



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Comunicación Estratégica

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Marketing e Innovación

PRESENTADO POR:

Cornejo Olaya, Jorge Augusto - Comunicación Estratégica

Medina Berrospi, Rony Eduardo - Administración y Dirección de Negocios

Paredes Sipán, María Angelica - Comunicación Estratégica

Pérez Gutiérrez, Gabriela Ross - Marketing E Innovación

ASESOR:

JORGE LUIS LINARES WEILG

LIMA – PERÚ

2023

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

LINARES WEILG, JORGE LUIS.

MIEMBROS DEL JURADO

HUERTAS VALLADARES, EDUARDO JOSE

VERTIZ OSTERLOH, SANDRA SACO

VILLACORTA CALDERÓN, MARIO EDWIN

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Rony Eduardo Medina Berrospi Identificado (a) con DNI N° 70552649, perteneciente al Programa Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N° 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570-4701.

Yo, Gabriela Ross Pérez Gutiérrez Identificado (a) con DNI N° 70336976 perteneciente al Programa Marketing e Innovación, siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N° 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570-4701.

Yo, María Angelica Paredes Sipán Identificado (a) con DNI N°75813682 perteneciente al Programa de Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N° 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570-4701.

Yo, Jorge Augusto Cornejo Olaya Identificado (a) con DNI N° 70482843 perteneciente al Programa Comunicación Estratégica, siendo mi asesor el Sr(a) Jorge Luis Linares Weilg, identificado (a) con DNI N° 09582184, y cuyo código ORCID es 0000-0003-2570-4701.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado “**Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023**”

b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el_12%_de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 15 de diciembre del 2023.

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Rony Eduardo	Medina Berrospi	70552649	
Gabriela Ross	Pérez Gutiérrez	70336976	
María Angelica	Paredes Sipán	75813682	
Jorge Augusto	Cornejo Olaya	70482843	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Jorge Luis	Linares Weilg	09582184	

DEDICATORIA

A Dios quien ha sido nuestro guía, fortaleza y su mano de fidelidad y amor han estado con nosotros hasta el día de hoy. A nuestros padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en nosotros el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está con nosotros siempre. A nuestros hermanos(as) por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar con nosotros en todo momento gracias. A todas nuestras familias porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de nosotros una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas. Finalmente queremos dedicar esta tesis a todas nuestras amistades, por apoyarnos cuando más lo necesitamos, por extender su mano en momentos difíciles y por el cariño brindado.

AGRADECIMIENTOS

Queremos expresar nuestra gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre nuestra vida y a nuestras familias por estar siempre presentes. Nuestro profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal que componen la empresa Colloky, por confiar en nosotros, brindarnos información y permitirnos realizar el proceso descriptivo educativo. De igual manera nuestro agradecimiento al instituto San Ignacio de Loyola, nuestro profesor JORGE LUIS LINARES WEILG, que con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que podamos crecer día a día como profesionales, gracias a usted por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad.

INDICE

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD	2
DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:	2
Firmas de los autores	4
Firma del asesor	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	10
RESUMEN	16
ABSTRACT.....	17
INTRODUCCIÓN	18
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL.....	20
1.1 Título del Proyecto	20
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario	20
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada.....	20
1.4 Localización o alcance de la solución	21
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA.....	22
2.1 Planteamiento del problema	22
2.1.1 Formulación del problema	22
2.1.2 Objetivos de Investigación.....	23

2.1.3 Justificación de la Investigación	24
2.1.4 Limitaciones de la investigación	27
2.1.5 Viabilidad de la investigación.....	28
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	30
3.1 Antecedentes	30
3.1.1 Antecedentes nacionales	30
3.1.2 Antecedentes internacionales.....	31
3.2 Marco teórico	33
3.3 Definición de términos básicos.....	35
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES	36
4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas	36
4.1.1 Hipótesis principal	36
4.1.2 Hipótesis derivadas	36
4.2 Operacionalización de variables	37
CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	39
5.1 Diseño metodológico.....	39
5.2 Diseño muestral	40
5.3 Población	40
5.4 Muestra	40
5.5 Técnica de recolección de datos.....	41

5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información	42
5.7 Resultados	43
5.7.1 Análisis ligados a las hipótesis	46
CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN.....	61
6.1 Alcance esperado	61
6.2 Descripción de la propuesta de innovación.....	61
6.3 Diagnóstico situacional	62
6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora	62
6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación.....	63
6.4.2 Presupuesto	64
CONCLUSIONES	65
FUENTES DE INFORMACIÓN	69
ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable gestión de inventarios	37
Tabla 2 Operacionalización de la variable productividad	38
Tabla 3 Total de ventas del año actual 2023 (Vta EA)	43
Tabla 4 Total de ventas del año anterior 2022 (Vta AA)	44
Tabla 5 Comparación del año anterior y año actual	45
Tabla 6 Prueba de hipótesis principal.....	55
Tabla 7 Prueba de hipótesis derivada 1	56
Tabla 8 Prueba de hipótesis derivada 2	57
Tabla 9 Prueba de hipótesis derivada 3	58
Tabla 10 Prueba de hipótesis derivada 4	59
Tabla 11 Presupuesto.....	64
Tabla 12 Tienda JOCKEY PLAZA	77
Tabla 13 Tienda 009 TRUJILLO.....	77
Tabla 14 Tienda 017 SALAVERRY	79
Tabla 15 Tienda 015 PLAZA NORTE	79
Tabla 16 Tienda 012 CHICLAYO	79
Tabla 17 Tienda 019 SAN BORJA	80
Tabla 18 Tienda 021 SAN MIGUEL.....	80
Tabla 19 Tienda 018 MALL DEL SUR.....	81

Tabla 20 <i>Tienda 013 CUZCO</i>	81
Tabla 21 <i>Datos para la tienda 026 AREQUIPA</i>	82
Tabla 22 <i>Tienda 020 MEGAPLAZA</i>	82
Tabla 23 <i>Tienda 007 EL POLO</i>	83
Tabla 24 <i>Tienda 025 PURUCHUCO</i>	83
Tabla 25 <i>Tienda SANTA ANITA</i>	84
Tabla 26 <i>Tienda CAYMA AREQUIPA</i>	84
Tabla 27 <i>Datos para la tienda 026 AREQUIPA</i>	85
Tabla 28 <i>Datos para la tienda 025 PURUCHUCO</i>	85
Tabla 29 <i>Datos para la tienda 023 SANTA ANITA 2</i>	86
Tabla 30 <i>Datos para la tienda 021 SAN MIGUEL</i>	87
Tabla 31 <i>Datos para la tienda 020 MEGAPLAZA</i>	88
Tabla 32 <i>Datos para la tienda 019 SAN BORJA 2</i>	88
Tabla 33 <i>Datos para la tienda 018 MALL DEL SUR</i>	89
Tabla 34 <i>Datos para la tienda 017 SALAVERY 2</i>	90
Tabla 35 <i>Datos para la tienda 015 PLAZA NORTE</i>	91
Tabla 36 <i>Datos para la tienda 013 CUZCO</i>	91
Tabla 37 <i>datos para la tienda 012 CHICLAYO</i>	92
Tabla 38 <i>Datos para la tienda 011 COLLOKY JOCKEY PLAZA</i>	93
Tabla 39 <i>Datos para la tienda 009 TRUJILLO</i>	94

Tabla 40 <i>Datos para la tienda 007 EL POLO</i>	94
Tabla 41 <i>Familias de la tienda Colloky Jockey Plaza</i>	96
Tabla 42 <i>Familias de la tienda Colloky Jockey Plaza</i>	97
Tabla 43 <i>Familias de la tienda Colloky Jockey Plaza</i>	99
Tabla 44 <i>Familias de la tienda Trujillo</i>	101
Tabla 45 <i>Familias de la tienda Trujillo</i>	102
Tabla 46 <i>Familias de la tienda Trujillo</i>	103
Tabla 47 <i>Familias de la tienda Salaverry 2</i>	107
Tabla 48 <i>Familias de la tienda Salaverry 2</i>	109
Tabla 49 <i>Familias de la tienda Salaverry 2</i>	113
Tabla 50 <i>Familias de la tienda Plaza norte</i>	118
Tabla 51 <i>Familias de la tienda Plaza norte</i>	120
Tabla 52 <i>Familias de la tienda Plaza norte</i>	124
Tabla 53 <i>Familias de la tienda Chiclayo</i>	130
Tabla 54 <i>Familias de la tienda Chiclayo</i>	131
Tabla 55 <i>Familias de la tienda Chiclayo</i>	134
Tabla 56 <i>Familias de la tienda San Borja 2</i>	136
Tabla 57 <i>Familias de la tienda San Borja 2</i>	137
Tabla 58 <i>Familias de la tienda San Borja 2</i>	140
Tabla 59 <i>Familias de la tienda San Miguel</i>	144

