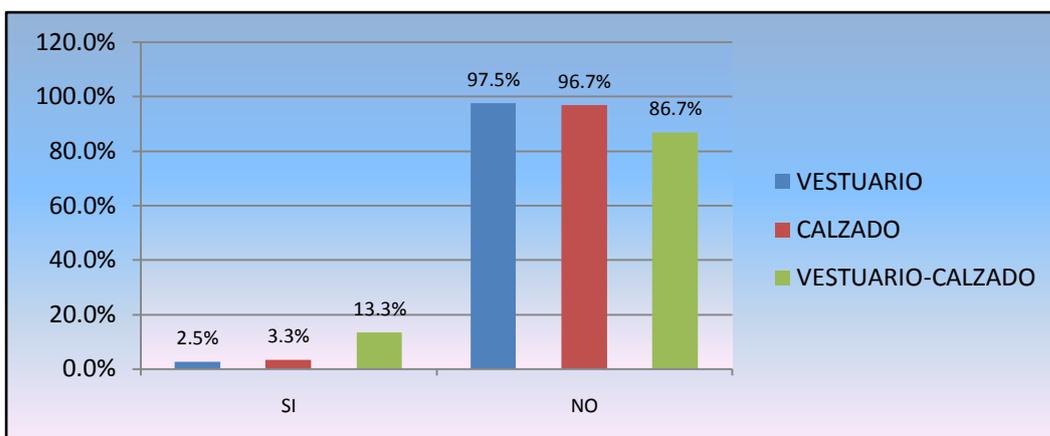


El 12,5% de los encuestados del sector de vestuario tienen de propiedad el establecimiento comercial en el que ejercen sus actividades los cuales equivalen a 5 personas del total de los encuestados; el 85% respondieron que el establecimiento era alquilado, los cuales corresponden a 34 personas y un 2,5% contestaron que era de un familiar, el cual corresponde a 1 persona.

El establecimiento comercial es de propiedad para el 10% de los encuestados del sector de calzado, los cuales equivalen a 3 personas del total encuestados; el 90% respondieron que el establecimiento es alquilado los cuales corresponden a 27 personas.

De los que se dedican a ambas actividades (vestuario-calzado) en el mismo establecimiento, el 6,7% dijeron que era de su propiedad el cual corresponde a 2 personas del total de encuestados; el 93,3% de los encuestados contestaron que el establecimiento es alquilado los cuales corresponden a 28 personas.

¿EN COMPARACIÓN DEL AÑO 2010 CON EL 2009 AUMENTO EL ÁREA DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL?

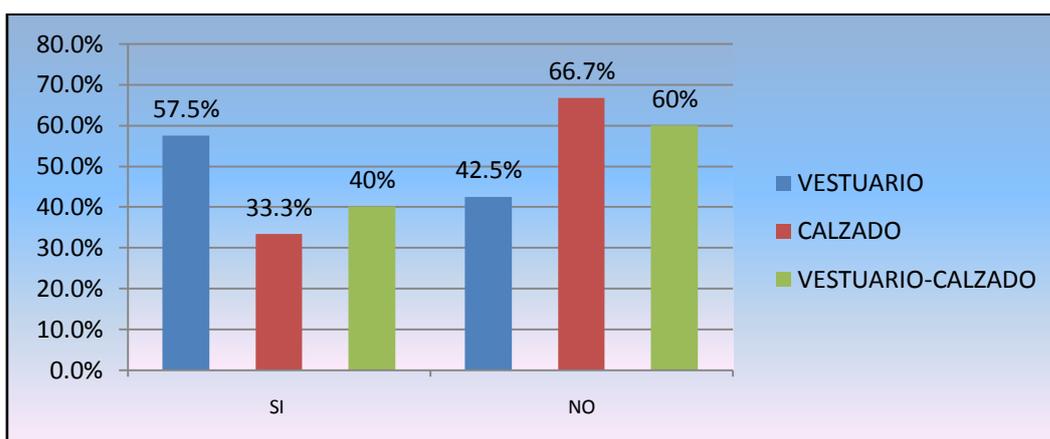


Del total de los establecimientos de vestuario encuestados el 97,5% contestaron no haber aumentado el área del establecimiento comercial los cuales equivalen a 39 personas encuestadas, 1 persona considero si haber ampliado el establecimiento comercial la cual corresponde al 2,5% del total de la población.

De las encuestas realizadas al sector de calzado el 96,7% consideraron no haber realizado aumento del área comercial los cuales corresponden a 29 personas, 1 persona considero haber aumentado el área comercial el cual equivale al 3,3% de los encuestados.

El 86,7% de los encuestados dedicados a ambas actividades en el mismo punto de venta contestaron no haber realizado ampliación del área comercial los cuales equivalen a 26 personas, 4 personas si realizaron la ampliación del establecimiento comercial, las cuales tienen un equivalente al 13,3% de los encuestados.

¿EN COMPARACIÓN DEL AÑO 2010 CON EL 2009 REALIZÓ INVERSIONES DE REFORMA O MEJORA AL ESTABLECIMIENTO?



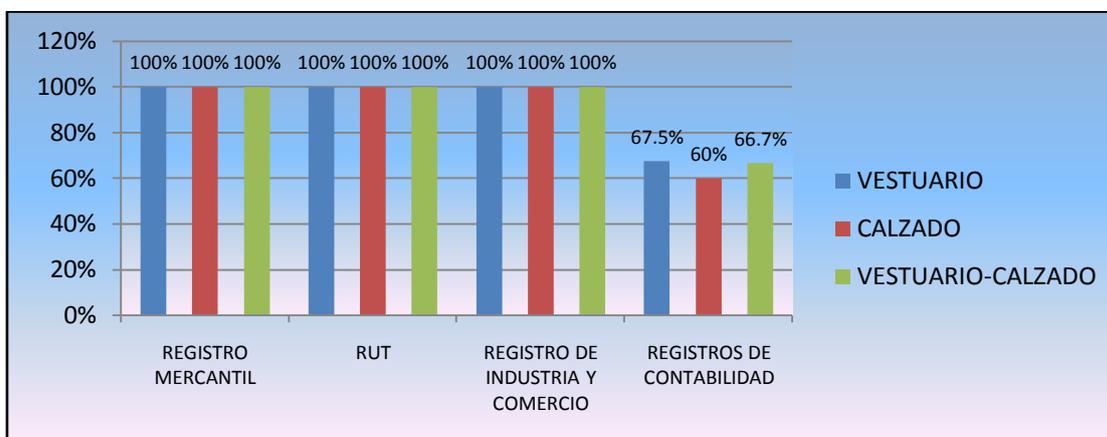
El 57,5% (23 personas) de los encuestados del sector de vestuario afirmaron haber hecho inversiones de mejora al establecimiento comercial, por otro lado el 42,5% (17 personas) restantes consideraron no realizar ningún tipo de mejora.

En el sector de calzado el 33,3% (10 personas) de los encuestados consideraron haber realizado algún tipo de mejora al establecimiento, al mismo tiempo el 66,7% (20 personas) restantes dijeron que no habían realizado ninguna inversión al establecimiento.

De los encuestados dedicados a las dos actividades (vestuario-calzado) económicas el 40% (12

personas) afirmo realizar inversiones de mejora al establecimiento, por otra parte el 60% (18 personas) restante considero no realizar inversiones al establecimiento.

¿ESTA UNIDAD ECONÓMICA O NEGOCIO POSEE?

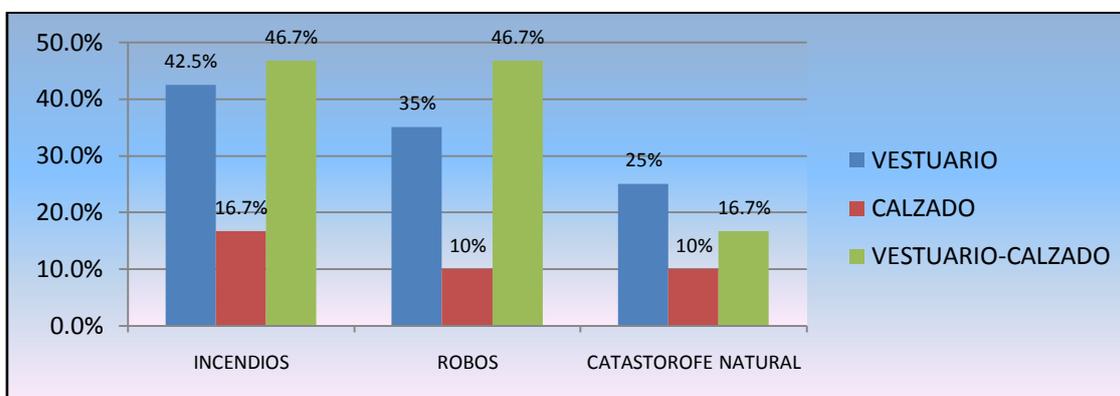


Los establecimientos de vestuario el 100% (40 establecimientos) tienen registro mercantil, RUT, registro de industria y comercio, en cambio 67,5% (27 establecimientos) tienen o llevan registros de contabilidad.

De los establecimientos de calzado el 100% (30 establecimientos) tienen registro mercantil, RUT, registro de industria y comercio, por otro lado el 60% (18) tienen o llevan registros de contabilidad.

Los establecimientos dedicados a las dos actividades (calzado-vestuario) el 100% (30 establecimientos) tienen registro mercantil, RUT, registro de industria y comercio, de otro lado el 66,7% (20 establecimientos) tienen o llevan registros de contabilidad.

¿EL ESTABLECIMIENTO ESTÁ ASEGURADO CONTRA?

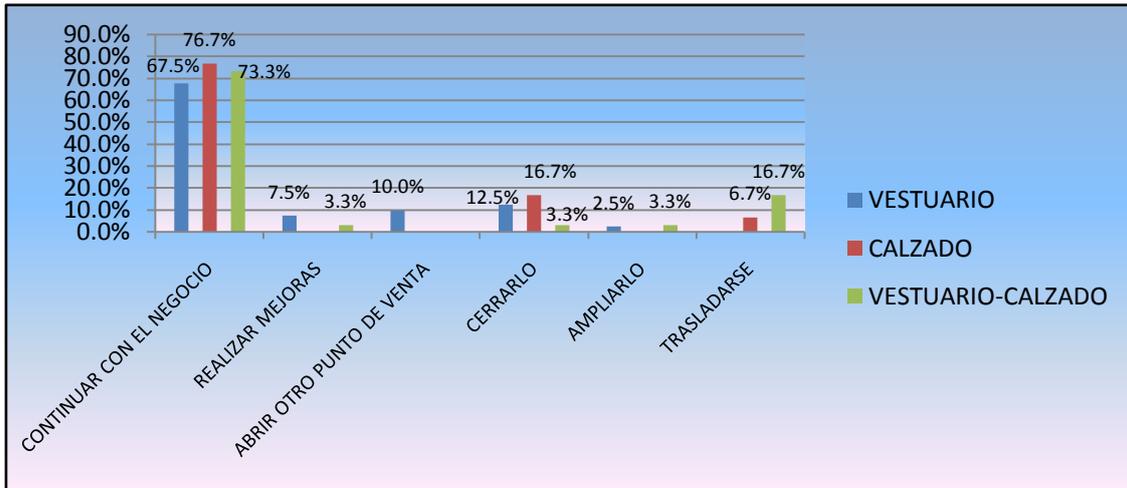


De los establecimientos de vestuario el 42,5% (17 establecimientos) están asegurados contra incendios, el 35% (14 establecimientos) tienen seguro contra robos y el 25% (10 establecimientos) tienen seguros contra catástrofes naturales.

De los establecimientos de calzado el 16,7% (5 establecimientos) están asegurados contra incendios, el 10% (3 establecimientos) tienen seguro contra robos y el 10% (3 establecimientos) poseen seguros contra catástrofes naturales.

De los establecimientos dedicados a ambas actividades (vestuario-calzado) el 46,7% (14 establecimientos) están asegurados contra incendios, el 46,7% (14 establecimientos) tienen seguro contra robos y el 16,7% (5 establecimientos) poseen seguros contra catástrofes naturales.

¿PERSPECTIVAS DEL NEGOCIO EN LOS PRÓXIMOS DOS / TRES AÑOS?

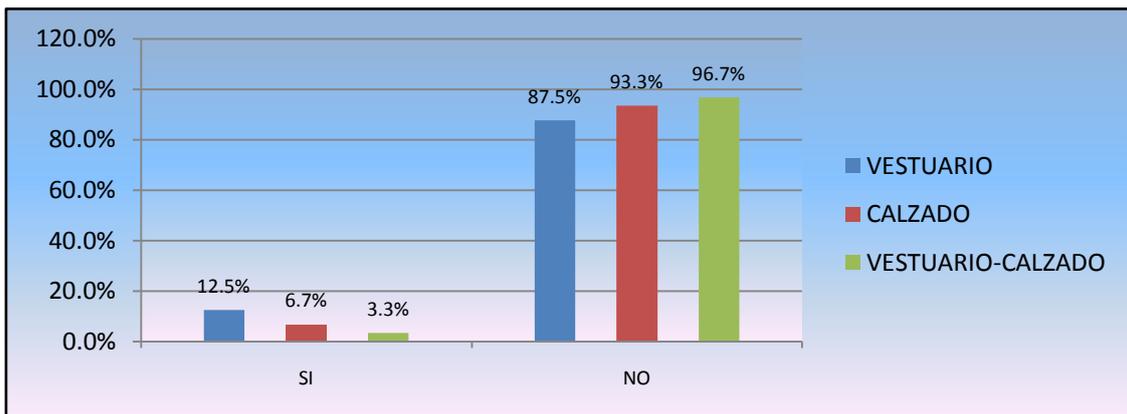


Del 100% de las encuestas realizadas al sector de vestuario el 67,5% (27 personas) opinaron que dentro de sus perspectivas era continuar con el negocio, el 7,5% (3 personas) dijeron realizar mejoras, el 10% (4 personas) creen abrir otro punto de venta y el 12,5% (5 personas) piensan cerrar el negocio.

Del 100% de las encuestas realizadas al sector de calzado el 76,7% (23 personas) opinaron que dentro de sus perspectivas era continuar con el negocio, el 16,7% (5 personas) piensan cerrar el negocio, el 6,7% (2 personas) piensan trasladarse a otro sitio.

