



# SONDEO DE OPINIÓN COMERCIANTES TRAMO TRES

Julio de 2010



**METROPLÚS S.A.**  
progreso en movimiento



# Introducción

- En la Pretronal Sur Itagüí el área de influencia directa para el desarrollo del proyecto Sistema Integrado de Transporte masivo Metroplús (SITM) en el tramo tres, comprende los corredores viales de la carrera 52D (Vía de la Moda) y la carrera 52 (Vía Santa María) entre el Parque Las Chimeneas y el Parque de El Artista.
- La Carrera 52D (ambos costados) - vía de la Moda, se caracteriza principalmente por tener actividades económicas dedicadas a la venta de prendas para vestir y en menor escala a la confección de las mismas, igualmente hay establecimientos de uso comercial diverso (industria, comercio y servicios), lo cual genera una alta movilidad peatonal y vehicular.
- La carrera 52 (costado occidental) - vía Santa María, es en un alto porcentaje de uso comercial cuyo tipo de actividad económica está relacionada con salud y estética, alimentos, bebidas, apuestas, establecimientos nocturnos, comunicaciones, manufacturas, variedades, reparación y mantenimiento de electrodomésticos, talleres de mecánica, entre otras.



- Teniendo en cuenta que en este tramo, un 76% de los predios tienen uso destinado a establecimientos con actividades económicas, Metroplús, ha realizado un sondeo de opinión entre los comerciantes para conocer las condiciones actuales del sector, antes del inicio de obra del proyecto.
- Esta actividad se realiza con una responsabilidad o aporte social que ayude a generar programas a nivel interinstitucional entre la administración municipal y Metroplús, con el acompañamiento de la Cámara de Comercio del aburrá Sur, para estimular las dinámicas comerciales del sector.
- Se busca blindar el proyecto para que éste no se vuelva una justificación mediática, frente a las condiciones que actualmente viven los comerciantes, que de una manera directa se verán impactados por el sistema; de ahí que se generen procesos de participación ciudadana, donde se concerte y se socialice las estrategias que ayuden a superar los impactos que se ocasionen.

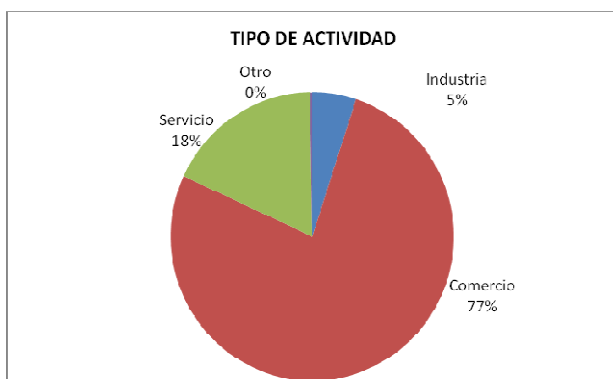
# ANÁLISIS DE RESULTADOS

- De un total de 537 locales comerciales identificados en los corredores de las carreras 52 y 52D, el sondeo de opinión fue aplicado a una muestra del 71%, equivalente a 381 de ellos, 137 ubicados en la carrera 52 (costado occidental) y 244 en la carrera 52D (ambos costados).
- La metodología de aplicación del instrumento consistió en una recolección de información en cada local, mediante visita directa y personal con el responsable del establecimiento o su representante.
- Para la aplicación se contó con la participación de 18 estudiantes de las I.E. Concejo Municipio de Itagüí y Simón Bolívar, en las dos jornadas, con la orientación profesional y el acompañamiento del equipo de Gestión Social de Metroplús.

Los resultados de este sondeo son los siguientes:



## Tipo de actividad



En cuanto al **tipo de actividades** que desarrollan los comerciantes, un 77% de ellos está dedicado al sector comercio, al de servicios un 18% y un 5% está en la industria.