Tabla 60 <i>Familias de la tienda San Miguel</i>	145
Tabla 61 <i>Familias de la tienda San Miguel</i>	148
Tabla 62 <i>Familias de la tienda Mall del Sur</i>	152
Tabla 63 <i>Familias de la tienda Mall del Sur</i>	153
Tabla 64 <i>Familias de la tienda Mall del Sur</i>	156
Tabla 65 <i>Familias de la tienda Mall del Sur</i>	160
Tabla 66 <i>Familias de la tienda cuzco</i>	164
Tabla 67 <i>Familias de la tienda cuzco</i>	165
Tabla 68 <i>Familias de la tienda cuzco</i>	167
Tabla 69 <i>Familias de la tienda Arequipa 2</i>	169
Tabla 70 <i>Familias de la tienda Arequipa 2</i>	171
Tabla 71 <i>Familias de la tienda Arequipa 2</i>	176
Tabla 72 <i>Familias de la tienda Mega Plaza</i>	179
Tabla 73 <i>Familias de la tienda Mega Plaza</i>	181
Tabla 74 <i>Familias de la tienda Mega Plaza</i>	185
Tabla 75 <i>Familias de la tienda El Polo</i>	189
Tabla 76 <i>Familias de la tienda El Polo</i>	190
Tabla 77 <i>Familias de la tienda El Polo</i>	193
Tabla 78 <i>Familias de la tienda Puruchuco</i>	194
Tabla 79 <i>Familias de la tienda Puruchuco</i>	195

Tabla 80 <i>Familias de la tienda Puruchuco</i>	196
Tabla 81 <i>Familias de la tienda Santa Anita</i>	198
Tabla 82 <i>Familias de la tienda Santa Anita</i>	199
Tabla 83 <i>Familias de la tienda Santa Anita</i>	203
Tabla 84 <i>Familias de la tienda Cayma Arequipa</i>	204
Tabla 85 <i>Familias de la tienda Cayma Arequipa</i>	206
Tabla 86 <i>Familias de la tienda Cayma Arequipa</i>	208

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Análisis descriptivo tienda el polo</i>	47
Figura 2 <i>Análisis descriptivo tienda Mall del Sur</i>	47
Figura 3 <i>Análisis descriptivo tienda Arequipa 2</i>	48
Figura 4 <i>Análisis descriptivo tienda Cuzco</i>	48
Figura 5 <i>Análisis descriptivo tienda Megaplaza</i>	49
Figura 6 <i>Análisis descriptivo tienda Santa Anita</i>	49
Figura 7 <i>Análisis descriptivo tienda Trujillo</i>	50
Figura 8 <i>Análisis descriptivo tienda Jockey Plaza</i>	50
Figura 9 <i>Análisis descriptivo tienda Salaverry</i>	51
Figura 10 <i>Análisis descriptivo de la tienda de Plaza Norte y San Borja 2</i>	52
Figura 11 <i>Análisis descriptivo de la tienda Chiclayo</i>	52
Figura 12 <i>Análisis descriptivo de la tienda de Puruchuco</i>	53
Figura 13 <i>Análisis descriptivo por familias</i>	54

RESUMEN

La irrupción del Fenómeno del Niño Costero ha generado repercusiones significativas en diversas industrias, elevando los precios de productos básicos y afectando distintos sectores económicos en el país. En este contexto, el objetivo de la investigación es determinar la relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky durante los años 2022-2023. La investigación se clasifica como aplicada, ya que busca proporcionar soluciones prácticas en el ámbito empresarial, específicamente abordando la conexión entre el fenómeno climático y las ventas de Colloky. El enfoque cuantitativo implica el uso de métodos estadísticos y análisis numéricos para medir objetivamente esta relación y obtener resultados generalizables. El diseño correlacional y analítico se enfocará en realizar un análisis detallado de cómo diferentes aspectos del fenómeno del Niño afectan las ventas y la estrategia comercial de la empresa. Además, en el nivel correlacional, se examina la relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de Colloky, sin establecer causalidad directa. Se busca identificar patrones y asociaciones para comprender la naturaleza y magnitud de esta relación. Los hallazgos revelan un impacto negativo y significativo del fenómeno del niño en las ventas de Colloky en el año 2023, respaldado por un p-valor inferior a 0,05. Esta asociación estadística refuerza la conclusión de que el fenómeno climático influyó considerablemente en las cifras de ventas, destacando la necesidad de acciones correctivas y estratégicas por parte de la empresa para contrarrestar estos efectos adversos.

Palabras clave: Fenómeno del Niño, Ventas, Colloky, Impacto Económico

ABSTRACT

The arrival of the Coastal El Niño Phenomenon has had significant repercussions in various industries, leading to price increases in essential products and affecting different economic sectors in the country. In this context, the research aims to determine the relationship between the presence of the El Niño phenomenon and the sales of the company Colloky during the years 2022-2023. The research is classified as applied, as it seeks to provide practical solutions in the business sphere, specifically addressing the connection between the climatic phenomenon and Colloky's sales. The quantitative approach involves the use of statistical methods and numerical analysis to objectively measure this relationship and obtain generalizable results. The descriptive design is chosen to meticulously detail the relationship between the variables of interest without manipulating conditions. At the correlational level, the relationship between the presence of the El Niño phenomenon and Colloky's sales is examined without establishing direct causation. The goal is to identify patterns and associations to understand the nature and magnitude of this relationship. Findings reveal a negative and significant impact of the El Niño phenomenon on Colloky's sales in the year 2023, supported by a p-value below 0.05. This statistical association reinforces the conclusion that the climatic phenomenon significantly influenced sales figures, emphasizing the need for corrective and strategic actions by the company to counteract these adverse effects.

Keywords: El Niño Phenomenon, Sales Impact, Colloky, Economic Consequences

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación se enfoca en analizar la relación existente entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la reconocida empresa Colloky durante los años 2022 y 2023. Este fenómeno climático, conocido por su impacto en las condiciones atmosféricas y, por ende, en diversas actividades económicas, será explorado en su posible influencia en el rendimiento financiero de la empresa.

La investigación se desarrollará en el marco del área estratégica de desarrollo prioritario de Competitividad y Diversificación Industrial, con una línea de investigación específica: Descriptivo-Relacional. Se adoptará un enfoque cuantitativo, utilizando datos numéricos para analizar de manera rigurosa la relación entre la variabilidad climática del fenómeno del niño y las ventas de Colloky.

La actividad económica objeto de estudio se centra en el comercio minorista, específicamente en la venta al por menor de productos nuevos en comercios especializados, como ropa y calzado destinados a niños y niñas de 0 meses hasta los 12 años. Dada la naturaleza de las fluctuaciones climáticas, el proyecto se propone entender cómo el fenómeno del niño puede representar una amenaza para este sector, y en particular, para las ventas de Colloky.

La localización específica del estudio será la ciudad de Lima, donde se encuentra ubicada la empresa Colloky. La investigación se concentrará en el área de Planificación Estratégica de la empresa, con el objetivo de analizar y diagnosticar el

impacto que el fenómeno del niño ha tenido en la planificación de ventas durante el año 2023. Se llevará a cabo una comparación entre las ventas de los años 2022 y 2023, permitiendo así la identificación de patrones y tendencias que orienten la propuesta de estrategias de mejora para mitigar los posibles efectos adversos en el desempeño financiero de Colloky.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del Proyecto

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa COLLOKY en los años 2022 – 2023.

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Área: Competitividad y diversificación industrial

El presente proyecto de investigación busca documentar la relación entre el fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky de los años 2022 - 2023, el cual tendrá un enfoque cuantitativo, ya que se analizarán datos numéricos.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la innovación o investigación aplicada

La presente investigación se aplicará en una empresa del sector de comercio minorista con actividad económica de venta al por menor de productos nuevos en comercios especializados como ropa y calzado para niños/as de 0 meses hasta los 12 años.