Del 100% de las encuestas realizadas a los comerciantes de ambos sectores (vestuario-calzado) el 73,3% (22 personas) opinaron que dentro de sus perspectivas era continuar con el negocio, el 3,3% (1 persona) piensa realizar mejoras al establecimiento, el 3,3% (1 persona) piensa cerrar el negocio, el 3,3% (1 persona) cree poder ampliar el establecimiento y el 16,7% (5 personas) restante piensan trasladarse a otro punto.

¿EL ESTABLECIMIENTO TIENE PÁGINA WEB O HACE PRESENCIA EN UN SITIO WEB?



Del total de las encuestas realizadas al sector de vestuario el 12,5% (5 personas) afirmaron tener página web, por otro lado el 87,5% (35 personas) dijeron no tener página web.

Del total de las encuestas realizadas al sector de calzado el 6,7% (2 personas) afirmaron tener página web, de otro modo el 93,3% (28 personas) dijeron no tener página web.

Del total de las encuestas realizadas a los comerciantes de los dos sectores (vestuario-calzado) el 3,3% (1 persona) afirmó tener página web, por otro lado el 96,7% (29 personas) contestaron no tener página web.

CRUCE DE VARIABLES DE LA SECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

VESTUARIO

El 12,5% de los encuestados del sector de vestuario tienen de propiedad el establecimiento comercial en el que ejercen sus actividades los cuales equivalen a 5 personas del total de los encuestados, de este porcentaje ninguno aumento el área del establecimiento comercial y 2 personas no realizaron ningún tipo de mejoramiento en tanto 3 personas si invirtieron en reformas. De ellos 1 persona no lleva registros de contabilidad lo que evidencia la forma en que administra su negocio. Por otro lado en los que tiene que ver con si tienen algún tipo de seguro 3 personas tienen seguro contra incendios, 2 no lo tienen; en cuanto a robos 2 lo tienen y 3 no lo tienen; en tanto a catástrofe natural 2 lo tienen y 3 no lo tienen, con esto podemos ver el riesgo que están tomando los comerciantes al ejercen su actividad. En cuanto a las perspectivas del negocio 1 personas piensa cerrar el establecimiento, por ultimo ninguno de estos propietarios tiene página web.

El 85% respondieron que el establecimiento era alquilado (34 personas), de este porcentaje 33 personas afirmaron no haber aumentado el área del establecimiento y 1 persona si lo amplió; de este total de personas 19 afirmaron haber realizado inversiones de mejora, 15 personas no realizaron ninguna inversión; De ellos 12 personas no llevan registros de contabilidad; de este porcentaje 13 personas afirmaron tener seguro contra incendios y 21 personas respondieron no tenerlo; de este total 11 personas tienen seguro contra robos y 23 personas no tiene; 7 personas tienen seguro contra catástrofe natural y 27 personas no; 24 personas afirmaron que dentro de sus perspectivas es continuar con el negocio, abrir otro punto de venta 3 personas; ampliar 1 persona, realizar mejoras 3 personas; cerrarlo 3 personas; 29 personas no tienen pagina web, 5 personas si tienen, con estos resultados podemos apreciar el poco uso que se le está dando a las TICS, siendo estas una herramienta indispensable para el funcionamiento eficiente de un negocio.

CALZADO

El establecimiento comercial es de propiedad para el 10% (3 personas) de los encuestados del sector de calzado; De estas personas 2 no ampliaron ni realizaron inversiones de mejoras al establecimiento comercial y 1 persona si realizo ampliación y mejoras al establecimiento; todos estos establecimientos cuentan con los registros pertinentes para el desarrollo de su actividad; al mismo tiempo ninguno de los propietarios tiene asegurado el establecimiento comercial; 2 de estas personas aspiran continuar con el negocio y 1 propietario piensa cerrar el negocio; de los 3 propietarios encuestados ninguno hace uso de las TICS, en este caso de tener o hacer presencia en un sitio web.

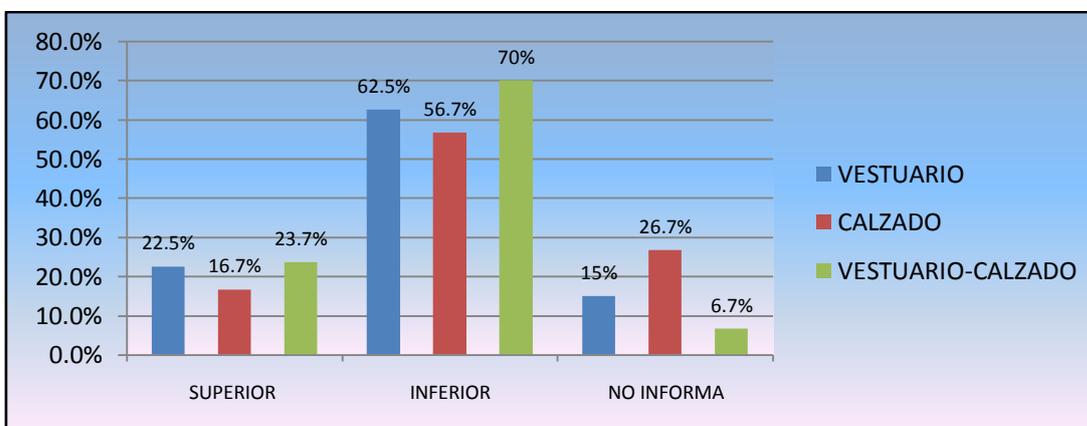
El 90% (27 personas) respondieron que el establecimiento es alquilado; de este porcentaje 27 personas afirmaron no haber ampliado el local comercial; ni realizado ningún tipo de reforma 18 encuestados, mientras que 9 personas si consideraron haber realizado algún tipo de reforma; de las personas que tienen arrendado el local 12 de ellas no lleva registros de contabilidad, de resto todos cumplen con los diferentes registros; de estas personas 5 tienen seguro contra incendio y 22 personas no lo tienen, al mismo tiempo 3 personas tienen seguro contra robos y 24 personas no tienen este tipo de seguro, 3 de ellos están asegurados contra catástrofes naturales y 24 personas no aseguran su local comercial; 21 personas de los encuestados pretende continuar con el negocio, 4 personas piensan cerrarlo y 2 personas aspiran trasladarse; por ultimo 2 establecimientos tienen pagina web y 25 de ellos no.

COMERCIALIZACIÓN DE LOS DOS SECTORES (VESTUARIO-CALZADO) EN EL MISMO LOCAL

De los que se dedican a ambas actividades (vestuario-calzado) en el mismo establecimiento, el 6,7% (2 personas) dijeron que era de su propiedad; 1 persona afirmó haber realizado la ampliación y reforma del local comercial y 1 persona dijo no haber ampliado ni reformado el local; las 2 personas cumplen con llevar todos los registros; las 2 personas tienen asegurado el local contra incendios y robos pero no tienen seguro de catástrofes naturales; ambas personas piensan continuar con su negocio y a la vez uno tiene página web pero el otro no.

El 93,3% (28 personas) de los encuestados contestaron que el establecimiento es alquilado; de este porcentaje 3 personas realizaron ampliación del local comercial y 25 encuestados restantes no ampliaron el local; por otra parte 11 encuestados realizaron inversiones de reforma y 17 personas no realizaron ningún tipo de inversión; todos los encuestados llevan correctamente los registros menos el registro de contabilidad donde 18 personas sí lo llevan pero 10 personas no; de estos encuestados 12 personas tienen seguros contra incendios y robos y 16 personas no tienen estos seguros, el seguro de catástrofe natural lo tienen 5 personas y 23 personas no lo tienen; de estas personas 20 contestaron que ellos pensaban seguir con el negocio, 1 persona dijo que realizar mejoras, 1 persona afirmó que pensaba cerrar el establecimiento, 1 persona dijo tener pensado ampliarlo y 5 personas quieren trasladarse de local; todos los 28 encuestados no se preocupan por tener una página web o hacer presencia en un sitio web.

¿CUÁL FUE EL COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS EN EL AÑO 2010 FRENTE A LAS DEL 2009?



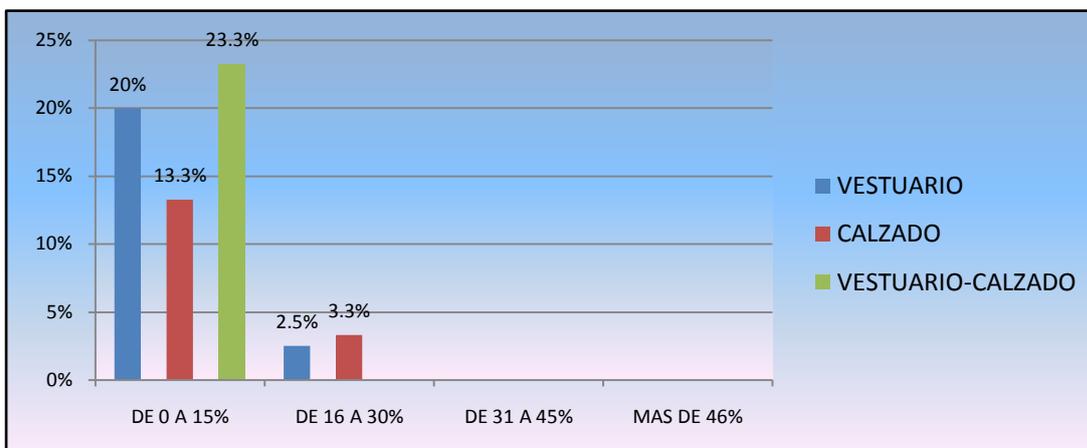
En el sector de vestuario el 22,5% (9 personas) afirmó que sus ventas fueron superiores en el año 2010 frente al 2009, el 62,5% (25 personas) afirmaron que sus ventas fueron inferiores de un año a otro, el 15% (6 personas) restante no informaron.

En el sector de calzado el 16,7% (5 personas) afirmó que sus ventas fueron superiores en el año 2010 frente al 2009, el 56,7% (17 personas) afirmaron que sus ventas fueron inferiores de un año a otro, el 26,7% (8 personas) restante no informaron.

Los comerciantes de los dos sectores (vestuario-calzado) el 23,7% (7 personas) afirmó que sus ventas fueron superiores en el año 2010 frente al 2009, el 70% (21 personas) afirmaron que sus ventas fueron inferiores de un año a otro, el 6,7% (2 personas) restante no informaron.

DE ACUERDO A LA PREGUNTA ANTERIOR EN TÉRMINOS PORCENTUALES (%), ¿CUÁL FUE SU VARIACIÓN?

SUPERIOR

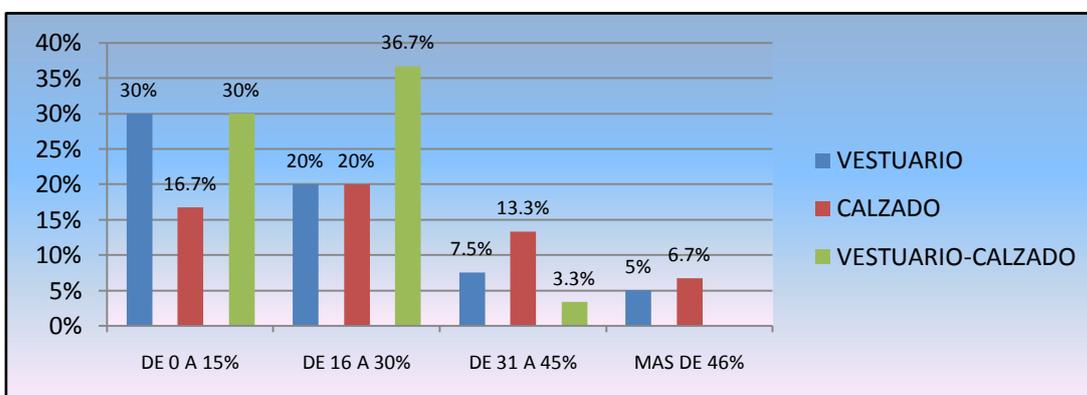


De las personas que dijeron que sus ventas fueron superiores en cuanto al sector de vestuario el 20% (8 personas) dijo que aumentaron de un 0 a un 15%, un 2,5% (1 persona) dijo que sus ventas aumentaron de un 16% a 30%.

De las personas que dijeron que sus ventas fueron superiores en cuanto al sector de calzado el 13,3% (4 personas) dijo que aumentaron de un 0 a un 15%, un 3,3% (1 persona) dijo que sus ventas aumentaron de un 16% a 30%.

De las personas que dijeron que sus ventas fueron superiores en cuanto ambos sectores (vestuario-calzado) el 23,3% (7 personas) dijo que aumentaron de un 0 a un 15%.

INFERIOR



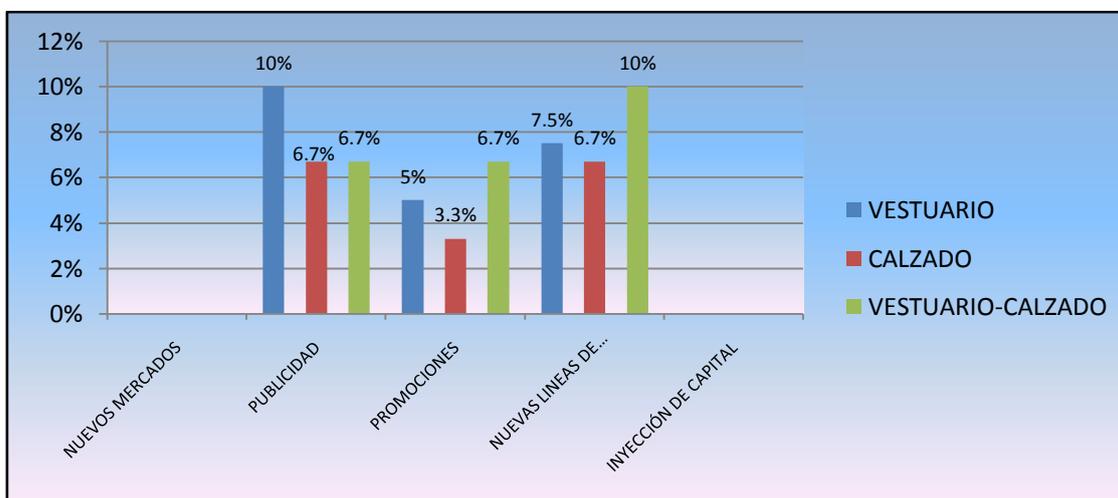
De las personas que dijeron que sus ventas fueron inferiores en cuanto al sector de vestuario el 30% (12 personas) dijo que disminuyeron de un 0 a un 15%, un 20% (8 personas) dijo que sus ventas disminuyeron de un 16% a 30%, un 7,5% (3 personas) afirmaron que sus ventas disminuyeron de un 31% a un 45% y un 5% (2 personas) afirmaron que las ventas bajaron más de un 46%.