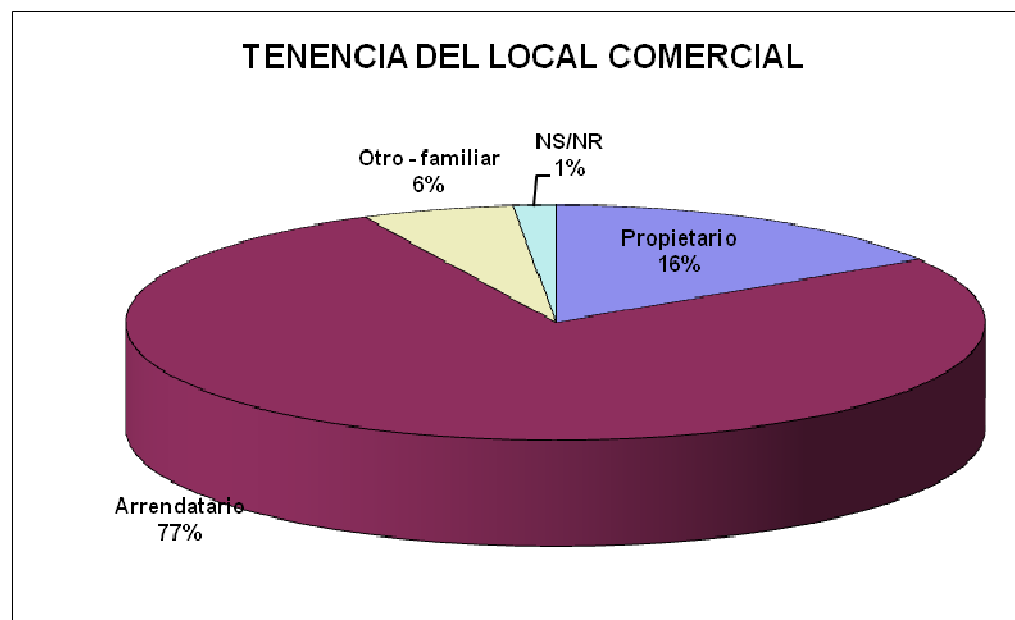
Actividad	No.	%
Venta de ropa en general	162	43
Venta de alimentos - cafeterías-restaurantes	53	14
Servicios de comunicaciones-carga-arrendamientos	23	6
Establecimientos nocturnos	16	4
Tiendas, licores y mercados	16	4
almacenes-variedades y papelerías	15	4
Depósitos, venta materiales y ferreterías	15	4
Manufacturas e insumos de confección	14	4
Peluquerías, salones	11	3
Establecimientos de salud	11	3
Servicios de vehículos (repuestos, talleres)	9	2
Venta de calzado	8	2
Otras actividades	28	7
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>





## Tenencia del local

Tenencia del local	No.	%
Propietario	61	16
Arrendatario	292	77
Otro - familiar	22	6
NS/NR	6	1
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