Debido a que el fenómeno del niño es una amenaza para diferentes actividades económicas, en la presente investigación relacionaremos su repercusión en las ventas de la empresa Colloky, para ello recopilaremos datos de ventas desde el año 2022 hasta lo que va del año 2023, año en el cual se ha venido desarrollando este fenómeno.

1.4 Localización o alcance de la solución

Se aplicará en una empresa privada ubicada en la ciudad de Lima, específicamente enfocada a la proyección de ventas del área de Planificación estratégica de la empresa Colloky.

Se busca principalmente analizar y diagnosticar el impacto ha tenido el fenómeno del niño en la planificación de ventas de la empresa Colloky en el año 2023, para esto vamos a relacionar las ventas de los años 2022 y 2023, de esta manera se propondrán estrategias de mejora.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Planteamiento del problema

Tras la llegada del Fenómeno del Niño Costero, diferentes industrias se han visto afectadas, lo que ha llevado al alza de precios en diferentes productos de la canasta familiar y esto ha repercutido de diferente manera en muchos sectores económicos en nuestro país.

La poca presencia de temperaturas bajas, hace que la compra de ropa y calzados de temporada invierno hayan tenido muy poca demanda, lo cual ha sido perjudicial para el sector retail y otros.

La empresa Colloky no ha sido ajena a esto, ya que su plan de ventas para el año 2023 se ha visto afectado por sus bajas ventas y poca rotación de estos productos.

Es por ello que se busca analizar la relación que se tiene en las ventas de la empresa, desde el año 2022 dónde no hubo este fenómeno y las ventas del año 2023 con la presencia del Fenómeno del Niño Costero.

2.1.1 *Formulación del problema*

2.1.1.1 Problema General

¿Qué relación hay entre las ventas de la empresa Colloky y la presencia del fenómeno del niño en los años 2022 - 2023?

2.1.1.2 Problemas Específicos

¿Cómo afecta el fenómeno del niño a la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023?

¿Cómo afecta el fenómeno del niño a la ejecución del plan de ventas de la empresa Colloky para el año 2023?

¿Qué familias de productos se vieron más afectadas en venta por el fenómeno del Niño 2023?

¿A cuánto asciende el decrecimiento de las ventas de la empresa Colloky mes a mes desde que inició el fenómeno del niño?

2.1.2 Objetivos de Investigación

2.1.2.1 Objetivo General

Determinar la relación entre las ventas de la empresa Colloky y la presencia del fenómeno del niño en los años 2022 - 2023

2.1.2.2 Objetivos Específicos

Determinar cómo el fenómeno del niño impacta la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023.

Determinar cómo afecta el fenómeno del niño en la ejecución del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023

Determinar qué familias de productos se vieron más afectadas en venta por el fenómeno del niño 2023.

Determinar a cuánto asciende el decrecimiento de las ventas de la empresa Colloky mes a mes desde que inició el fenómeno de Niño 2023.

2.1.3 Justificación de la Investigación

2.1.3.1 Justificación teórica

El fenómeno del Niño es un evento climático extremo caracterizado por el calentamiento anómalo de las aguas del océano Pacífico, lo que conlleva a condiciones climáticas adversas como lluvias torrenciales, inundaciones, sequías prolongadas y deslizamientos de tierra.

Estos eventos climáticos extremos impactan significativamente en las operaciones comerciales de empresas en Lima Metropolitana, una región con importante centro económico.

Comprender y amortiguar los efectos de eventos climáticos extremos es importante para mantener la estabilidad operativa y la continuidad del negocio. La proyección de ventas es un elemento clave en la planificación financiera de cualquier empresa, ya que guía decisiones estratégicas relacionadas con la producción, el inventario y la gestión de personal. Sin embargo, la variabilidad en las ventas debido al impacto del fenómeno del Niño puede llevar a proyecciones inexactas, lo que a su vez puede resultar en una gestión ineficiente de recursos y en pérdidas económicas.

El desarrollo del estudio permitirá presentar los principales resultados, con el fin de contribuir a que las autoridades regionales, locales y demás agentes involucrados puedan tomar decisiones mejor informadas para la gestión prospectiva y correctiva del riesgo relacionado con Fenómenos intensos.

Además, se podrá utilizar como un instrumento de planificación reduciendo las pérdidas económicas, sociales y humanas ocasionadas. Esto en cuanto a que la reconstrucción de los daños ocasionados por el fenómeno del niño del año 2017, según la Autoridad para la Reconstrucción con Cambios (ARRC), le originó al país más de 25,655 millones de soles, de los cuales 19,800 millones (77%) es para reconstrucción de infraestructura afectada, 2,565 millones (10%) para obras de prevención y desarrollo urbano y 3,255 millones (13%) para fortalecimiento de capacidades institucionales y otros. Los resultados que se obtengan de este estudio, beneficiarán a las empresas relacionadas al rubro textil y retail del país.

En el aspecto académico podemos resaltar los siguientes puntos de importancia:

Este trabajo servirá de referencia para estudios posteriores, ya sea a nivel académico o profesional.

Este trabajo servirá como un material de consulta para los estudiantes, proyectistas y otros interesados en Gestión e Ingeniería del riesgo.

Según (Gubler et al., 2020) el 21 de junio debía empezar el invierno en el Perú. No obstante, las altas temperaturas todavía se siguen sintiendo en la capital, con

alrededor de 22°C, y la expectativa de que pueda llegar hasta los 27°C esta temporada como consecuencia del Fenómeno del Niño.

Con ello, también ha cambiado la dinámica de compra de ropa de los consumidores en las tiendas de ropa o por departamento: los limeños han guardado los abrigos largos y casacas térmicas a los que se acostumbra llevar en días fríos y prefieren prendas más ligeras. Ante la búsqueda de prendas dinámicas, Goni, (2023) consultora en Euromonitor International, explica que la planificación de productos a ofrecer a los consumidores ahora debe permitir algo de stock que responda a necesidades quizás no presentes antes en ciertas temporadas. Ante el débil incremento de la demanda interna, las tiendas por departamento han salido con ofertas y liquidaciones por un tiempo más prolongado a lo que se acostumbra en un cambio de estación común.

2.1.3.2 Justificación metodológica

En esta investigación se busca realizar un análisis de en base al impacto que tiene el Fenómeno del Niño en la proyección de ventas de la empresa Colloky, por medio de recopilación de datos climáticos, de ventas y otros aspectos relevantes para desarrollar estrategias que nos permitan desarrollar un Plan de mitigación.

La metodología debe definir claramente cómo se obtendrán y evaluarán estos datos, asegurando su confiabilidad y validez. Se realizará un análisis, enfocándonos en datos cuantitativos, de cómo viene impactando el fenómeno del niño en la proyección de ventas de la empresa Colloky en lo que va del año 2023.

2.1.3.3 Justificación práctica

Este proyecto lo proponemos como una alternativa para desarrollar la relación entre las ventas de la empresa Colloky que se enfrenta en los desafíos del fenómeno del Niño en Lima Metropolitana. El objetivo es proteger sus proyecciones de ventas, lo que a su vez contribuirá a la estabilidad financiera de la empresa. Además, esta investigación busca contribuir al conocimiento teórico y práctico en la gestión de riesgos climáticos en el sector minorista, proporcionando una referencia para otras empresas que enfrentan riesgos similares en regiones propensas a eventos climáticos extremos.

Poder hacer factible el plan de contención en el cuál abocaremos propuestas que puedan ejecutarse ante un cambio climático, conocemos que este tipo de fenómeno es altamente variable, por lo que propondremos estrategias que permitan reducir los daños y optimizar los recursos de la empresa.

2.1.4 Limitaciones de la investigación

En el presente proyecto de investigación, se identifican las siguientes limitaciones que pueden afectar la precisión y exhaustividad de los resultados:

Falta de Información Precisa sobre la Llegada del Fenómeno del Niño:

La principal limitación radica en la dificultad para obtener información precisa sobre la llegada del fenómeno del niño. Esto se debe a la naturaleza cambiante del clima y a la variabilidad en los índices de agresividad asociados con este fenómeno. La imprevisibilidad y la dinámica inherente a los patrones climáticos pueden generar

desafíos en la obtención de datos exactos sobre el inicio y la intensidad del fenómeno del niño durante el período de estudio.