De las personas que dijeron que sus ventas fueron inferiores en cuanto al sector de calzado el 16,7% (5 personas) dijo que disminuyeron de un 0 a un 15%, un 20% (6 personas) dijo que sus ventas disminuyeron de un 16% a 30%, un 13,3% (4 personas) afirmaron que sus ventas disminuyeron de un 31% a un 45% y un 6,7% (2 personas) afirmaron que las ventas bajaron más de un 46%.

De las personas que dijeron que sus ventas fueron inferiores en cuanto a los dos sectores (vestuario-calzado) el 30% (9 personas) dijo que disminuyeron de un 0 a un 15%, un 36,7% (11 personas) dijo que sus ventas disminuyeron de un 16% a 30%, un 3,3% (1 persona) afirmó que sus ventas disminuyeron de un 31% a un 45%.

DE ACUERDO A LAS PREGUNTAS ANTERIORES, ¿CUÁL CREE QUE FUERON LAS CAUSAS DE VARIACIÓN EN VENTAS?

CAUSALES DE INCREMENTO

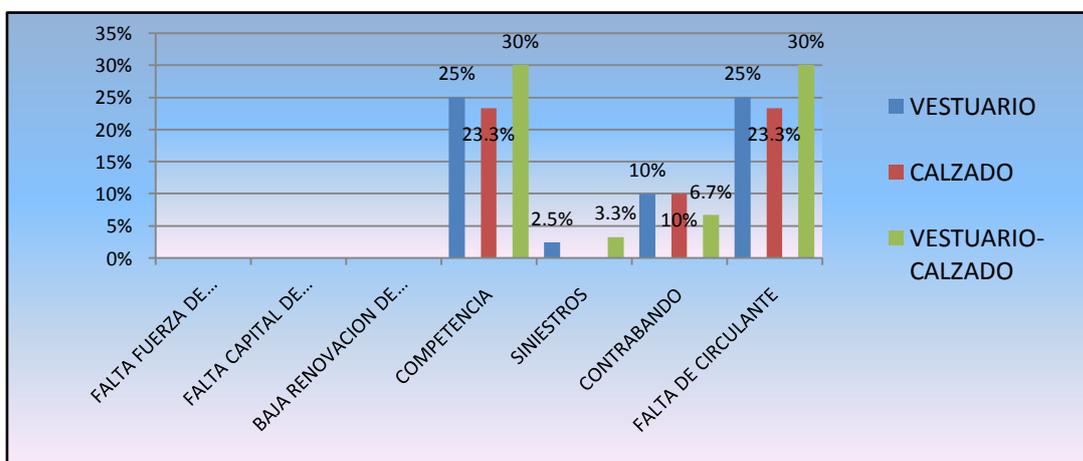


Del total de las personas que afirmaron que sus ventas aumentaron de un año a otro en el sector de vestuario el 10% (4 personas) opinaron que las causales de incremento se dio por invertir en publicidad, un 7,5% (2 personas) dijeron que se dio por promociones que ofrecieron, un 7,5% (3 personas) opino que el incremento se dio debido a nuevas líneas de comercialización.

Del total de las personas que afirmaron que sus ventas aumentaron de un año a otro en el sector de calzado el 6,7% (2 personas) opinaron que las causales de incremento se dio por invertir en publicidad, un 3,3% (1 persona) dijo que se dio por promociones ofrecidas, un 6,7% (2 personas) opino que el incremento se dio debido a nuevas líneas de comercialización.

Del total de las personas que afirmaron que sus ventas aumentaron de un año a otro en ambos sectores (vestuario-calzado) el 6,7% (2 personas) opinaron que las causales de incremento se dio por invertir en publicidad, un 6,7% (2 personas) dijo que se dio por promociones ofrecidas, un 10% (3 personas) opino que el incremento se dio debido a nuevas líneas de comercialización.

CAUSALES DE DISMINUCIÓN



Del total de las personas que afirmaron que sus ventas disminuyeron de un año a otro en el sector de vestuario el 25% (10 personas) opinaron que las causales de disminución son debido a la

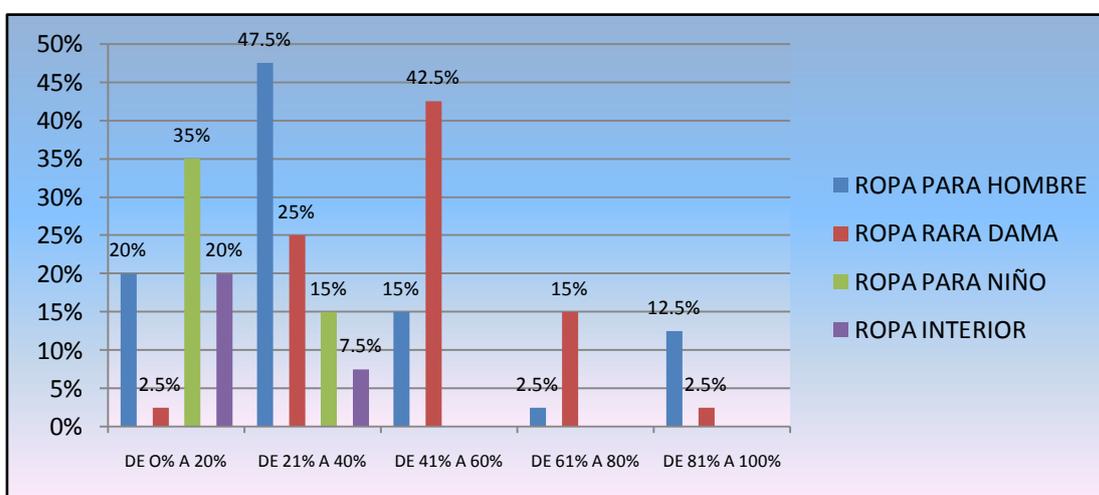
competencia, un 2,5% (1 persona) dijo que se dio por siniestros, un 10% (4 personas) dijeron que se dio por a causa del contrabando en la ciudad, un 25% (10 personas) opinaron que la disminución se dio por el falta del circulante en la región.

Del total de las personas que afirmaron que sus ventas disminuyeron de un año a otro en el sector de calzado el 23,3% (7 personas) opinaron que las causales de disminución son debido a la competencia, un 10% (3 personas) dijeron que se dio por a causa del contrabando en la ciudad, un 23,3% (7 personas) opinaron que la disminución se dio por el falta del circulante en la región.

Del total de las personas que afirmaron que sus ventas disminuyeron de un año a otro en los dos sectores (vestuario-calzado) el 30% (9 personas) opinaron que las causales de disminución son debido a la competencia, un 3,3% (1 persona) dijo que se dio por siniestros, un 6,7% (2 personas) dijeron que se dio por a causa del contrabando en la ciudad, un 30% (9 personas) opinaron que la disminución se dio por el falta del circulante en la región.

DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE, ¿CUÁL ES SU PARTICIPACIÓN (%)?

VESTUARIO



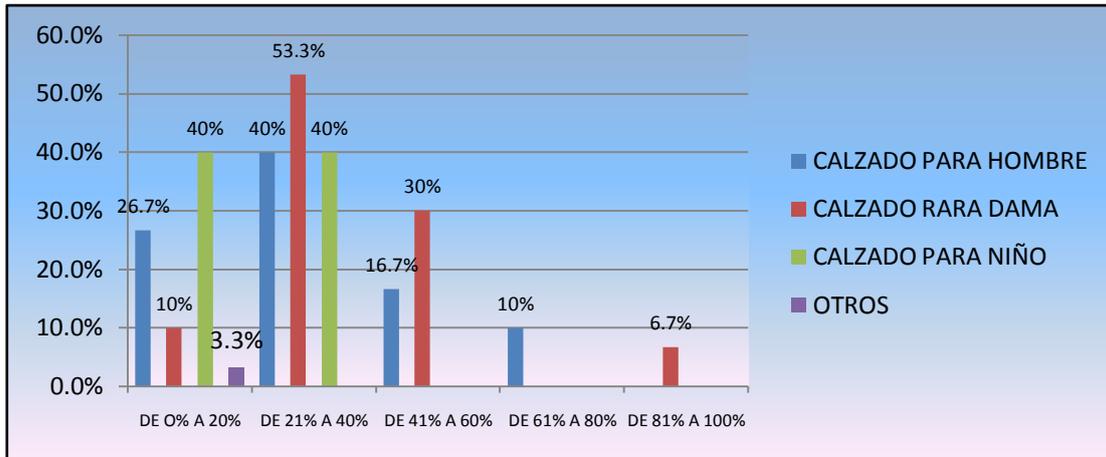
El 20% (8 personas) de los encuestados, opinaron que la ropa para hombre participa de un 0 a 20%, un 47,5% (19 personas) afirmaron que la ropa para hombre participa de un 21% a 40%, un 15% (6 personas) afirman que la ropa para hombres participa de un 41% a 60%, un 2,5% (1 persona) cree que la ropa para hombre tiene una participación de 61% a 80%, un 12,5% (5 personas) creen que la ropa para hombre tiene una participación de 81% a 100%.

El 2,5% (1 persona) de los encuestados, cree que la ropa para dama participa de un 0 a 20%, un 25% (10 personas) afirmaron que la ropa para dama participa de un 21% a 40%, un 42,5% (17 personas) afirman que la ropa para dama participa de un 41% a 60%, un 15% (6 personas) creen que la ropa para dama tiene una participación de 61% a 80%, un 2,5% (1 persona) cree que la ropa para dama tiene una participación de 81% a 100%.

El 35% (14 personas) de los encuestados, creen que la ropa para niño participa de un 0 a 20%, un 15% (6 personas) afirmaron que la ropa para niño participa de un 21% a 40%.

El 20% (8 personas) de los encuestados, creen que la ropa interior participa de un 0 a 20%, un 7,5% (3 personas) afirmaron que la ropa interior participa de un 21% a 40%.

CALZADO



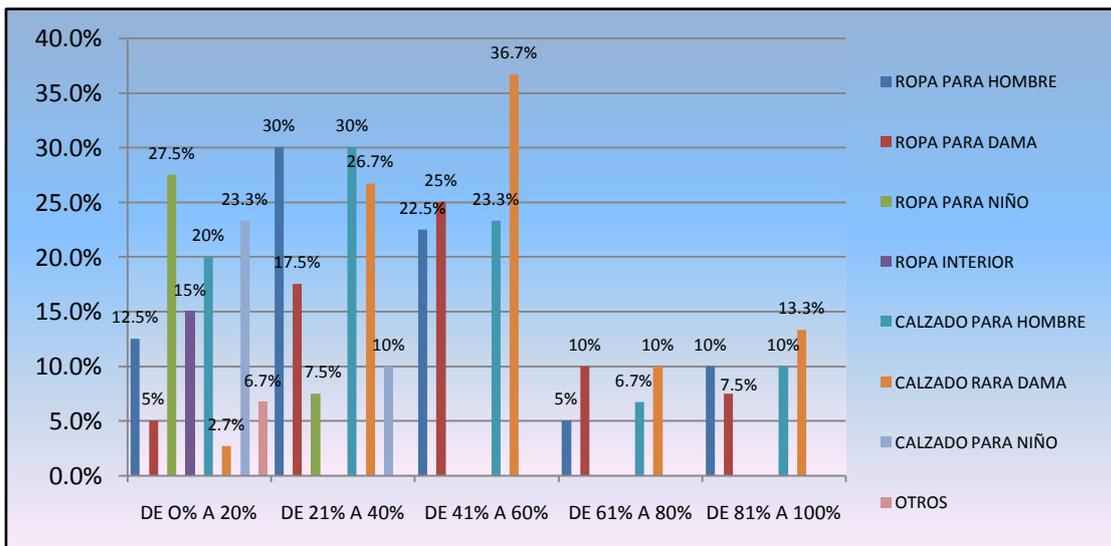
El 26,7% (8 personas) de los encuestados, opinaron que el calzado para hombre participa de un 0 a 20%, un 40% (12 personas) afirmaron que el calzado para hombre participa de un 21% a 40%, un 16,7% (5 personas) afirman que el calzado para hombres participa de un 41% a 60%, un 10% (3 personas) creen que el calzado para hombre tiene una participación de 61% a 80%.

El 10% (3 personas) de los encuestados, opinaron que el calzado para dama participa de un 0 a 20%, un 53,3% (16 personas) afirmaron que el calzado para dama participa de un 21% a 40%, un 30% (9 personas) afirman que el calzado para dama participa de un 41% a 60%, un 6,7% (2 personas) creen que el calzado para dama tiene una participación de 81% a 100%.

El 40% (12 personas) de los encuestados, opinaron que el calzado para niño participa de un 0 a 20%, un 40% (12 personas) afirmaron que el calzado para niño participa de un 21% a 40%.

El 3,3% (1 persona) cree que el otros están en el rango de 0 a 20%.

VESTUARIO-CALZADO



El 12,5% (5 personas) de los encuestados, opinaron que la ropa para hombre participa de un 0 a 20%, un 30% (12 personas) afirmaron que la ropa para hombre participa de un 21% a 40%, un 22,5% (9 personas) afirman que la ropa para hombres participa de un 41% a 60%, un 5% (2 personas) creen que la ropa para hombre tiene una participación de 61% a 80%, un 10% (4 personas) creen que la ropa para hombre tiene una participación de 81% a 100%.

El 5% (2 personas) de los encuestados, creen que la ropa para dama participa de un 0 a 20%, un 17,5% (7 personas) afirmaron que la ropa para dama participa de un 21% a 40%, un 25% (10 personas) afirman que la ropa para dama participa de un 41% a 60%, un 10% (4 personas) creen que la ropa para dama tiene una participación de 61% a 80%, un 7,5% (3 personas) creen que la ropa para dama tiene una participación de 81% a 100%.