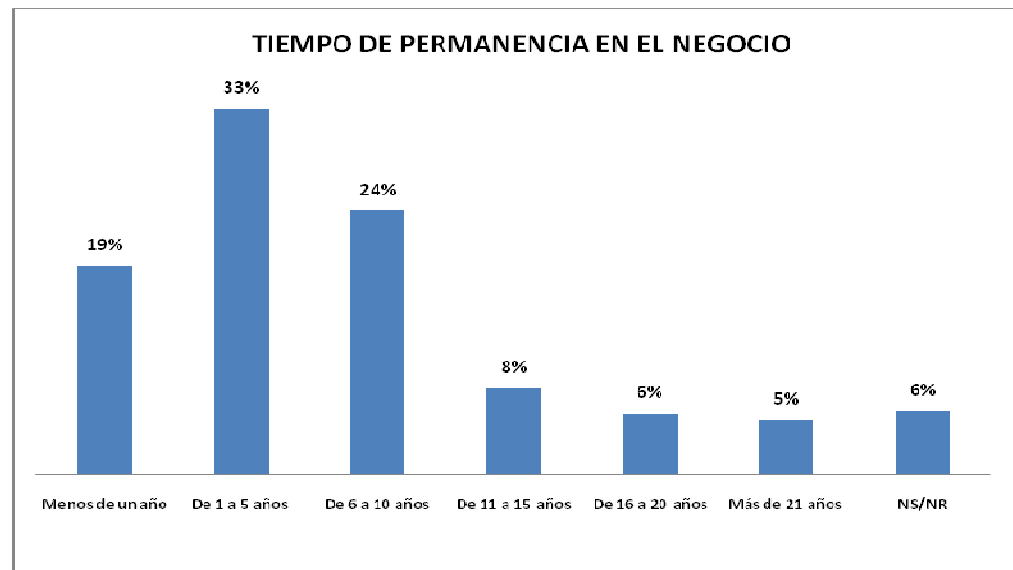




## Tiempo del negocio en el lugar

Se observa que una de las características de los comerciantes del sector es la permanencia en años con sus actividades, lo que genera un sentido de pertenencia, arraigo y tradición por el sector. Un 33% lleva entre uno y cinco años en el local, el 24% está ubicado entre seis y 10 años, un 8% manifiesta que están en ese lugar entre los 11 y 15 años, se encuentra en su local un 6% de ellos que afirma llevar entre 16 y 20 años.

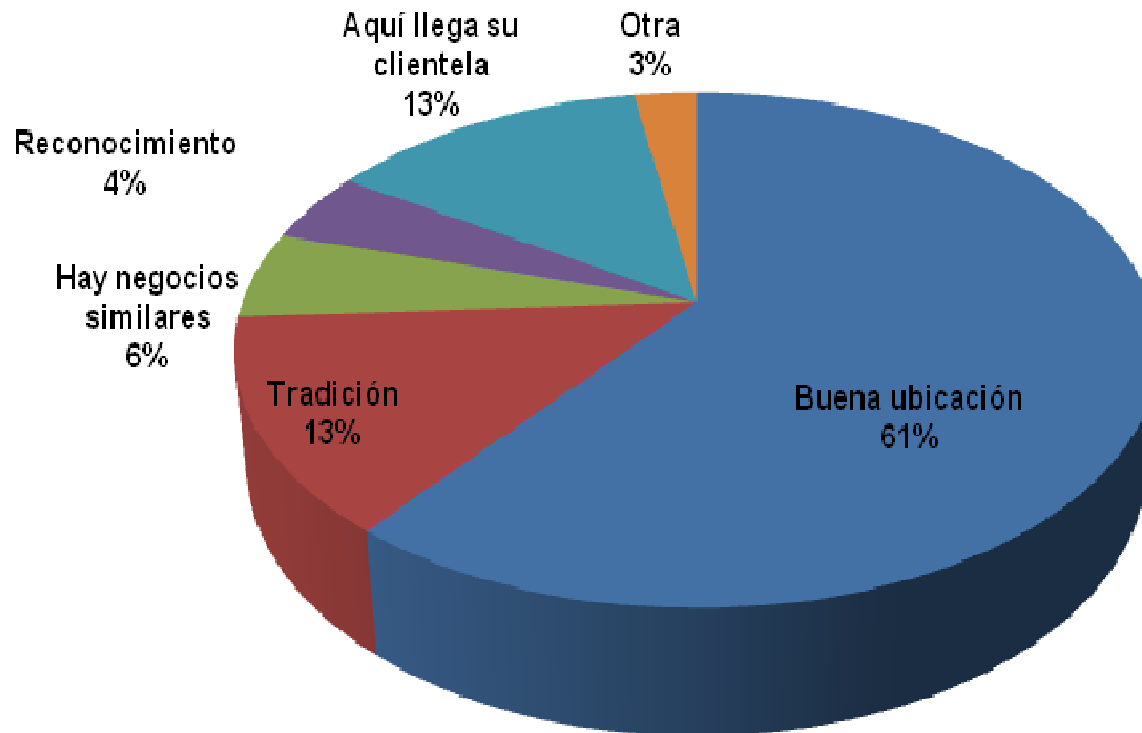
Un 5% de los comerciantes está establecido allí hace más de 20 años, nueve de ellos superan los 30; sólo un 19% lleva menos de un año de estar ejerciendo su actividad en este sector, en su mayoría ocupan centros comerciales de reciente inauguración.