Implicaciones en la Interpretación de Resultados:

La falta de información precisa sobre la llegada del fenómeno del niño podría tener implicaciones significativas en la interpretación de los resultados. La incertidumbre en los datos climáticos puede dificultar la atribución precisa de cambios en las ventas a la presencia del fenómeno del niño, afectando la fiabilidad de las conclusiones obtenidas en el estudio.

Alternativas de Mitigación:

Para abordar estas limitaciones, se adoptarán enfoques metodológicos que permitan la incorporación de la variabilidad climática en el análisis. Se explorarán fuentes de datos adicionales, como pronósticos climáticos a largo plazo y registros históricos detallados, para mejorar la precisión en la identificación y cuantificación del impacto del fenómeno del niño en las ventas de la empresa Colloky.

A pesar de estas limitaciones, se llevará a cabo un análisis exhaustivo y se aplicarán estrategias metodológicas para minimizar el sesgo y garantizar la validez de los hallazgos obtenidos en el marco de este estudio.

2.1.5 Viabilidad de la investigación

Esta investigación tiene el potencial de plantear la relación entre las ventas de la empresa Colloky y el fenómeno del niño para ver el impacto entre los años 2022 -

2023, siendo esencial comprender y reducir su impacto en las operaciones comerciales para la proyección planteada por la empresa.

La estrategia de mostrar la relación no solo protegerá los ingresos y ganancias de la empresa Colloky, sino que también podría servir como un modelo a seguir para otras empresas en la región que enfrentan desafíos similares. Además, en el contexto del mercado nacional, esta investigación permitirá comparar la situación actual de la marca entre 2022 - 2023, antes de la implementación de las estrategias de marketing digital, con la nueva variación que se obtendrá tras su implementación.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes

3.1.1 Antecedentes nacionales

Narro (2018) en su investigación titulada "Análisis del Impacto del Fenómeno del Niño Costero en la Actividad Turística de Trujillo en el Año 2017" buscó comprender las repercusiones de este fenómeno natural en el sector turístico local. El objetivo principal fue evaluar tanto los impactos económicos como socioculturales que este fenómeno tuvo en la actividad turística de la ciudad. En términos metodológicos, se empleó un enfoque mixto que combinó métodos cuantitativos y cualitativos para recopilar información detallada. La población bajo estudio incluyó a residentes locales, empresarios del sector turístico, así como a turistas que visitaron Trujillo durante el período afectado por el fenómeno del Niño Costero. Los resultados de la investigación revelaron consecuencias considerables en la economía local, con una percepción predominantemente negativa en cuanto a la seguridad ciudadana y un impacto significativo en el medio ambiente. Estos hallazgos resaltaron la necesidad de implementar estrategias específicas para la revitalización económica sin comprometer la preservación ambiental y cultural de la región turística.

Adauto (2018) indagó en su investigación titulada 'Impacto del Fenómeno del Niño Costero en la Actividad Turística de Trujillo en el año 2017' con el propósito de analizar las repercusiones económicas, socioculturales y medioambientales de este fenómeno natural en el ámbito turístico local. La metodología adoptada combinó métodos cuantitativos y cualitativos, involucrando entrevistas, encuestas y análisis de

datos secundarios. La población objeto de estudio abarcó residentes locales, turistas y actores clave en la industria turística durante el período afectado por el fenómeno. Los resultados obtenidos revelaron un impacto significativo en la economía turística regional, evidenciando situaciones de morosidad en instituciones financieras locales, como el BBVA Continental oficina El Porvenir, lo que subraya la estrecha relación entre la crisis turística provocada por el fenómeno y sus efectos económicos directos en instituciones financieras, destacando la necesidad de estrategias adaptativas y preventivas para afrontar eventos naturales extremos.

El estudio de Chung y Nuñez (2022) titulado "Impacto Económico Del Fenómeno De El Niño En El Sector Agrícola Del Perú Entre Los Años 2017 – 2019 Enfoque De Fronteras Estocásticas De Producción" se enfocó en comprender el impacto del fenómeno de El Niño en la agricultura peruana. Utilizando una metodología que incluyó análisis de fronteras estocásticas de producción, la investigación consideró una población compuesta por agricultores y actores del sector agrícola. Los resultados revelaron que El Niño generó daños irreparables en la agricultura, tales como deslizamientos de tierra, huaycos y desbordes de ríos, afectando gravemente la producción y ventas de verduras, causando pérdidas totales en las cosechas cultivadas. Esta situación no solo perjudicó a los agricultores, sino que también impactó negativamente en los consumidores y la economía en general, debido a la escasez y aumento de precios de los productos agrícolas.

3.1.2 Antecedentes internacionales

Vargas (2015) en su investigación titulada "El impacto del fenómeno de El Niño sobre la producción agrícola y su incidencia en el crecimiento del PIB", tuvo como

objetivo analizar la influencia de la variabilidad climática asociada con El Niño en la economía boliviana, con un enfoque particular en el sector agropecuario. La metodología empleada se centró en el análisis de datos históricos y estadísticas económicas, considerando información sobre patrones climáticos y su impacto en la producción agrícola. La población estudiada abarcó actores del sector agropecuario y expertos en economía y clima. Los resultados revelaron que las fluctuaciones climáticas relacionadas con El Niño representan una amenaza significativa para el sector agrícola boliviano, generando inundaciones, sequías y otras condiciones climáticas extremas que obstaculizan su crecimiento, a pesar de ser un componente vital en el PIB nacional, limitando así su contribución económica y su desarrollo sostenible.

Caicedo y Montealegre (2017) en su investigación titulada "Los fenómenos de El Niño y de La Niña, su efecto climático e impactos socioeconómicos", se propusieron analizar las consecuencias del evento de 1982-1983 en Ecuador y compararlas con las ocurridas en Perú. La metodología empleada incluyó un análisis detallado de los daños causados en infraestructuras clave como vías férreas, puertos, caminos y en la producción agrícola. La población estudiada estuvo influenciada por los estragos económicos y sociales generados por estos fenómenos climáticos. Los resultados revelaron efectos adversos significativos en el crecimiento del PIB, una disminución en las exportaciones, un incremento del déficit fiscal y de la inflación, evidenciando el impacto socioeconómico considerable de dichos eventos climáticos extremos en la región.

3.2 Marco teórico

En línea al planteamiento del problema propuesto es necesario describir los conceptos inmersos en torno a lo que se entiende por fenómeno natural concentrándose en el Fenómeno de El Niño, al mismo tiempo se requiere definir el impacto del mismo, profundizando su efecto en el volumen de ventas de la empresa COLLOKY en el rubro del comercio minorista en Perú. El Fenómeno del Niño presenta series anómalas de gran escala en la atmósfera y el océano del Pacífico Sur, las cuales elevan la temperatura de la superficie marítima y de la atmósfera por un período que va entre doce a dieciocho meses. Existen diversas formas de definir el Fenómeno de El Niño, la cual es definida, según (Silverstone, 2021) como un cambio inusual en la condición natural de temperatura del agua en el océano Pacífico ecuatorial. Este se caracteriza justamente por el calentamiento de las aguas del mar. Según Rodríguez (2023) la corriente de El Niño es producida por alteraciones en la temperatura de interacción del océano y la atmósfera, que conlleva al alza sostenida de temperatura superficial del mar y debilita los vientos alisios que van de Este a Oeste en la zona del Pacífico Tropical. Al debilitarse los vientos alisios, dejan pasar aguas cálidas cuya procedencia va desde Australia e Indonesia hacia Sudamérica, gracias a las llamadas ondas Kelvin¹¹, que se originan en Indonesia y forman la llamada “piscina caliente”, el espacio de aguas calientes más extenso de la Tierra. Estas aguas viajan hacia el Este, llegando a costas sudamericanas en un tiempo aproximado de dos meses (Ministerio de Ambiente, 2021).

Este evento trae consigo una serie de condiciones que podrían poner en riesgo nuevamente la economía a nivel global, que todavía está recuperándose de la pandemia.

Al respecto, el titular del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Alex Contreras, señaló en marzo que este fenómeno climático tendría un impacto de 1% o 2% del Producto Bruto Interno (PBI), lo cual podría implicar pérdidas económicas de hasta S/ 18 mil 600 millones.

Sin embargo, al mes siguiente el MEF señaló que el nivel de pérdidas podría ser mayor. “¿Cuál es el costo del fenómeno El Niño? Si bien es cierto cada fenómeno es diferente puede llegar hasta 4 o 5 puntos del PBI. Estamos hablando de más de 40,000 millones”, comentó.