El 27,5% (11 personas) de los encuestados, creen que la ropa para niño participa de un 0 a 20%, un 7,5% (3 personas) afirmaron que la ropa para niño participa de un 21% a 40%.

El 15% (6 personas) de los encuestados, creen que la ropa interior participa de un 0 a 20%.

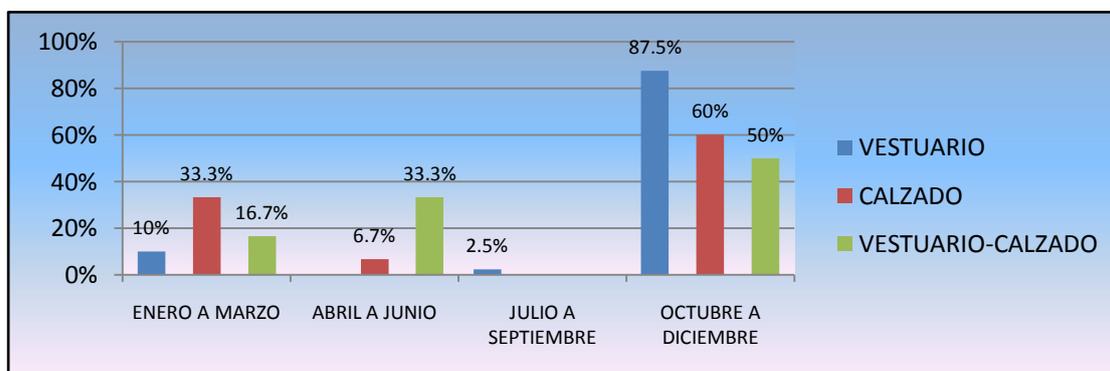
El 20% (6 personas) de los encuestados, opinaron que el calzado para hombre participa de un 0 a 20%, un 30% (9 personas) afirmaron que el calzado para hombre participa de un 21% a 40%, un 23,3% (7 personas) afirman que el calzado para hombres participa de un 41% a 60%, un 6,7% (2 personas) creen que el calzado para hombre tiene una participación de 61% a 80%, un 10% (3 personas) creen que el calzado para hombre tiene una participación de 81% a 100%.

El 2,7% (2 personas) de los encuestados, opinaron que el calzado para dama participa de un 0 a 20%, un 26,7% (8 personas) afirmaron que el calzado para dama participa de un 21% a 40%, un 36,7% (11 personas) afirman que el calzado para dama participa de un 41% a 60%, un 10% (3 personas) creen que el calzado para dama tiene una participación de 61% a 80%, un 13,3% (4 personas) creen que el calzado para dama tiene una participación de 81% a 100%.

El 23,3% (7 personas) de los encuestados, opinaron que el calzado para niño participa de un 0 a 20%, un 10% (3 personas) afirmaron que el calzado para niño participa de un 21% a 40%.

El 6,7% (2 persona) cree que el otros están en el rango de 0 a 20%.

¿CUÁL DE LOS TRIMESTRES DEL AÑO ES EL DE MAYOR ACTIVIDAD EN VENTAS?

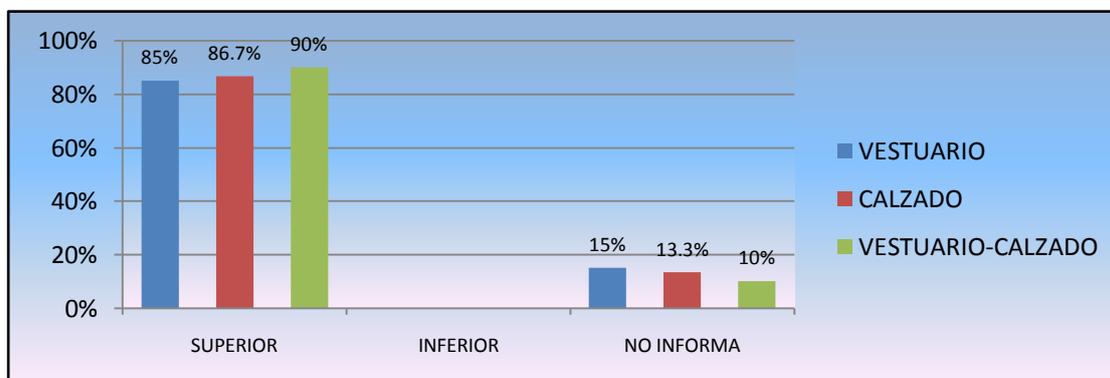


De los resultados obtenidos en las encuestas de vestuario el 10% (4 personas) creen que el trimestre del año de mayor actividad para las ventas es de Enero a Marzo, un 2,5% (1 persona) cree que es de Julio a Septiembre, el 87,5% (35 personas) creen que es de Octubre a Diciembre.

De los resultados obtenidos en las encuestas de calzado el 33,3% (10 personas) creen que el trimestre del año de mayor actividad para las ventas es de Enero a Marzo, un 6,7% (2 personas) creen que es de Abril a Junio, el 60% (18 personas) creen que es de Octubre a Diciembre.

De los resultados obtenidos en las encuestas para los dos sectores (vestuario-calzado) el 16,7% (5 personas) creen que el trimestre del año de mayor actividad para las ventas es de Enero a Marzo, un 33,3% (10 personas) creen que es de Abril a Junio, el 50% (15 personas) creen que es de Octubre a Diciembre.

¿CUÁL FUE EL COMPORTAMIENTO DE LOS COSTOS TOTALES EN EL AÑO 2010 FRENTE A LOS DEL 2009?



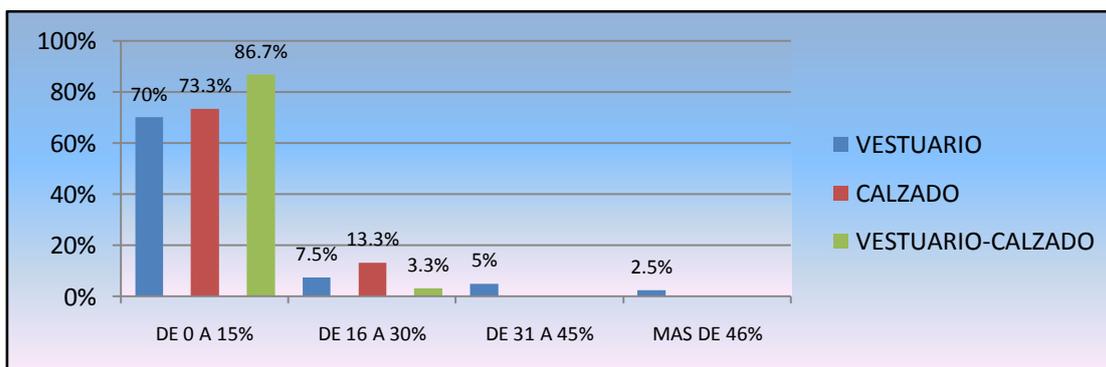
Según los resultados obtenidos en las encuestas de vestuario el 85% (34 personas) contestaron que el comportamiento total de los costos de un año a otro fue superior, el 15% (6 personas) no realizan ningún comentario.

Según los resultados obtenidos en las encuestas de calzado el 86,7% (26 personas) contestaron que el comportamiento total de los costos de un año a otro fue superior, el 13,3% (4 personas) no realizan ningún comentario.

Según los resultados obtenidos en las encuestas de ambos sectores (vestuario-calzado) el 90% (27 personas) contestaron que el comportamiento total de los costos de un año a otro fue superior, el 10% (3 personas) no realizan ningún comentario.

DE ACUERDO A LA PREGUNTA ANTERIOR EN TÉRMINOS PORCENTUALES (%), ¿CUÁL FUE SU VARIACIÓN?

SUPERIOR



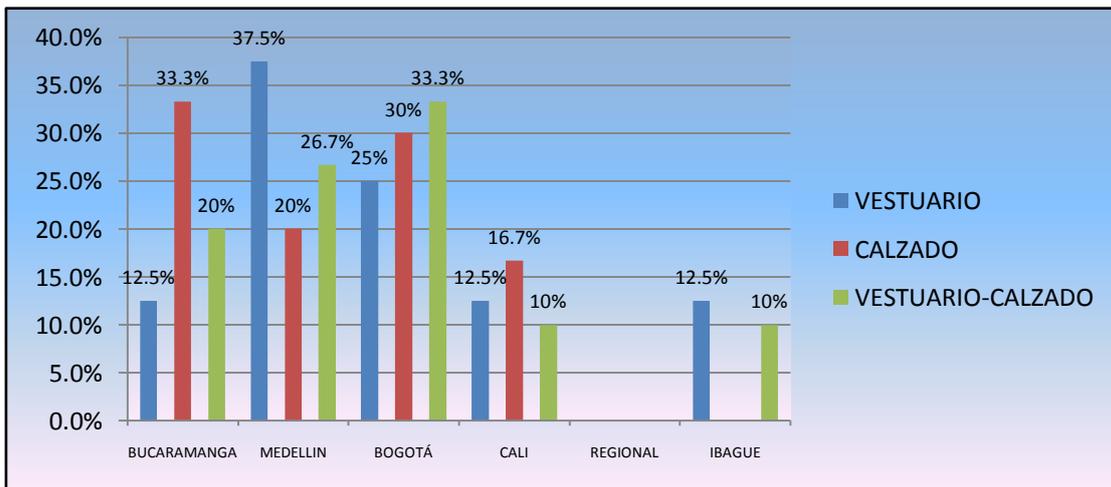
De los resultados obtenidos en la encuesta del sector de estuario, el 70% (28 personas) consideran que sus costos totales aumentaron de 0 a 15%, el 7,5% (3 personas) opinaron que se incrementaron de 16% a 30%, el 5% (2 personas) afirmaron que fue superior de 31% a 45%, el 2,5% (1 persona) restante considero que aumentaron más de 46%.

De los resultados obtenidos en la encuesta del sector de calzado, el 73,3% (22 personas)

consideran que sus costos totales aumentaron de 0 a 15%, el 13,3% (4 personas) opinaron que se incrementaron de 16% a 30%.

De los resultados obtenidos en la encuesta de los dos sectores (vestuario-calzado) el 86,7% (26 personas) consideran que sus costos totales aumentaron de 0 a 15%, el 3,3% (1 persona) opina que se incrementaron de 16% a 30%.

¿DE DONDE SON LOS PROVEEDORES?

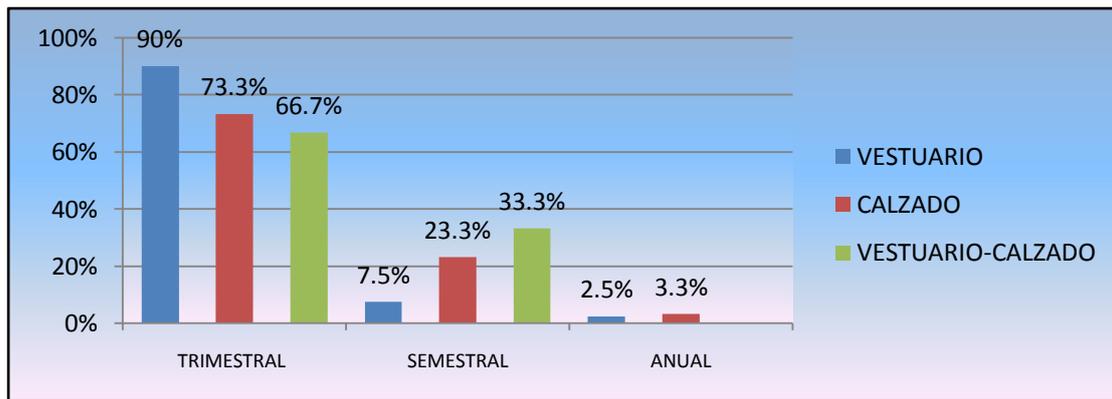


El sector de vestuario tiene la ubicación de sus proveedores en: 12,5% (5 personas) tienen como procedencia de su mercancía la ciudad de Bucaramanga, el 37,5% (15 personas) la importan desde la ciudad de Medellín, el 25% (10 personas) realizan su pedido desde la ciudad Capital Bogotá, el 12,5% (5 personas) importan desde la ciudad de Cali, el 12,5% (5 personas) realizan el pedido de mercancías a la ciudad de Ibagué.

El sector de calzado tiene distribuida la ubicación de sus proveedores en: 33,3% (10 personas) tienen como procedencia de su mercancía la ciudad de Bucaramanga, el 20% (6 personas) la importan desde la ciudad de Medellín, el 30% (9 personas) realizan su pedido desde la ciudad Capital Bogotá, el 16,7% (5 personas) importan desde la ciudad de Cali.

El lo que respecta a la comercialización de los dos sectores (vestuario-calzado) tiene distribuida la ubicación de sus proveedores en: 20% (6 personas) tienen como procedencia de su mercancía la ciudad de Bucaramanga, el 26,7% (8 personas) la importan desde la ciudad de Medellín, el 33,3% (10 personas) realizan su pedido desde la ciudad Capital Bogotá, el 10% (3 personas) importan desde la ciudad de Cali, el 10% importan desde la ciudad de Ibagué.

¿CADA CUANTO REALIZA PEDIDO DE MERCANCÍA A SUS PROVEEDORES?