## Razones por las cuales está ubicado en la zona

### RAZONES POR LAS CUALES ESTÁ UBICADO EN LA ZONA





## Pertenece a alguna agremiación del sector

Pertenece	No.	%
SI	36	10
NO	332	87
NS/NR	13	3
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

De los comerciantes que están asociados, 19 de ellos dicen estar en la Asociación de comerciantes de la moda, 3 en Fenalco y 2 afiliados a Copidrogas, los demás no informan a que organización pertenecen.



## Cómo evalúa su actividad comercial en este momento?

Evaluación	No.	%
Regular	176	46
Buena	157	41
Mala	39	10
NS/NR	9	2
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

- El 46% de los encuestados **evalúa su actividad** muy regular y lo manifiesta con expresiones como “bajas ventas”, “el sector está muy solo”, “porque no es temporada”, “por la competencia desleal”, entre otros.
- Para el 41% de los comerciantes su actividad comercial en este momento es buena, porque: “hay buenas ventas”, “continúa el reconocimiento del sector”, “tiene muy buena clientela”.
- Está muy mala su actividad económica lo afirma el 10% de los comerciantes y manifiestan con frases como: “por la inseguridad del sector”, “las ventas han bajado mucho”, “por la crisis económica actual a nivel nacional”, “por la situación que se presenta con los comisionistas o arrastradotes”, “hay mucho desempleo”, “problemas sanitarios con las casas desocupadas en la carrera 52”, “arriendos altos”. Además algunos consideran que la llegada de Metroplús “nos tiene a la expectativa”, “afectará todo el comercio” y “perjudicará la zona”.



## Condiciones actuales del sector

Condiciones	No.	%
Buenas	136	36
Regulares (inseguridad)	108	28
Malas (poca afluencia de clientes)	26	7
Los comisionistas o arrastradores	15	4
Bajas ventas (crisis del sector de la confección)	14	4
Muy solo el sector	14	4
Muy normal - el comercio estable	12	3
Hay seguridad y tranquilidad	9	2
En espera del Metroplús	5	1
Otros (no hay publicidad- mucha movilidad-no hay apoyo municipio)	5	1
NS/NR	37	10
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>



## Fortalezas del sector

Fortalezas	No.	%
Reconocimiento comercial (tradición)	79	21
Lo comercial que es (calidad-buenos precios-competencia)	68	18
La buena ubicación	47	12
Buen flujo de gente	28	7
La gente (vecinos, unión y solidaridad)	23	6
La seguridad y comodidad	19	5
Buen transporte	18	5
Mucha oferta, variedad en confección y moda	17	4
La clientela	12	3
Todo	10	3
El turismo que atrae	9	2
La buena competencia	7	2
<b>Ninguna fortaleza</b>	<b>35</b>	<b>9</b>
NS/NR	9	2
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>





## Debilidades o dificultades del sector

<b>Debilidades</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
La inseguridad (robos-violencia-vicio)	113	30
<b>Ninguna</b>	69	18
Los comisionistas o "arrastradores"	53	14
Problemas de movilidad	26	7
El sector está muy solo (no hay ventas)	21	6
Contaminación	19	5
Falta presencia y apoyo del municipio	17	4
Competencia desleal	13	3
Mala situación económica -pocas ventas	11	3
Llega la construcción del Metroplús	9	2
Otros	22	6
<b>Todo</b>	3	1
NS/NR	5	1
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>