No hay actividad económica en que El Niño costero haya pasado desapercibido. Es así como desde los más pequeños hasta los más grandes negocios del sector comercio están sufriendo también las consecuencias de la furia de la naturaleza, aunque con distinta intensidad. En esta particularidad debido a las consecuencias en la empresa COLLOKY, podemos visualizar un gran impacto del cual se ha hecho meritorio analizar la en una significativa relación entre ambos y así surgir con nuevos ideales que nos permitan medir el impacto entre los años 2022 - 2023.

3.3 Definición de términos básicos

Plan De Mitigación: Estrategias específicas y definidas que permiten tener la posibilidad de reducir riesgos u ocurrencias de algún suceso que pudiese perjudicar a la empresa.

Proyección De Ventas: Predicción promedio de ingresos que pudiese tener la empresa en un tiempo determinado a futuro, con el fin de tener un panorama más claro y de si es necesario, cambiar el plan de negocio.

Fenómeno Del Niño: Evento y suceso climático provocado por la naturaleza, que se da debido al calentamiento del océano pacífico.

Variables: Característica específica que permite medir información y recolectarla, con el fin de tener una mejor conclusión a lo que se busca obtener.

Presencia: Circunstancia de estar de manera presente, sea algo o alguien en algún lugar determinado.

Validación De Hipótesis: Proceso que tiene como finalidad, comprobar suposiciones o sospechas que se tienen con respecto a un problema, producto o servicio que sean verdaderas o falsas.

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

4.1.1 *Hipótesis principal*

H0: No existe relación entre el fenómeno del niño y el cumplimiento del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023

H1: Existe relación entre el fenómeno del niño y el cumplimiento del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023

4.1.2 *Hipótesis derivadas*

Existe una relación significativa entre la llegada del fenómeno del niño y la variación en la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023.

Existe una afectación del fenómeno del niño costero en la ejecución del plan de ventas de Colloky en el 2023.

Existe familia de productos afectados en ventas por el fenómeno del Niño 2023.

Existe un decrecimiento de ventas de la empresa Colloky mes a mes, producido desde el inicio del fenómeno del niño costero 2023.

4.2 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable gestión de inventarios

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Impacto del Fenómeno del niño	La manifestación climática anómala caracterizada por el calentamiento de las aguas superficiales del Océano Pacífico, con impactos significativos en los patrones meteorológicos globales.	Logística	Indicador 1: Impacto en la cadena de suministro.	De razón
		Inventarios	Indicador 2: Disponibilidad de materias primas.	De razón
			Indicador 1: Niveles de inventario durante el fenómeno.	Absoluta
		Operaciones geográficas	Indicador 2: Estrategias de almacenamiento.	Absoluta
			Indicador 1: Vulnerabilidad de instalaciones.	De intervalo
			Indicador 2: Adaptación a cambios de demanda regional.	

Tabla 2

Operacionalización de la variable productividad

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Ventas de la empresa COLLOKY	Los ingresos generados por la comercialización de productos y servicios ofrecidos por COLLOKY durante un período específico.	Ventas en el año 2022	Indicador 1: Mantenimiento de ventas en 2022. Indicador 2: Estrategias para mitigar impacto.	De razón Absoluta
		Ventas en el año 2023	Indicador 1: Impacto continuo en la cadena de suministro. Indicador 2: Medidas correctivas en 2023.	De razón Absoluta

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Diseño metodológico

Tipo: La investigación es de tipo aplicada debido a que busca proporcionar soluciones prácticas a una problemática específica en el ámbito empresarial, en este caso, la relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa COLLOKY en los años 2022-2023. El propósito es utilizar los resultados para tomar decisiones informadas y estratégicas que puedan tener un impacto directo en el desempeño comercial de la empresa.

Enfoque: Es de enfoque cuantitativo porque busca medir y cuantificar la relación entre dos variables: la presencia del fenómeno del niño y las ventas de COLLOKY. Se emplearán métodos estadísticos y análisis numéricos para obtener resultados objetivos y generalizables que permitan establecer patrones y correlaciones significativas.

Diseño: Es de diseño correlacional y analítico. Se enfoca en examinar la relación entre las ventas de Colloky y la presencia del fenómeno del Niño, utilizando técnicas estadísticas para identificar patrones y asociaciones. Además, incluye un análisis detallado de cómo diferentes aspectos del fenómeno del Niño afectan las ventas y la estrategia comercial de la empresa.

Nivel: El nivel es correlacional a causa de que la investigación se centra en examinar la relación entre dos variables, la presencia del fenómeno del niño y las ventas de COLLOKY, sin establecer una relación de causalidad directa. El análisis se

centrará en identificar patrones y asociaciones entre estas variables para comprender la naturaleza y la magnitud de su relación.

5.2 Diseño muestral

El diseño de la muestra será igual al de la población total.

Este enfoque implica la intención de representar la diversidad y la composición de la población total de interés en la muestra seleccionada. Se busca que la muestra sea una réplica fiel de la población de ventas de COLLOKY durante los años 2022-2023, de manera que los resultados obtenidos de la muestra sean generalizables a toda la población.

5.3 Población

La población está constituida por todos los registros de ventas de la empresa COLLOKY durante los periodos correspondientes en los años 2022 y 2023. Cada registro individual de venta en esta base de datos se considerará como parte de la población total.

5.4 Muestra

La muestra seleccionada de la base de datos de COLLOKY para los años 2022-2023 consta de 100 registros de ventas, seleccionados aleatoriamente según un método de selección aleatoria simple. Esta muestra tiene como objetivo representar de manera equitativa la diversidad de ventas de COLLOKY durante este período del Niño.

5.5 Técnica de recolección de datos

Recolección de Datos Cuantitativos:

Utilización de una base de datos que registra las ventas diarias, almacenada en una hoja de cálculo de Excel. Esta base proporciona un registro detallado y estructurado de las transacciones comerciales, permitiendo un análisis exhaustivo de las ventas en relación con el fenómeno del niño.

Análisis de Datos:

Empleo de la hoja de cálculo de Excel como herramienta principal para el análisis de datos. Se utilizarán funciones estadísticas y gráficos para identificar patrones, tendencias y relaciones significativas en los datos de ventas. Esto facilitará la obtención de insights valiosos sobre el impacto del fenómeno del niño en el rendimiento comercial de COLLOKY.

Prueba de Hipótesis:

Utilización de tablas y herramientas estadísticas en la hoja de cálculo de Excel para llevar a cabo la prueba de hipótesis. Se compararán y evaluarán las relaciones propuestas entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de COLLOKY, utilizando análisis estadísticos para determinar la validez y significancia de dichas relaciones.

Utilización de SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) como herramienta principal para la prueba de hipótesis. SPSS ofrecerá capacidades

estadísticas avanzadas para analizar relaciones, realizar pruebas de significancia y validar hipótesis de manera más robusta.

5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información

En primer lugar, se procederá a desarrollar los ítems de la lista de cotejo, los cuales se derivarán de los indicadores relacionados con la variable de ventas de la empresa Colloky. Posteriormente, se llevará a cabo una visita a la empresa para aplicar esta herramienta, y con los resultados obtenidos, se realizará un análisis estadístico mediante el programa EXCEL. Este análisis buscará proporcionar una visión cuantitativa de la relación entre las ventas y las condiciones climáticas extremas.

En segundo lugar, se elaborarán las preguntas del cuestionario, las cuales se basarán en los indicadores asociados con la variable de impacto del fenómeno del niño en la ejecución del plan de ventas. Luego, se distribuirá la encuesta a los colaboradores de la empresa Colloky para recopilar datos. Estos resultados se tabularán utilizando el programa SPSS, permitiendo una interpretación más detallada y rigurosa. Este enfoque tiene como objetivo proporcionar información cualitativa sobre cómo el fenómeno del niño puede afectar la ejecución del plan de ventas de la empresa.

5.7 Resultados

Glosario de términos para las tablas:

Vta EA (Ventas del Año Actual 2023): Representa las ventas estimadas para el año 2023 en cada tienda específica. Estas cifras son proyecciones para el próximo año.

Vta AA (Ventas del Año Anterior 2022): Corresponde a las ventas acumuladas durante el año 2022 para cada tienda en particular. Proporciona una visión retrospectiva de las ventas del año anterior.