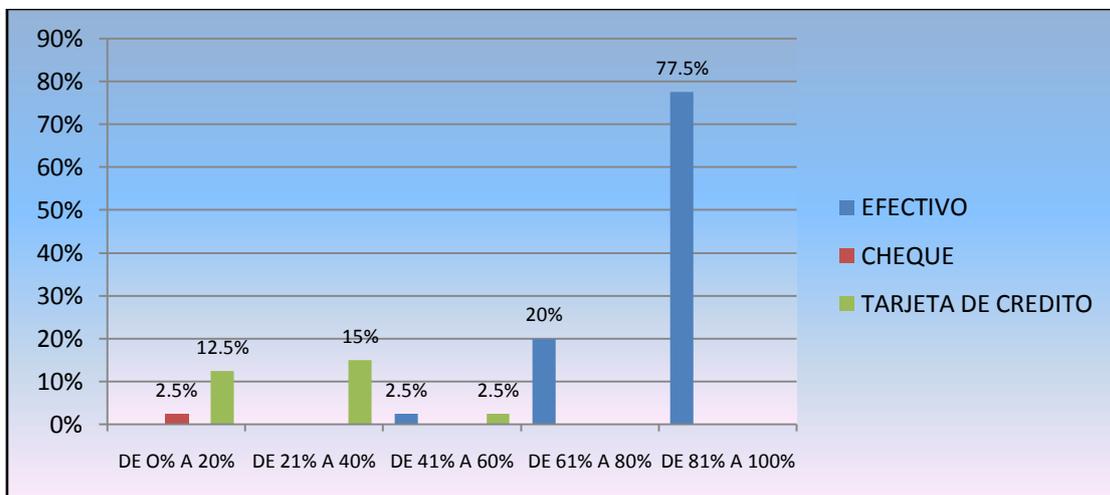
El 90% (36 personas) de los encuestados del sector de vestuario considera que realiza el pedido de mercancía a sus proveedores trimestralmente, el 7,5% (3 personas) realizan su pedido semestralmente, el 2,5% (1 persona) realiza el pedido anualmente.

El 73,3% (22 personas) de los encuestados del sector de calzado considera que realiza el pedido de mercancía a sus proveedores trimestralmente, el 23,3% (7 personas) realizan su pedido semestralmente, el 3,3% (1 persona) realiza el pedido anualmente.

El 66,7% (20 personas) de los encuestados de los dos sectores (vestuario-calzado) considera que realiza el pedido de mercancía a sus proveedores trimestralmente, el 33,3% (10 personas) realizan su pedido semestralmente.

DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE PAGO, ¿CUÁL ES SU PARTICIPACIÓN (%)?

VESTUARIO

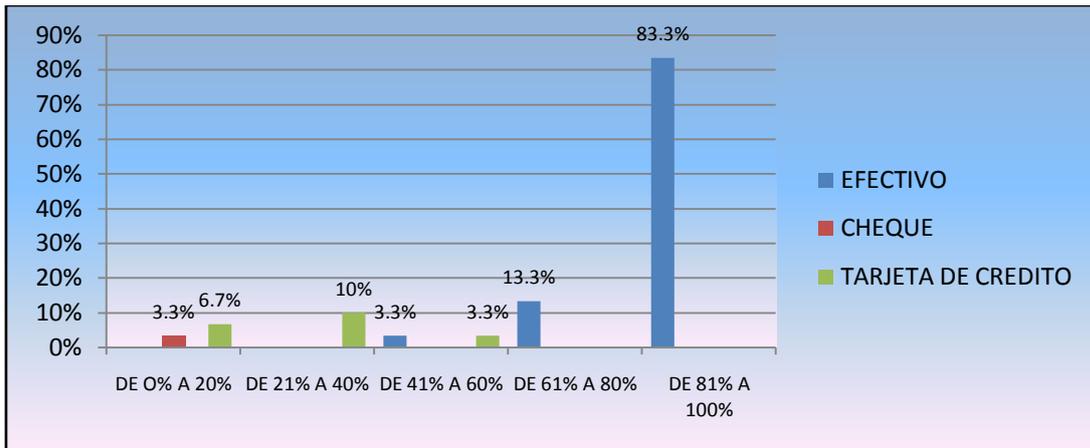


El 2,5% (1 persona) del sector de vestuario recibe como medio de pago cheque y tiene una participación porcentual de 0 a 20%.

El 12,5% (5 personas) reciben tarjetas de crédito con una participación porcentual de 0 a 20%, el 15% (6 personas) la reciben con una participación porcentual de 21% a 40%, y el 2,5% (1 persona) recibe con una participación porcentual de 41% a 60%.

El 2,5% (1 persona) recibe efectivo con una participación porcentual de 41 a 60%, el 20% (8 personas) lo reciben con una participación porcentual de 61% a 80%, y el 77,5% (31 personas) reciben efectivo con una participación porcentual de 81% a 100%.

CALZADO

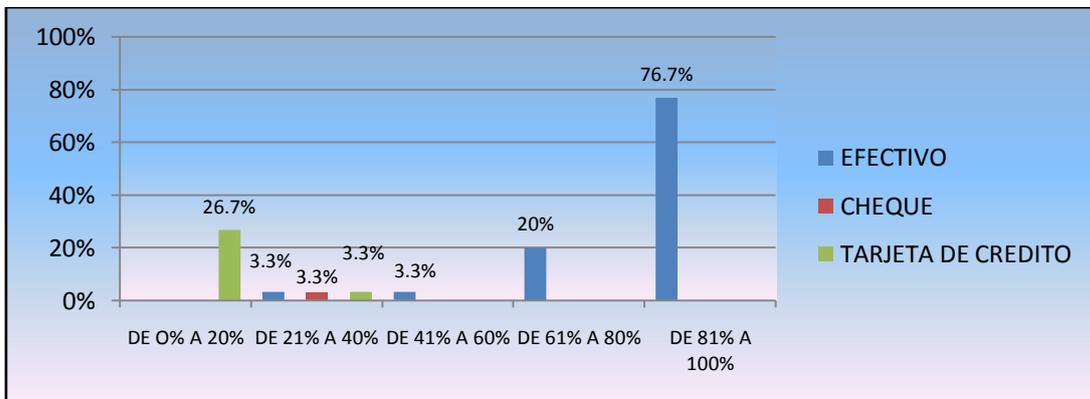


El 3,3% (1 persona) del sector de calzado recibe como medio de pago cheque y tiene una participación porcentual de 0 a 20%.

El 6,7% (2 personas) reciben tarjetas de crédito con una participación porcentual de 0 a 20%, el 10% (3 personas) la reciben con una participación porcentual de 21% a 40%, y el 3,3% (1 persona) recibe con una participación porcentual de 41% a 60%.

El 3,3% (1 persona) recibe efectivo con una participación porcentual de 41 a 60%, el 13,3% (4 personas) lo reciben con una participación porcentual de 61% a 80%, y el 83,3% (25 personas) reciben efectivo con una participación porcentual de 81% a 100%.

VESTUARIO-CALZADO

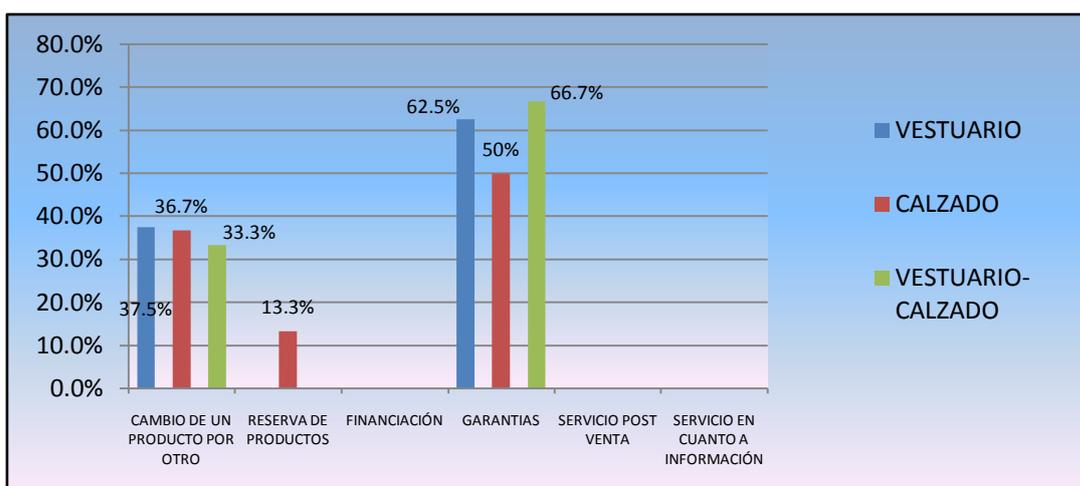


El 3,3% (1 persona) de los dos sectores (vestuario-calzado) recibe como medio de pago cheque y tiene una participación porcentual de 21 a 40%.

El 26,7% (8 personas) reciben tarjetas de crédito con una participación porcentual de 0 a 20%, el 3,3% (1 persona) la recibe con una participación porcentual de 21% a 40%.

El 3,3% (1 persona) recibe efectivo con una participación porcentual de 21 a 40%, el 3,3% (1 persona) lo recibe con una participación porcentual de 41% a 60%, el 20% (6 personas) reciben efectivo con una participación porcentual de 61% a 80%, y el 76,7% (23 personas) reciben efectivo con una participación de 81% a 100%.

¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS OFRECE A SUS CLIENTES?



De los resultados obtenidos en las encuestas del sector vestuario el 37,5% (15 personas) ofrecen a sus clientes cambio de un producto por otro y el 62,5% (25 personas) dan garantías a sus clientes por los productos que adquieren.

De los resultados obtenidos en las encuestas del sector calzado el 36,7% (11 personas) ofrecen a sus clientes cambio de un producto por otro, el 13,35 (4 personas) ofrece reserva o sistema de separado de los productos, el 50% (15 personas) dan garantías a sus clientes por los productos que adquieren.

De los resultados obtenidos en las encuestas de los sectores (vestuario-calzado) el 33,3% (10 personas) ofrecen a sus clientes cambio de un producto por otro y el 66,7% (20 personas) dan garantías a sus clientes por los productos que adquieren.

CRUCE DE VARIABLES DE LA SECCIÓN DE VENTAS

VESTUARIO

De los encuestados del sector de vestuario que tienen de propiedad (5 personas) el establecimiento comercial en el que ejercen sus actividades; 1 afirmó que las ventas de un año a otro fueron superiores de 0 a 15% y que la causa de su aumento se dio por las diferentes promociones que ofrece, 3 personas dijeron que las ventas fueron inferiores, de estos: 1 dijo que disminuyó de 0 a 15% debido a la competencia, otro dijo que disminuyó de 31% a 45% a causa del contrabando en la ciudad y otro afirmó que disminuyeron más del 46% por falta del circulante en la región; de los 5 encuestados con propiedad del establecimiento 1 no informó sobre las ventas; en cuanto al porcentaje de participación de los productos que ofrecen en primer lugar está la ropa para dama, en segundo lugar la ropa para hombre y por último la ropa para niño; de los trimestres del año más atractivo para las ventas todos afirmaron que es de Octubre a Diciembre; en cuanto a los costos totales 4 personas afirmaron que fueron superiores en los siguientes porcentajes: 3 personas de 0 a 15% y 1 persona de 16% a 30%; en cuanto a la procedencia de la mercancía 2 personas afirmaron traerla desde la ciudad de Bogotá, 1 persona desde Cali y 2 personas desde Medellín; a la vez todos afirmaron realizar pedido de mercancía trimestralmente; en cuanto a los medios de pago que ellos reciben el efectivo está en primer lugar, en segundo lugar están las tarjetas de crédito y por último los cheques, por último 2 personas ofrecen a sus clientes cambio de un producto por otro y 3 personas ofrecen garantías a sus clientes.

De los que respondieron que el establecimiento era alquilado, los cuales corresponden a 34 personas; 8 afirmaron que las ventas de un año a otro fueron superiores de 0 a 15% (7

personas) y 16% a 30% (1 persona) y que la causa de su aumento se dio por las diferentes promociones que ofrece (1 persona), nuevas líneas de comercialización (3 personas), por publicidad (4 personas), 22 personas dijeron que las ventas fueron inferiores, de estos: 11 dijeron que disminuyó de 0 a 15%, 8 personas afirmaron que de 16% a 30%, 2 personas de 31% a 45% y 1 persona dijo que disminuyó más del 46%, estas disminuciones se dieron debido a la competencia (9 personas), contrabando (3 personas), falta de circulante (9 personas) y 1 persona dijo que se dio por algún siniestro; de los encuestados que alquilan el establecimiento 5 no informaron sobre las ventas; en cuanto al porcentaje de participación de los productos que ofrecen en primer lugar está la ropa para dama, en segundo lugar la ropa para hombre, después ropa para niño y por último ropa interior; de los trimestres del año más atractivo para las ventas 4 afirmaron que es de Enero a Marzo, 1 dijo que es de Julio a Septiembre y 30 encuestados contestaron que es de Octubre a Diciembre; en cuanto a los costos totales 30 personas afirmaron que fueron superiores en los siguientes porcentajes: 25 personas de 0 a 15%, 2 personas de 16% a 30%, 2 personas de 31% a 45% y 1 persona más del 46%; en cuanto a la procedencia de la mercancía 5 dijeron que la traían de Bucaramanga 8 personas afirmaron traerla desde la ciudad de Bogotá, 4 personas desde Cali, 13 personas desde Medellín y 5 personas desde Ibagué; a la vez 35 encuestados dicen pedir mercancía cada tres meses, 3 personas piden mercancía semestralmente y 1 persona lo realiza anualmente; en cuanto a los medios de pago que ellos reciben el efectivo está en primer lugar, en segundo lugar están las tarjetas de crédito y por último los cheques, por último 13 personas ofrecen a sus clientes cambio de un producto por otro y 22 personas ofrecen garantías a sus clientes.

CALZADO

De los encuestados del sector de calzado, el establecimiento comercial es de propiedad para el 10% del total encuestados; el comportamiento de las ventas fue inferior de 0 a 15% para 2 de ellos y su causal de disminución fue la competencia y la falta de circulante, 1 no informo; en cuanto al porcentaje de participación de los productos que ofrecen en primer lugar está el calzado para hombre, en segundo lugar calzado para dama y por último calzado para niño; de los trimestres del año más atractivo para las ventas todos los encuestados afirmaron que es de Octubre a Diciembre; para los costos totales los 3 afirmaron que fueron superiores en los siguientes porcentajes: 1 persona de 0 a 15% y 2 personas de 16% a 30%; en cuanto a la procedencia de la mercancía 1 dijo que la traía de Bucaramanga 1 persona afirmó traerla desde la ciudad de Bogotá y 1 persona desde Medellín; a la vez 1 encuestado dice pedir mercancía cada tres meses y 2 personas piden mercancía semestralmente; en cuanto a los medios de pago que ellos reciben el efectivo está en primer lugar y en segundo lugar están las tarjetas de crédito, por último los tres ofrecen a sus clientes garantías.