## Qué considera puede hacerse para mejorar la dinámica del sector?.

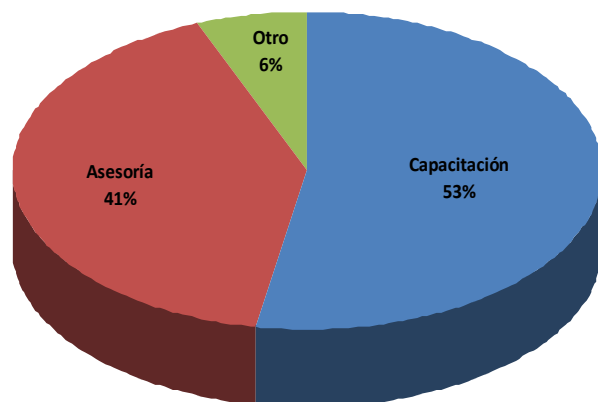
Aspectos	No.	%
Más seguridad	86	23
Publicidad y promoción	79	21
Organizar y reestructurar el sector	35	9
Mayor compromiso y apoyo de la administración municipal	20	5
Llegada de Metroplús	18	5
Quitar o controlar los comisionistas (arrastradores)	15	4
Crear alianzas entre los comerciantes hacer equipo	12	3
Mejorar vías - semaforización peatonal - señalización	11	3
Traer más turistas y clientes	8	2
Generar más empleo	5	1
<b>No hay nada que mejorar</b>	38	10
NS/NR	54	14
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>





## Aspectos en que desearían recibir apoyo para mejorar actividad económica

Aspectos en que desearía recibir apoyo



Otros aspectos sobre los cuales desearía apoyo

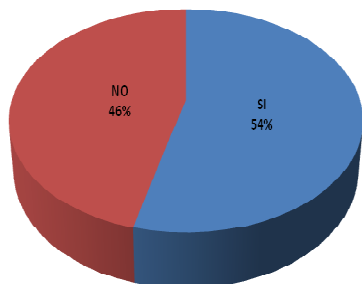
Cuáles otros aspectos?	No.	%
Publicidad (reconocimiento a través de medios de comunicación)	7	30
Créditos a bajos intereses	5	22
Seguridad (apoyo policial permanente)	4	17
Mejor acompañamiento del municipio	3	13
Educar a la gente (empleados y clientes)	3	13
Quitar comisionistas	1	4
<b>TOTALES</b>	<b>23</b>	<b>100</b>





# Proyecto Metroplús

Conoce el Sistema de transporte masivo-Metroplús?



Sabe que el sector va a ser intervenido por Metroplús?	No.	%
SI	334	88
NO	46	12
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

Expectativas frente al Proyecto Metroplús	No.	%
Las mejores	213	56
Ocasionará baja en las ventas, perjuicios y desorden	47	12
Ninguna (por no conocer el proyecto)	43	11
Negativas (que no se realice)	14	4
Conocer las condiciones y garantías de la construcción	7	2
Mucho temor por experiencias de Medellín	3	1
NS/NR	54	14
<b>TOTALES</b>	<b>381</b>	<b>100</b>





# CONCLUSIONES

- Sectores como la Vía de la moda continúa con su tradición comercial, allí puede apreciarse la construcción de nuevos centros comerciales y locales.
- No se encuentran unas políticas públicas concertadas entre la administración municipal y los comerciantes del sector.
- No hay políticas coherentes entre los comerciantes para fortalecer la oferta de productos o servicios.





# CONCLUSIONES

- Los comerciantes no cuentan con interlocutor alguno desde la administración municipal y/o diferentes entidades corporativas
- Los comerciantes y sus empleados necesitan programas de capacitación que se articulen a sus necesidades reales de oferta.
- Se requiere estructurar un programa de seguridad para el sector, concertado con los comerciantes.





- Se observa la falta de organización y agremiación entre los comerciantes del sector.
- Los comerciantes esperan encontrar mejores condiciones en el sector con el nuevo proyecto de movilidad Metroplús.
- Se requiere por parte de la administración municipal programas de sensibilización y socialización sobre el espacio público.
- Esperan los comerciantes un proceso de concertación con la comunidad para el desarrollo de obra del proyecto Metroplús.