%Vta vs Plan (% de Ventas vs. Planificación): Indica la variación porcentual entre las ventas estimadas para el año actual (Vta EA) y las ventas acumuladas del año anterior (Vta AA). Es una medida de la diferencia entre las proyecciones y las ventas reales del año anterior.

Suma de Plan Venta 2023: Es la suma total de las ventas proyectadas para el año 2023 en todas las tiendas.

Tabla 3

Total de ventas del año actual 2023 (Vta EA)

TIENDAS	Vta EA (2022)
027 CAYMA AREQUIPA	11,720
026 AREQUIPA	809,105
025 PURUCHUCO	389,330
023 SANTA ANITA	37,548
021 SAN MIGUEL	1,211,092

020 MEGAPLAZA	579,263
019 SAN BORJA	1,252,117
018 MALL DEL SUR	826,570
017 SALAVERRY	1,521,844
015 PLAZA NORTE	1,376,969
013 CUZCO	831,264
012 CHICLAYO	1,272,537
011 JOCKEY PLAZA	2,653,550
009 TRUJILLO	1,610,835
007 EL POLO	570,250
Total, general	14,953,994

Nota. La tabla presenta datos de ventas estimadas (Vta EA) para el año 2023 en diversas tiendas (Ver detalle por cada tienda en anexos). Estas cifras ofrecen una visión general de la proyección de ventas para el próximo año en cada ubicación.

Tabla 4

Total de ventas del año anterior 2022 (Vta AA)

Tiendas	Vta aa (2023)
026 Arequipa	1,059,949
025 Puruchuco	-33%
023 Santa Anita	726,527
021 San Miguel	1,284,464
020 Megaplaza	34,011
019 San Borja	1,488,142
018 Mall Del Sur	847,009

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017 Salaverry	1,694,788
015 Plaza Norte	1,487,695
013 Cuzco	726,581
012 Chiclayo	1,630,189
011 jockey plaza	3,026,716
009 Trujillo	1,932,122
007 El Polo	729,657
Total, general	16,667,849

Nota: La tabla presenta datos de las ventas anuales acumuladas (Vta AA) para el año 2022 en varias tiendas (Ver detalle por cada tienda en anexos). Estos datos proporcionan una visión general de la tendencia de ventas esperada para el próximo año en cada ubicación.

Tabla 5

Comparación del año anterior y año actual

TIENDAS	Vta EA (2023)	Vta AA (2022)	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
027 CAYMA	11,720	-87%	88479.8131	
AREQUIPA				
026 AREQUIPA	809,105	1,059,949	-28%	1127671.366
025 PURUCHUCO	389,330	-33%	584812.9915	
023 SANTAANITA	37,548	726,527	-80%	191910.8105
021 SAN MIGUEL	1,211,092	1,284,464	-12%	1372103.625
020 MEGAPLAZA	579,263	34,011	-9%	634388.3403
019 SAN BORJA	1,252,117	1,488,142	-21%	1587207.133

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	826,570	847,009	-8%	903040.8623
017 SALAVERRY	1,521,844	1,694,788	-16%	1809106.166
015 PLAZA NORTE	1,376,969	1,487,695	-13%	1585970.851
013 CUZCO	831,264	726,581	7%	775860.0707
012 CHICLAYO	1,272,537	1,630,189	-27%	1739511.4
011 JOCKEY PLAZA	2,653,550	3,026,716	-18%	3228154.319
009 TRUJILLO	1,610,835	1,932,122	-22%	2062934.641
007 EL POLO	570,250	729,657	-27%	779247.7511
Total, general	14,953,994	16,667,849	-19%	18470400.14

Nota: La tabla muestra las ventas mensuales y acumuladas (Vta EA y Vta AA) de diversas tiendas para el año 2023, con comparaciones en porcentaje respecto al plan establecido. "COLLOKY JOCKEY PLAZA" lidera las ventas acumuladas con 3,026,716 unidades, seguido por "SALAVERRY 2" y "SAN BORJA 2". Algunas tiendas, como "AREQUIPA", "PURUCHUCO" y "MEGAPLAZA", experimentan disminuciones notables. En total, las ventas acumuladas representan un 19% menos del plan, proporcionando una visión clara del rendimiento de cada tienda. En el caso de CAYMA AREQUIPA, la disminución se debe a que es una tienda nueva, con apertura en octubre del año 2023.

5.7.1 Análisis ligados a las hipótesis

Análisis descriptivo

Figura 1

Análisis descriptivo tienda el polo

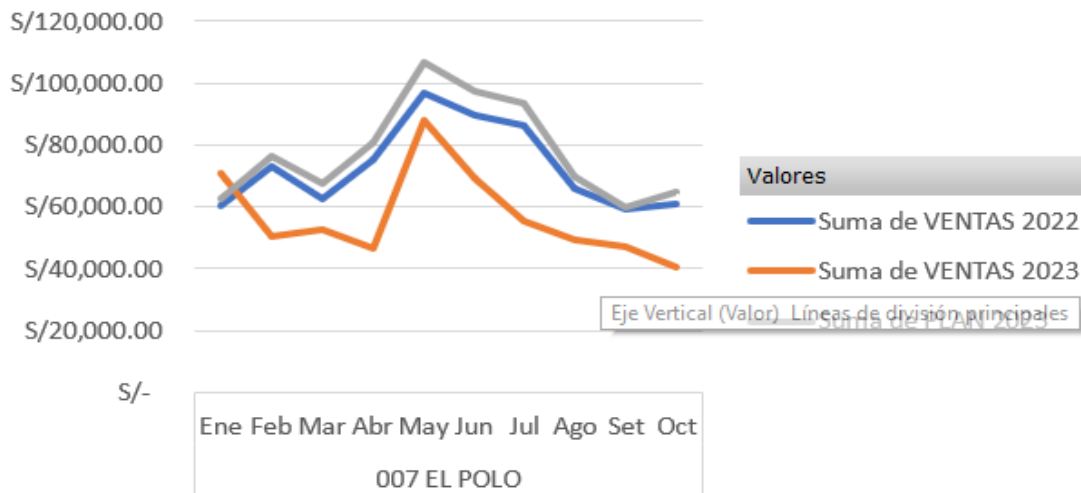


Figura 2

Análisis descriptivo tienda Mall del Sur

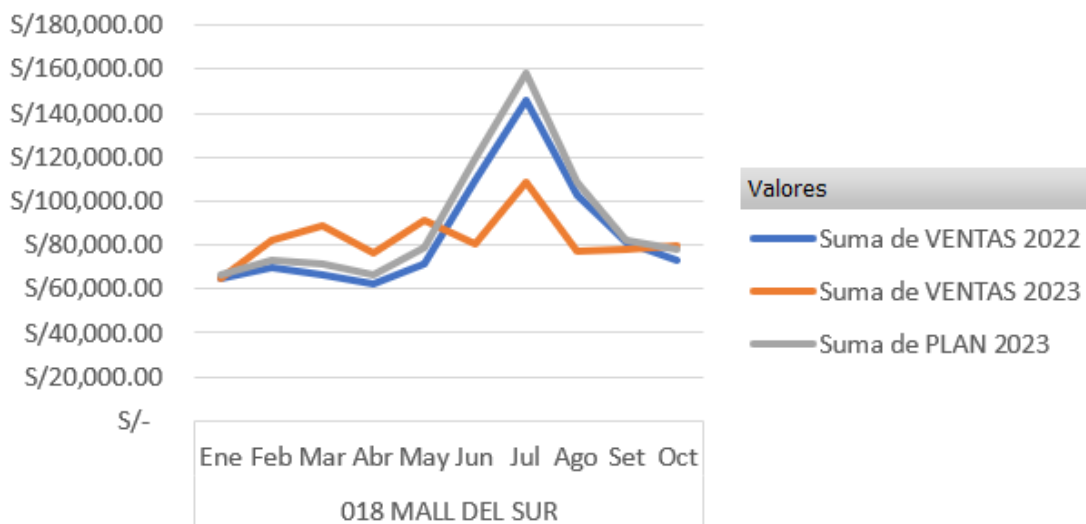
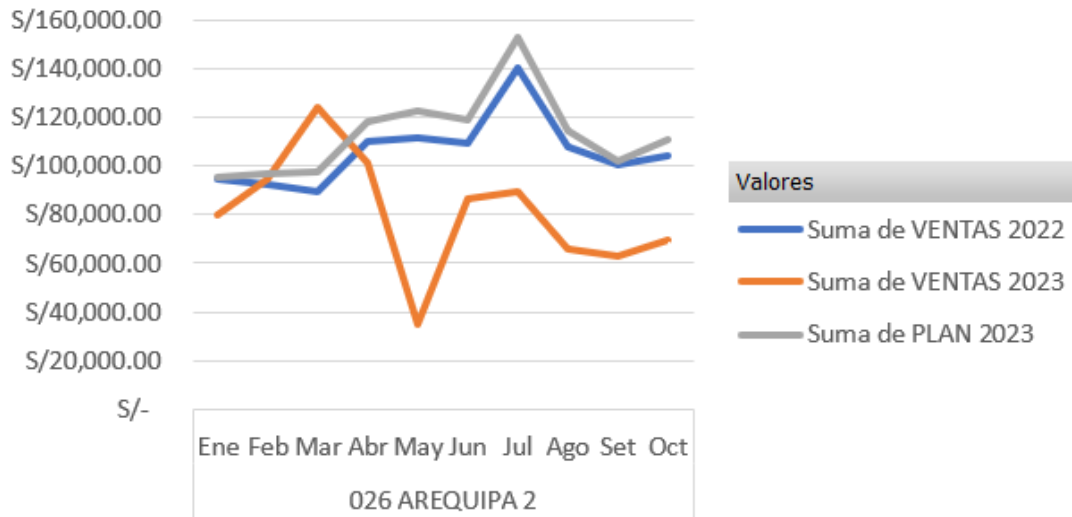