Del 90% que respondieron que el establecimiento es alquilado; el comportamiento de las ventas fue superior para 5 personas con los porcentajes de 0 a 15% para 4 de ellos y de 16% a 30% para 1 persona y su causal de aumento fue las nuevas líneas de comercialización (2 personas), publicidad (2 personas) y promociones (1 persona); fue inferior el comportamiento de las ventas para 15 personas con los siguientes porcentajes: de 0 a 15% (3 personas), de 16% a 30% (6 personas), de 31% a 45% (4 personas) más de 46% (2 personas) con la siguiente causa de disminución: competencia (6 personas), contrabando (3 personas), falta del circulante (9 personas), 7 de ellos no informaron; en cuanto al porcentaje de participación de los productos que ofrecen en primer lugar está el calzado para dama, en segundo lugar calzado para hombre y por último calzado para niño; de los trimestres del año más atractivo para las ventas está Enero a Marzo (10 personas), Abril a Junio (2 personas) y de Octubre a Diciembre (15 personas); para los costos totales las 23 personas afirmaron que fueron superiores en los siguientes porcentajes: 21 personas de 0 a 15% y 2 personas de 16% a 30%, 4 personas no informaron; en cuanto a la procedencia de la mercancía 9 encuestados dijeron que la traían de

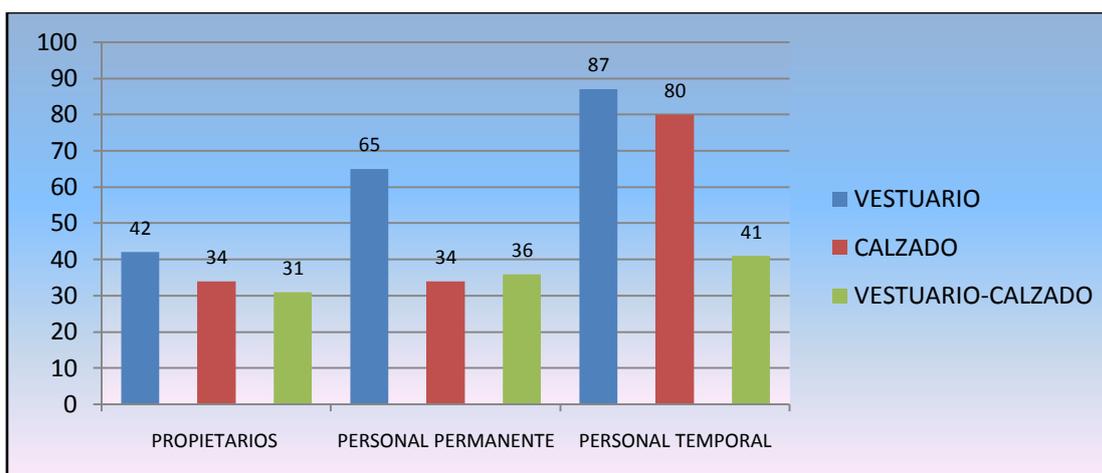
Bucaramanga, 8 personas afirmaron traerla desde la ciudad de Bogotá y 5 personas desde Medellín y 5 personas desde Cali; a la vez 21 encuestados dicen pedir mercancía cada tres meses y 5 personas piden mercancía semestralmente y anualmente 1 persona; en cuanto a los medios de pago que ellos reciben el efectivo esta en primer lugar y en segundo lugar están las tarjetas de crédito, por último los tres ofrecen a sus clientes cambio de un producto por otro (11 personas), reserva de productos (4 personas) y garantías (12 personas).

COMERCIALIZACIÓN DE LOS DOS SECTORES (VESTUARIO-CALZADO) EN EL MISMO LOCAL

De los que se dedican a ambas actividades (vestuario-calzado) en el mismo establecimiento, el 6,7% dijeron que era de su propiedad el cual corresponde a 2 personas del total de encuestados; 1 personas dijo que las ventas fueron inferiores de 16% a 30% debido a la competencia, el otro no informo sobre sus ventas; en cuanto al porcentaje de participación de los productos que ofrecen en primer lugar está la ropa y calzado para hombre, en segundo lugar la ropa y calzado para dama y por último la ropa y calzado para niño; de los trimestres del año más atractivo para las ventas los dos afirmaron que es de Octubre a Diciembre; en cuanto a los costos totales 1 persona afirma que fueron superiores de 0 a 15% la otra persona no informo; en cuanto a la procedencia de la mercancía 1 persona afirma traerla desde la ciudad de Bucaramanga y 1 persona desde Medellín; a la vez los dos afirmaron realizar pedido de mercancía trimestralmente; en cuanto a los medios de pago que ellos reciben el efectivo esta en primer lugar, en segundo lugar están las tarjetas de crédito, por último las dos personas ofrecen garantías a sus clientes.

Del 93,3% de los encuestados contestaron que el establecimiento es alquilado los cuales corresponden a 28 personas; 7 encuestados afirmaron que las ventas de un año a otro fueron superiores de 0 a 15% y que la causa de su aumento se dio por las nuevas líneas de comercialización (3 personas), publicidad (2 personas) y promociones que ofrece (2 personas), 20 personas dijeron que las ventas fueron inferiores, de estos: 9 dijeron que disminuyeron de 0 a 15%, 10 personas afirmaron que de 16% a 30% y 1 persona de 31% a 45, estas disminuciones se dieron debido a la competencia (8 personas), contrabando (2 personas), falta de circulante (9 personas) y 1 persona dijo que se dio por algún siniestro; de los encuestados que alquilan el establecimiento 1 persona no informa sobre las ventas; en cuanto al porcentaje de participación de los productos que ofrecen en primer lugar está la calzado y ropa para dama, en segundo lugar la ropa y calzado para hombre, después ropa para y calzado niño y por ultimo ropa interior; de los trimestres del año más atractivo para las ventas 5 afirmaron que es de Enero a Marzo, 10 dijeron que es de Abril a Junio y 13 encuestados contestaron que es de Octubre a Diciembre; en cuanto a los costos totales 26 personas afirmaron que fueron superiores en los siguientes porcentajes: 25 personas de 0 a 15%, 1 personas de 16% a 30; en cuanto a la procedencia de la mercancía 5 dijeron que la traían de Bucaramanga 10 personas afirmaron traerla desde la ciudad de Bogotá, 3 personas desde Cali, 7 personas desde Medellín y 3 personas desde Ibagué; a la vez 18 encuestados dicen pedir mercancía cada tres meses, 10 personas piden mercancía semestralmente; en cuanto a los medios de pago que ellos reciben el efectivo esta en primer lugar, en segundo lugar están las tarjetas de crédito y por último los cheques, por ultimo 10 personas ofrecen a sus clientes cambio de un producto por otro y 18 personas ofrecen garantías a sus clientes.

¿PERSONAL PROMEDIO EMPLEADO POR EL ESTABLECIMIENTO EN EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD?

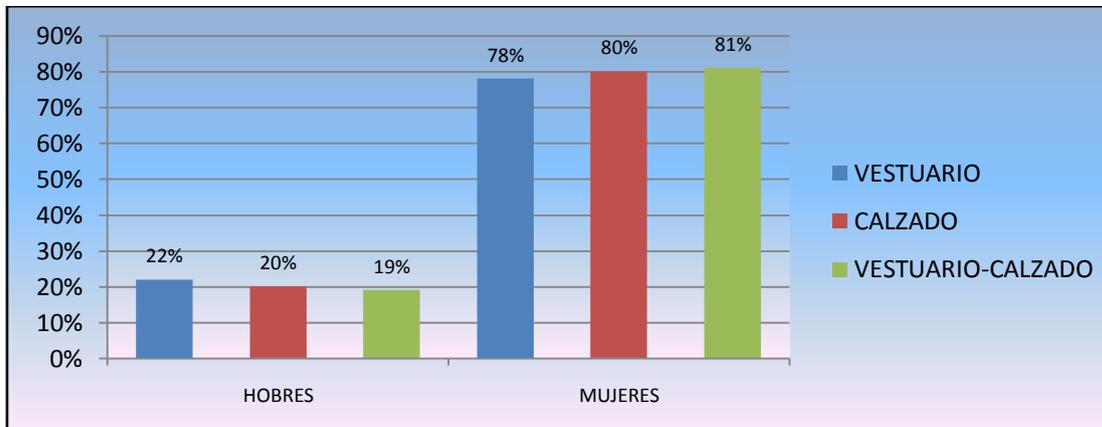


El sector de vestuario emplea promedio en cuanto a propietarios 42 personas, en cuanto a personal permanente 65 personas y en cuanto al personal temporal emplea un promedio de 87 personas.

El sector de calzado emplea promedio en cuanto a propietarios 34 personas, en cuanto a personal permanente 34 personas y en cuanto al personal temporal emplea un promedio de 80 personas.

Los sectores de (vestuario-calzado) emplean promedio en cuanto a propietarios 31 personas, en cuanto a personal permanente 36 personas y en cuanto al personal temporal emplea un promedio de 41 personas.

¿PROMEDIO POR SEXO DE PERSONAL EMPLEADO?

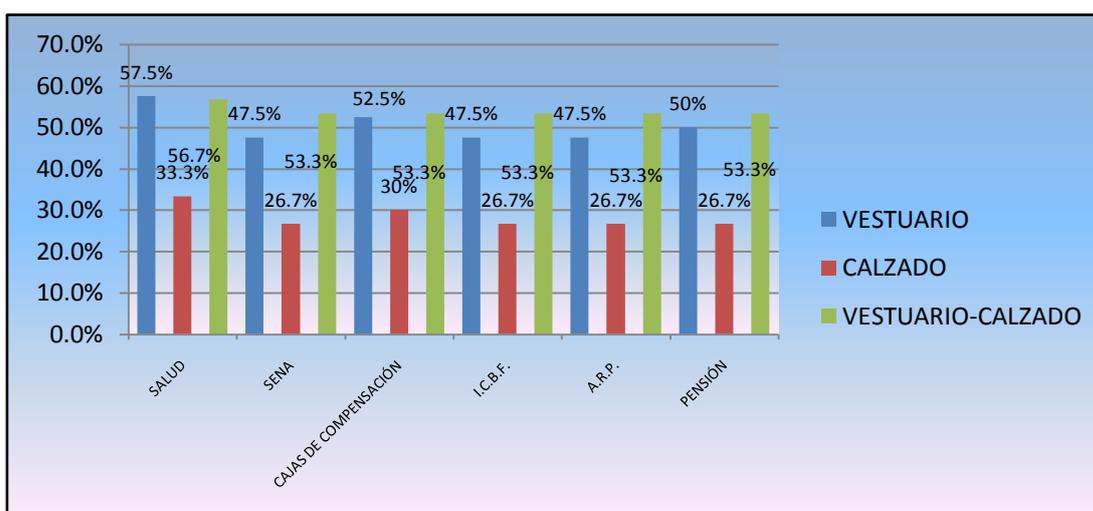


En cuanto a las encuestas de vestuario el 22% (42 personas) son hombres y el 78% (152) corresponden a mujeres.

En cuanto a las encuestas de calzado el 20% (30 personas) son hombres y el 80% (118) corresponden a mujeres.

En cuanto a las encuestas realizadas a los comerciantes de los dos sectores (vestuario-calzado) el 19% (20 personas) son hombres y el 81% (88) corresponden a mujeres.

¿EN 2009 Y 2010 EFECTUÓ APORTES A?

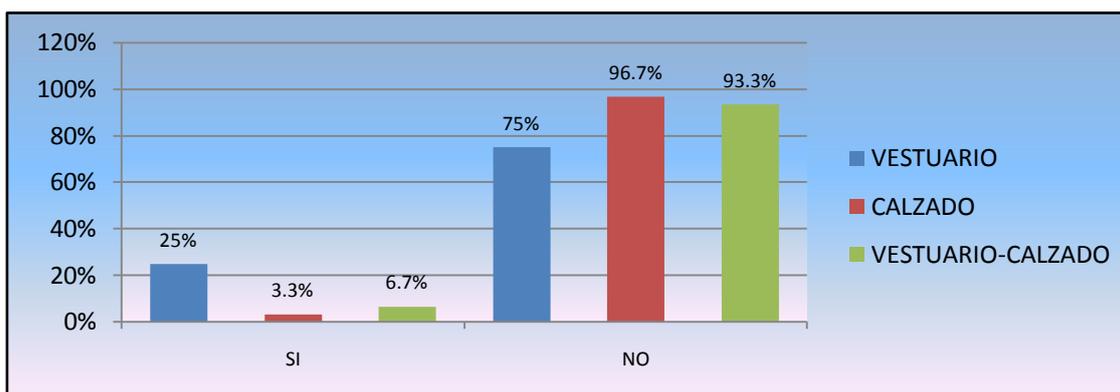


De los comerciantes del sector de vestuario el 57,5% (23 personas) realizan aportes a la Salud, un 47,5% (19 personas) realizan aportes al Sena, un 52,5% (21 personas) efectúan aportes a las Cajas de Compensación, un 47,5% (19 personas) afirman realizar aportes al I.C.B.F., un 47,5% (19 personas) realizan aportes a A.R.P., y un 50% (20 personas) realiza aportes a la Pensión.

De los comerciantes del sector de calzado el 33,3% (10 personas) realizan aportes a la Salud, un 26,7% (8 personas) realizan aportes al Sena, un 30% (9 personas) efectúan aportes a las Cajas de Compensación, un 26,7% (8 personas) afirman realizar aportes al I.C.B.F., un 26,7% (8 personas) realizan aportes a A.R.P., y un 26,7% (8 personas) realiza aportes a la Pensión.

De los comerciantes de ambos sectores (vestuario-calzado) el 56,7% (17 personas) realizan aportes a la Salud, un 53,3% (16 personas) realizan aportes al Sena, un 53,3% (16 personas) efectúan aportes a las Cajas de Compensación, un 53,3% (16 personas) afirman realizar aportes al I.C.B.F., un 53,3% (16 personas) realizan aportes a A.R.P., y un 53,3% (16 personas) realiza aportes a la Pensión.

¿REALIZA CAPACITACIONES DE SERVICIO AL CLIENTE A SUS EMPLEADOS?