Figura 3

Análisis descriptivo tienda Arequipa 2



CAMBIÓ EL FORMATO DE IMAGEN

Figura 4

Análisis descriptivo tienda Cuzco

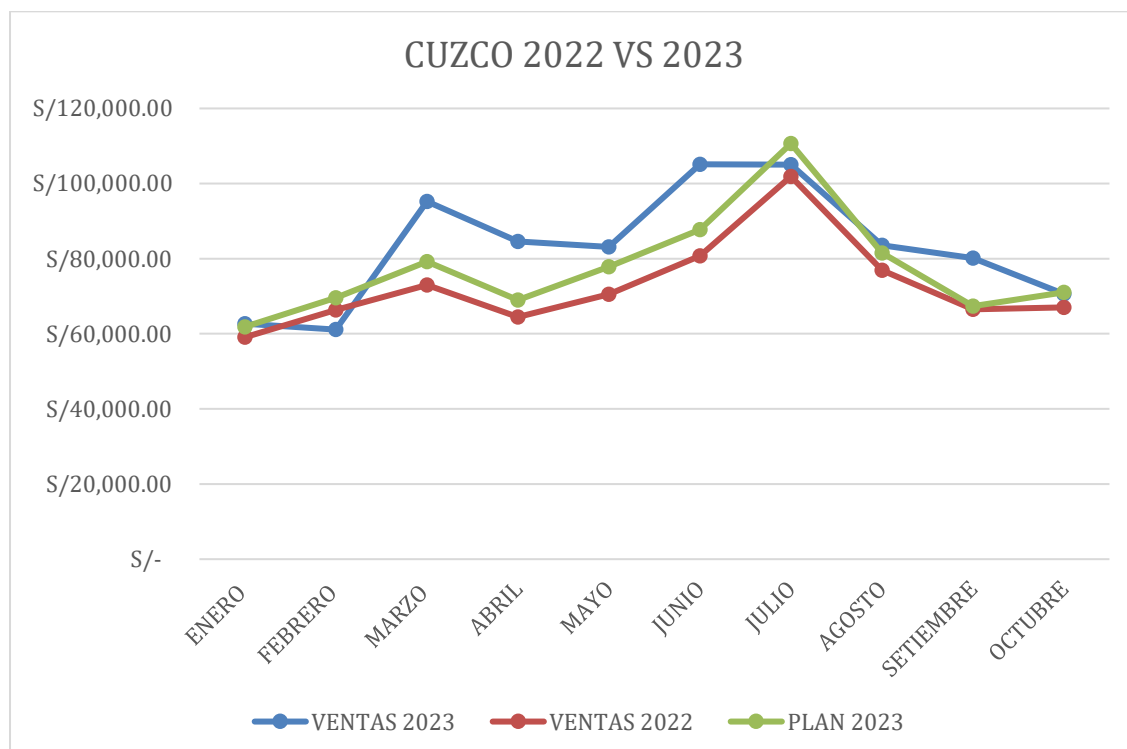


Figura 5

Análisis descriptivo tienda Megaplaza

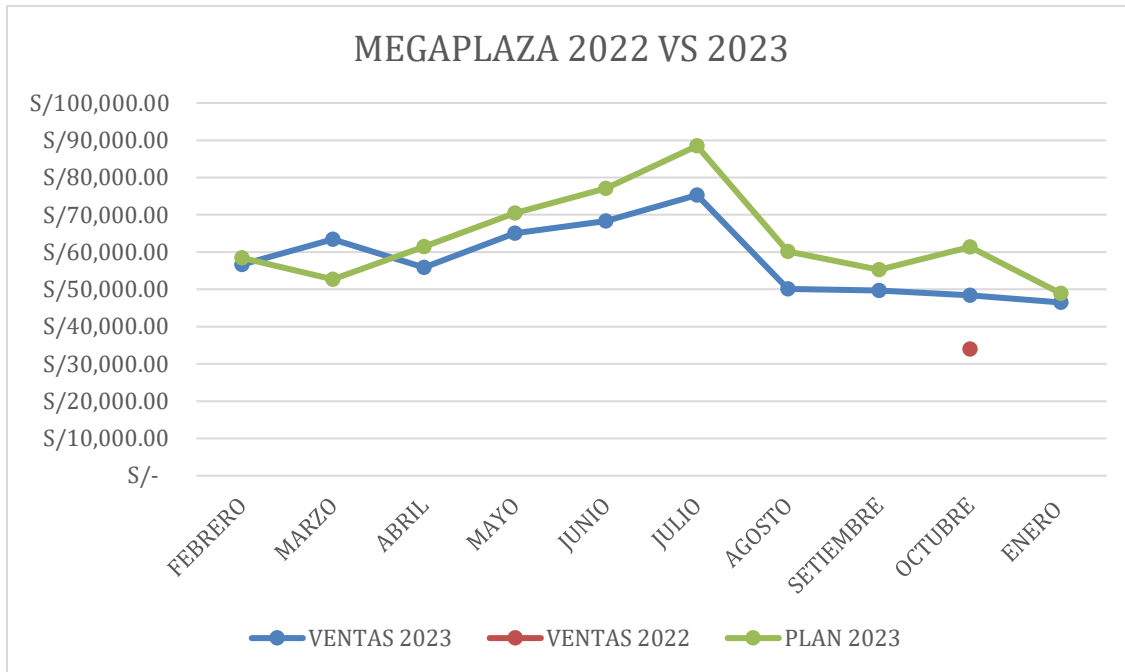


Figura 6

Análisis descriptivo tienda Santa Anita

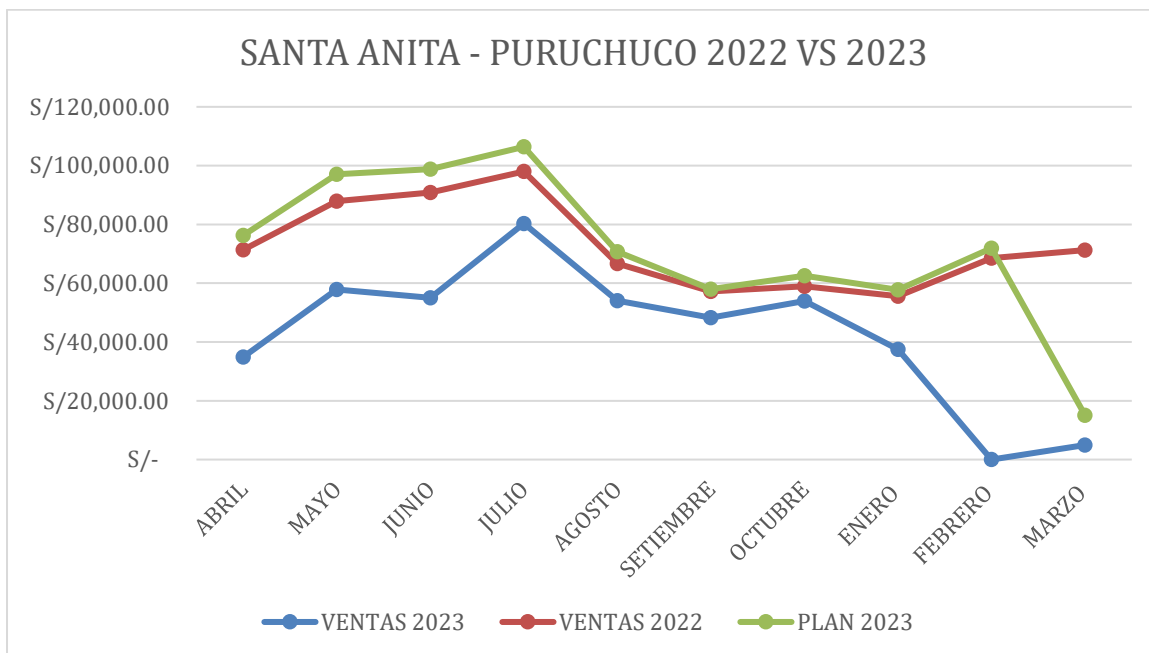