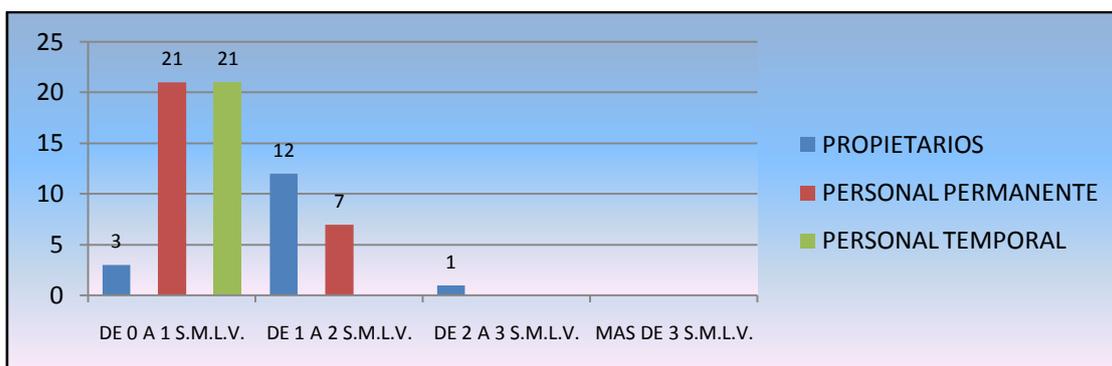
El 25% (10 personas) del sector de vestuario realizan capacitaciones de servicio al cliente a sus empleados y el 75% (30 personas) no realizan ningún tipo de capacitación.

El 3,3% (1 persona) del sector de calzado realiza capacitaciones de servicio al cliente a sus empleados y el 96,7% (29 personas) no realizan ningún tipo de capacitación.

El 6,7% (2 personas) de ambos sectores (vestuario-calzado) realizan capacitaciones de servicio al cliente a sus empleados y el 93,3% (28 personas) no realizan ningún tipo de capacitación.

¿CUÁNTO ES EL INGRESO PROMEDIO DEL PERSONAL EMPLEADO?

VESTUARIO

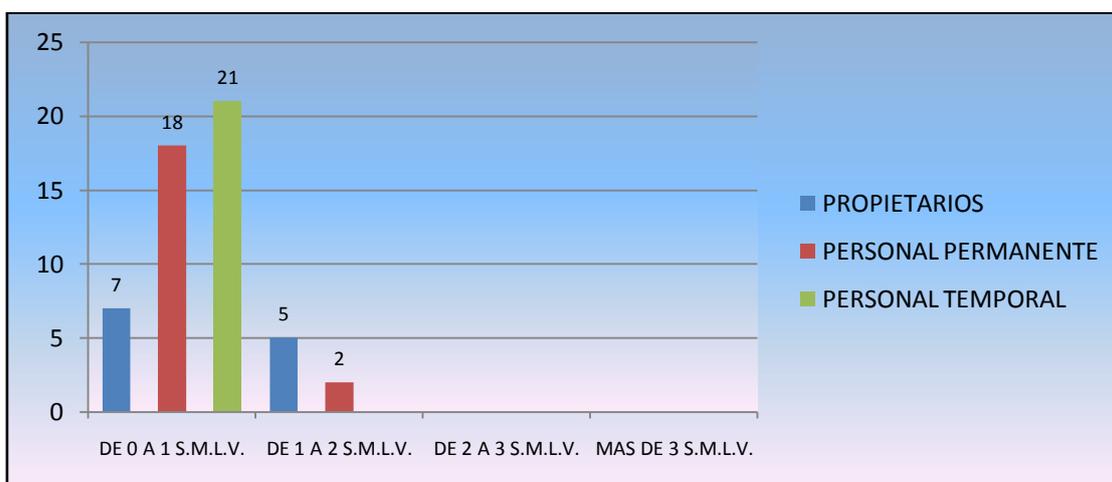


Dentro del ingreso promedio del personal de vestuario tenemos a los propietarios con un ingreso de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 3 personas que contestaron, de 1 a 2 S.M.L.V. corresponden a 12 personas y de 2 a 3 S.M.L.V. contesto 1 persona.

Para el ingreso promedio al personal permanente están de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 21 personas, de 1 a 2 S.M.L.V. corresponden a 7 personas.

Para el ingreso promedio del personal temporal están con un ingreso de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 21 personas.

CALZADO

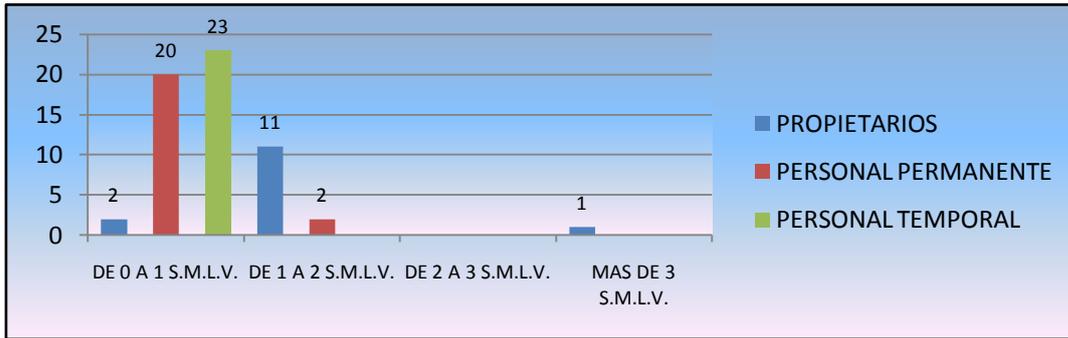


Dentro del ingreso promedio del personal de calzado tenemos a los propietarios con un ingreso de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 7 personas, de 1 a 2 S.M.L.V. corresponden a 5 personas.

Para el ingreso promedio al personal permanente están de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 18 personas, de 1 a 2 S.M.L.V. corresponden a 2 personas.

Para el ingreso promedio del personal temporal están con un ingreso de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 21 personas.

VESTUARIO-CALZADO

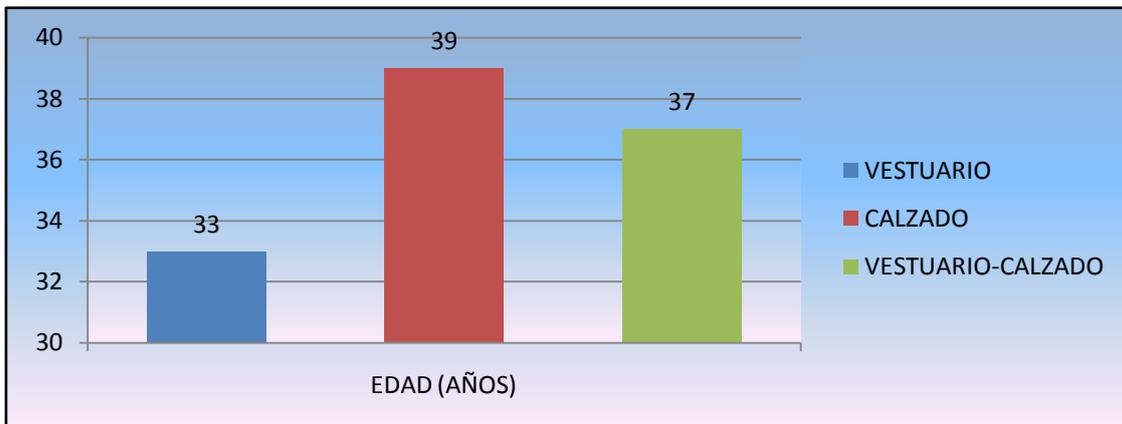


Dentro del ingreso promedio del personal de los dos sectores (vestuario-calzado) tenemos a los propietarios con un ingreso de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 2 personas, de 1 a 2 S.M.L.V. corresponden a 11 personas y de más de 3 S.M.L.V. contesto 1 persona.

Para el ingreso promedio al personal permanente están de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 20 personas, de 1 a 2 S.M.L.V. corresponden a 2 personas.

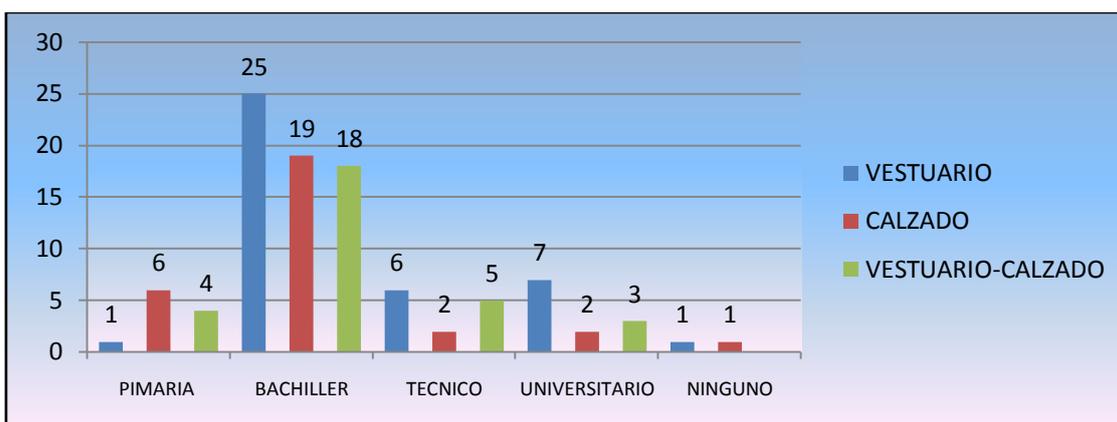
Para el ingreso promedio del personal temporal están con un ingreso de 0 a 1 S.M.L.V. los cuales corresponden a 23 personas.

¿PROMEDIO DE EDAD DE LOS EMPRESARIOS?



La edad promedio de los empresarios de vestuario es de 33 años de edad, para los de calzado el promedio es de 39 años de edad y para el promedio de los dos sectores (calzado-vestuario) es de 37 años de edad.

¿NIVEL DE ESTUDIOS?



El nivel de estudio para los empresarios de vestuario está distribuido por: 1 persona realizó la primaria, 25 personas son bachilleres, 6 personas son técnicas, 7 personas tienen título universitario, 1 persona no tiene ningún tipo de estudio.

El nivel de estudio para los empresarios de calzado está distribuido por: 6 personas realizaron la primaria, 19 personas son bachilleres, 2 personas son técnicas, 2 personas tienen título universitario, 1 persona no tiene ningún tipo de estudio.

El nivel de estudio para los empresarios de los dos sectores (vestuario-calzado) está distribuido por: 4 personas realizaron la primaria, 18 personas son bachilleres, 5 personas son técnicas, 3 personas tienen título universitario.

CRUCE DE VARIABLES DE LA SECCIÓN DEL PERSONAL EMPLEADO

VESTUARIO

De las 5 personas del sector de vestuario que afirmaron que el local es de su propiedad; tiene empleados entre propietarios, personal permanente y personal temporal a 12 mujeres y 3 hombres; de estas 5 personas 2 realizan todos los aportes legales a sus empleados, 2 no realizan estos aportes y 1 solo realiza aportes a Salud, Cajas de Compensación mas no efectúa aportes a Sena, I.C.B.F. A.R.P. ni a Pensiones; 3 empresarios dan capacitaciones a sus empleados mientras que 2 empresarios no dan ningún tipo de capacitación; en lo que respecta al ingreso promedio del personal y dueños está entre 1S.M.L.V. Y 2 S.M.L.V.

De los encuestados que respondieron que el local es alquilado; tiene empleados entre propietarios, personal permanente y personal temporal a 142 mujeres y 39 hombres; de estos encuestados 20 empresarios realizan aportes a Salud y 15 empresarios no realizan este aporte, 17 empresarios efectúan aportes al Sena y 18 empresarios no lo realizan, 18 empresarios realizan aportes a las Cajas de Compensación y 17 no lo realizan, 17 empresarios efectúan aportes al I.C.B.F. y 18 no lo efectúan, 17 si realizan aportes a A.R.P. y 18 no aportan, 18 si realizan aportes a Pensiones mientras que 17 no aportan; 7 empresarios dan capacitaciones a sus empleados mientras que 28 empresarios no dan ningún tipo de capacitación; en lo que respecta al ingreso promedio del personal está entre 1S.M.L.V. Y 2 S.M.L.V. y para los dueños hasta 3 S.M.L.V.

CALZADO

De las 3 personas del sector de calzado que afirmaron que el local es de su propiedad; tiene empleados entre propietarios, personal permanente y personal temporal a 13 mujeres y 1 hombre; de estos encuestados 1 realiza todos los aportes legales a sus empleados y 2 no realizan estos aportes; ninguno de los 3 empresarios dan capacitaciones a sus empleados; en lo que respecta al ingreso promedio del personal y dueños está entre 1S.M.L.V. y 2 S.M.L.V.

De los encuestados que respondieron que el local es alquilado; tiene empleados entre propietarios, personal permanente y personal temporal a 105 mujeres y 29 hombres; de estos encuestados 9 empresarios realizan aportes a Salud y 18 empresarios no realizan este aporte, 7 empresarios efectúan aportes al Sena y 20 empresarios no lo realizan, 8 empresarios realizan aportes a las Cajas de Compensación y 19 no lo realizan, 7 empresarios efectúan aportes al I.C.B.F. y 20 no lo efectúan, 7 si realizan aportes a A.R.P. y 20 no aportan, 7 si realizan aportes a Pensiones mientras que 20 no aportan; 26 empresarios no dan capacitaciones a sus empleados mientras que 1 empresarios da algún tipo de capacitación; en lo que respecta al ingreso promedio del personal y dueños está entre 1S.M.L.V. Y 2 S.M.L.V.

COMERCIALIZACIÓN DE LOS DOS SECTORES (VESTUARIO-CALZADO) EN EL MISMO LOCAL

De las 2 personas de ambos sectores (vestuario-calzado) que afirmaron que el local es de su propiedad; tiene empleados entre propietarios, personal permanente y personal temporal a 12 mujeres y 1 hombre; estos encuestados realiza todos los aportes legales a sus empleados; ninguno de los empresarios dan capacitaciones a sus empleados; en lo que respecta al ingreso promedio del personal y dueños está entre 1S.M.L.V. y 2 S.M.L.V.

De los encuestados que respondieron que el local es alquilado; tiene empleados entre propietarios, personal permanente y personal temporal a 76 mujeres y 19 hombres; de estos encuestados 15 empresarios realizan aportes a Salud y 13 empresarios no realizan este aporte, 14 empresarios efectúan aportes al Sena y 14 empresarios no lo realizan, 14 empresarios realizan aportes a las Cajas de Compensación y 14 no lo realizan, 14 empresarios efectúan aportes al I.C.B.F. y 14 no lo efectúan, 14 si realizan aportes a A.R.P. y 14 no aportan, 14 si realizan aportes a Pensiones mientras que 14 no aportan; 26 empresarios no dan capacitaciones a sus empleados mientras que 2 empresarios dan algún tipo de capacitación; en lo que respecta al ingreso promedio del personal está entre 1S.M.L.V. Y 2 S.M.L.V. y los dueños hasta 4 S.M.L.V.

ANÁLISIS DOFA

SECTORES DE VESTUARIO Y CALZADO	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • O1: Beneficios tributarios • O2: Buscar nuevos mercados. • O3: Crecimiento de la producción textil y de calzado en Colombia. • O4: Uso de las TIC'S. • O5: Actividades que se realizan en la ciudad para los comerciantes. • O6: Productores a nivel local. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • A1: El almacén Éxito • A2: No tener asegurado el establecimiento • A3: Incremento de los costos • A4: Competencia • A5: Trafico de mercancías ilegales • A6: Falta de vías de acceso • A7: Falta de empleo.
<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • F1: Nuevas líneas de productos • F2: Descuentos • F3: Publicidad • F4: Variedad de proveedores • F6: La garantía de sus productos • F7: Buen nivel de estudios 	<p style="text-align: center;">FO</p> <p>F1-O2: Realizar investigaciones de mercado para evidenciar el potencial de este nuevo mercado.</p> <p>F2, 3-O5: Solicitar estas actividades y participar en ellas.</p> <p>F4-O3: Clasificar los proveedores que mayor numero de garantías ofrezcan.</p> <p>F7-O4: Conformar un gremio de comerciantes del sector y buscar formas de capacitación para esta herramienta en las distintas instituciones.</p> <p>F4-O6: Apoyar a los productores locales comprando una parte de la mercancía importada.</p>	<p style="text-align: center;">FA</p> <p>F1-A4: Estar atento a los cambios de modas para así ser el primero en traerlas al mercado regional.</p> <p>F3-A5: Realizar la publicidad de sus productos por medios efectivos que le permitan demostrar su calidad y así contrarrestar este fenómeno.</p> <p>F4-A6: Tener buen inventario de mercancías para los momentos en que no se tenga disponible el acceso al interior del país.</p> <p>F7- A3: Implementar estrategias de reducción de costos.</p>

DEBILIDADES	DO	DA
<ul style="list-style-type: none"> • D1: No invertir en mejoras al establecimiento • D2: No llevar registros de Contabilidad • D3: No tener página web • D4: Poca participación de otros medios de pago • D6: Informalidad en cuanto a seguridad social de sus empleados • D7: No brindar capacitaciones al personal • D8: Horarios extensivos • D9: No invertir en un local propio 	<p>D2, 6-O1: Solicitar capacitaciones a la DIAN para tener bien claro los beneficios que se pueden generar.</p> <p>D7, 8-O3: Realizar periódicamente capacitaciones a sus empleados por medio de las instituciones a nivel local.</p> <p>D4-O4: Implementación de nuevos sistemas de pagos que generen satisfacción al cliente.</p> <p>D3-O4: Capacitarse en cuanto a la importancia que han tomado las TIC'S para poder ser competitivo.</p>	<p>D6-A1: Cumplir a cabalidad todas las normas laborales.</p> <p>D1, 9-A2: Asegurar el establecimiento comercial.</p> <p>D6-A7: Apoyar a otros sectores a nivel local para generar una cadena y así aumentar el nivel de empleo.</p>

ANÁLISIS DE LA MATRIZ FODA

Para analizar la matriz anterior, se fundamenta en las estrategias escogidas para ello, siendo FO el uso de fortalezas internas de la organización con el propósito de aprovechar las oportunidades externas, partiendo las fortalezas y a través de la utilización de sus capacidades positivas. Por otro lado FA, son las estrategias para tratar de disminuir al mínimo el impacto de las amenazas externas, valiéndonos de las fortalezas, afrontando las amenazas del entorno de una forma directa.

La estrategia DA se implementaron a fin de disminuir las debilidades y neutralizar las amenazas, a través de acciones de carácter defensivo, puesto que están en una posición de riesgo y se posee muchas debilidades, DO se fundamenta con el objetivo de mejorar las debilidades internas, aprovechando las oportunidades externas.

CONCLUSIONES

- De los resultados más importantes del sector de vestuario el 85% (34 personas) respondieron que el establecimiento era alquilado; Los resultados de calzado el 90% (27 personas) afirmaron que el establecimiento es alquilado; De los resultados significativos de los que comercializan los dos sectores (vestuario-calzado) el 93,3% (28 personas) de los encuestados contestaron que el establecimiento es alquilado.
- Del total de los establecimientos de vestuario encuestados el 97,5% (39 personas) contestaron no haber aumentado el área del comercial; de las encuestas realizadas al sector de calzado el 96,7% (29 personas) consideraron no haber realizado aumento del área comercial; El 86,7% (26 personas) de los encuestados dedicados a ambas actividades (vestuario-calzado) en el mismo punto de venta afirmaron no haber realizado ampliación del área comercial.
- El 57,5% (23 personas) de los encuestados del sector de vestuario afirmaron haber hecho inversiones de mejora al establecimiento comercial; en cuanto al sector de calzado el 66,7% (20 personas) dijeron que no habían realizado ninguna inversión al establecimiento. Por otra parte los comerciantes dedicados a las dos actividades (vestuario-calzado) el 60% (18 personas) consideraron no realizar inversiones al establecimiento.
- En el sector de vestuario el 32,5% (13 establecimientos) no llevan registros de contabilidad; al mismo tiempo en el sector de calzado el 40% (12 establecimientos) no llevan registros de contabilidad, En el caso de los que comercializan los dos sectores (vestuario-calzado) el 33,3% (10 establecimientos) no llevan registros de contabilidad, estos principales resultados nos permite asimilar la manera informal en que realizan su actividad los comerciantes de estos sectores.
- De los principales resultados obtenidos en el sector de vestuario el 57,5% (23 establecimientos) no tienen seguro contra incendios, un 65% (26 establecimientos) no tienen seguro contra robos y un 75% (30 establecimientos) no tienen seguros contra catástrofes naturales; En el sector de calzado se puede apreciar que el 83,3% (25 establecimientos) no tienen seguro contra incendios, un 90% (27 establecimientos) no tienen seguro contra robos y un 90% (27 establecimientos) no tienen seguros contra catástrofes naturales; De los resultados obtenidos en el comercio de ambos sectores (vestuario-calzado) el 53,3% (16 establecimientos) no tienen seguro contra incendios, un 53,3% (16 establecimientos) no tienen seguro contra robos y un 83,3% (25 establecimientos) no tienen seguros contra catástrofes naturales.

- Del 100% de las encuestas realizadas al sector de vestuario el 67,5% (27 personas) piensan continuar con el negocio; Del 100% de las encuestas realizadas al sector de calzado el 76,7% (23 personas) opinaron que dentro de sus perspectivas es continuar con el negocio; Del 100% de las encuestas realizadas a los comerciantes de ambos sectores (vestuario-calzado) el 73,3% (22 personas) opinaron que dentro de sus perspectivas es continuar con el negocio.
- En el sector de vestuario el 87,5% (35 personas) dijeron no tener página web; Para el sector de calzado el 93,3% (28 personas) afirmaron no tener página web; Para el comercio de los dos sectores (vestuario-calzado) el 96,7% (29 personas) afirmaron no tener página web. Lo anterior hace evidente que los comerciantes no están haciendo uso de las TICS “Tecnologías de la Información y la Comunicación” como una herramienta indispensable para mejorar la competitividad de su negocio.
- Los resultados en el sector de vestuario determinan que el 62,5% (25 personas) afirmaron que sus ventas fueron inferiores de un año a otro y de este porcentaje el 30% (12 personas) dijo que disminuyeron de un 0 a un 15% y de estas afirmaron el 25% (10 personas) que las causales de disminución son debido a la competencia y un 25% (10 personas) opinaron que la disminución se dio por el falta del circulante en la región.
- En el sector de Calzado el 56,7% (17 personas) afirmaron que sus ventas fueron inferiores de un año a otro y de este porcentaje el 20% (6 personas) afirmaron que sus ventas disminuyeron de un 16% a 30%, y de estas el 23,3% (7 personas) opinaron que las causales de disminución son debido a la competencia y un 23,3% (7 personas) contestaron que la disminución se dio por el falta del circulante en la región.
- Los resultados obtenidos en los que comercian los dos sectores (vestuario-calzado) el 70% (21 personas) afirmaron que sus ventas fueron inferiores de un año a otro y de este porcentaje un 36,7% (11 personas) dijo que sus ventas disminuyeron de un 16% a 30%, y de estas opinaron el 30% (9 personas) que las causales de disminución son debido a la competencia y un 30% (9 personas) justificaron que la disminución se dio por el falta del circulante en la región.
- Para el 87,5% (35 personas) del sector de vestuario creen que el trimestre del año de mayor actividad para las ventas es de Octubre a Diciembre; Para el sector de calzado el 60% (18 personas) afirman que es de Octubre a Diciembre; Y para los comerciantes de los dos sectores (vestuario-calzado) el 50% (15 personas) también justifican que es de Octubre a Diciembre.

- Según los resultados obtenidos en las encuestas de vestuario el 85% (34 personas) contestaron que el comportamiento total de los costos de un año a otro fue superior, de este porcentaje el 70% (28 personas) consideran que sus costos totales aumentaron de 0 a 15%.
- Según los resultados obtenidos en las encuestas de calzado el 86,7% (26 personas) contestaron que el comportamiento total de los costos de un año a otro fue superior, de este porcentaje el 73,3% (22 personas) consideran que sus costos totales aumentaron de 0 a 15%.
- Según los resultados obtenidos en las encuestas de ambos sectores (vestuario-calzado) el 90% (27 personas) contestaron que el comportamiento total de los costos de un año a otro fue superior, de este porcentaje el 86,7% (26 personas) consideran que sus costos totales aumentaron de 0 a 15%.
- El sector de vestuario tienen como más representativa la procedencia de su mercancía desde la ciudad de Medellín con un porcentaje del 37,5% (15 personas), a la vez el 90% (36 personas) de los encuestados del sector de vestuario considera que realiza el pedido de mercancía a sus proveedores trimestralmente
- El sector de calzado tiene más representativa la ubicación de sus proveedores en la ciudad de Bucaramanga con un porcentaje del 33,3% (10 personas), al mismo tiempo el 73,3% (22 personas) de los encuestados considera que realiza el pedido de mercancía a sus proveedores trimestralmente.
- En lo que respecta a la comercialización de los dos sectores (vestuario-calzado) el 33,3% (10 personas) realizan su pedido desde la ciudad Capital Bogotá siendo esta la más representativa, al mismo tiempo el 66,7% (20 personas) de los encuestados consideran que realizan el pedido de mercancía a sus proveedores trimestralmente.
- El medio de pago más representativo para el sector de vestuario es el efectivo, con una participación porcentual de 81% a 100%, el cual lo afirmo el 77,5% (31 personas); Para el sector de calzado es el efectivo, con una participación porcentual de 81% a 100%, el cual lo afirmo el 83,3% (25 personas); Para los que comercializan los dos sectores (vestuario-calzado) es el efectivo, con una participación porcentual de 81% a 100%, el cual lo afirmo el 76,7% (23 personas).
- De los resultados obtenidos en las encuestas del sector vestuario el 62,5% (25 personas) dan garantías a sus clientes por los productos que adquieren; Para el sector calzado, el 50% (15 personas) dan garantías a sus clientes; Para los sectores que comercializan ambos sectores (vestuario-calzado) el 66,7% (20 personas) dan garantías a sus clientes por los productos.

- En cuanto a las encuestas de vestuario el 22% (42 personas) son hombres y el 78% (152) corresponden a mujeres; Para las encuestas de calzado el 20% (30 personas) son hombres y el 80% (118) corresponden a mujeres; De las encuestas realizadas a los comerciantes de los dos sectores (vestuario-calzado) el 19% (20 personas) son hombres y el 81% (88) corresponden a mujeres. Con estos resultados podemos apreciar la gran participación que tiene el sexo femenino en estos sectores.
- De los resultados obtenidos en el sector de vestuario el 42,5% (17 personas) no realizan aportes Salud, un 52,5% (21 personas) no efectúan aportes a Sena, un 47,5% (19 personas) no realiza pagos a Cajas de compensación, un 52,5% (21 personas) no hace aportes a I.C.B.F. un 52,5% (21 personas) no efectúan pagos a A.R.P. un 50% (20 personas) no realiza pagos a Pensiones.
- De los resultados obtenidos en el sector de calzado el 66,7% (20 personas) no realizan aportes Salud, un 73,3% (22 personas) no efectúan aportes a Sena, un 70% (21 personas) no realiza pagos a Cajas de compensación, un 73,3% (22 personas) no hace aportes a I.C.B.F. un 73,3% (22 personas) no efectúan pagos a A.R.P. un 73,3% (22 personas) no realiza pagos a Pensiones.
- De los resultados obtenidos en el sector de vestuario el 43,3% (13 personas) no realizan aportes Salud, un 46,7% (14 personas) no efectúan aportes a Sena, un 46,7% (14 personas) no realiza pagos a Cajas de compensación, un 46,7% (14 personas) no hace aportes a I.C.B.F. un 46,7% (14 personas) no efectúan pagos a A.R.P. un 46,7% (14 personas) no realiza pagos a Pensiones.
- El 75% (30 personas) del sector de vestuario no realizan ningún tipo de capacitación a sus empleados; El 96,7% (29 personas) del sector de calzado no realizan capacitación a los empleados; El 93,3% (28 personas) de ambos sectores (vestuario-calzado) no hacen capacitaciones al personal.