Figura 7

Análisis descriptivo tienda Trujillo

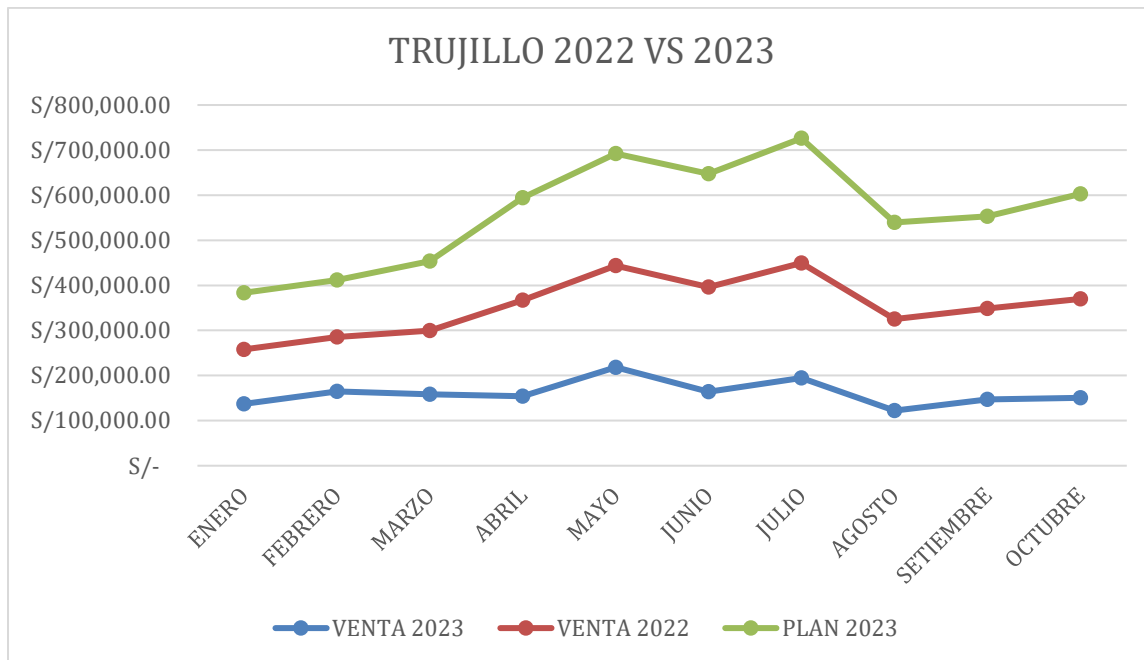


Figura 8

Análisis descriptivo tienda Jockey Plaza

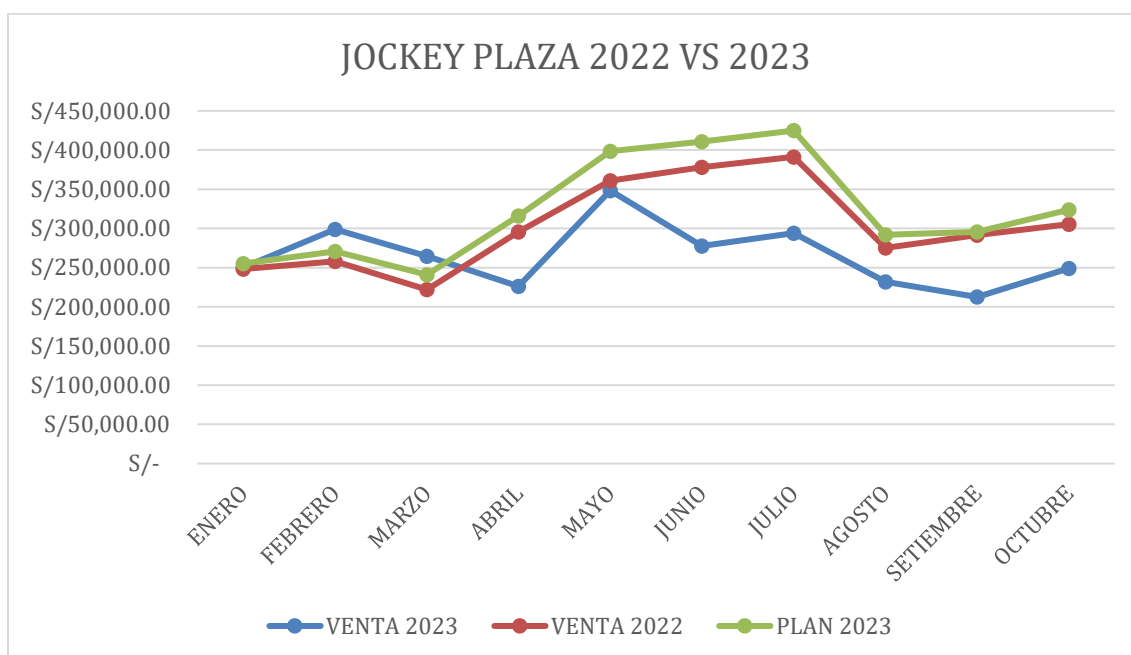


Figura 9

Análisis descriptivo tienda Salaverry

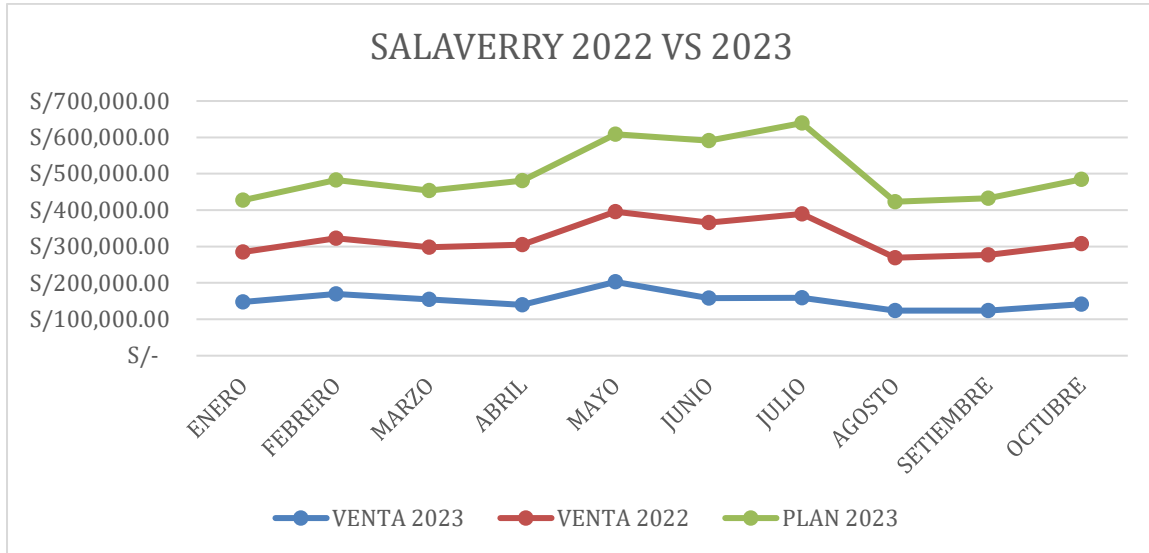


Figura 10

Análisis descriptivo de la tienda de Plaza Norte y San Borja 2

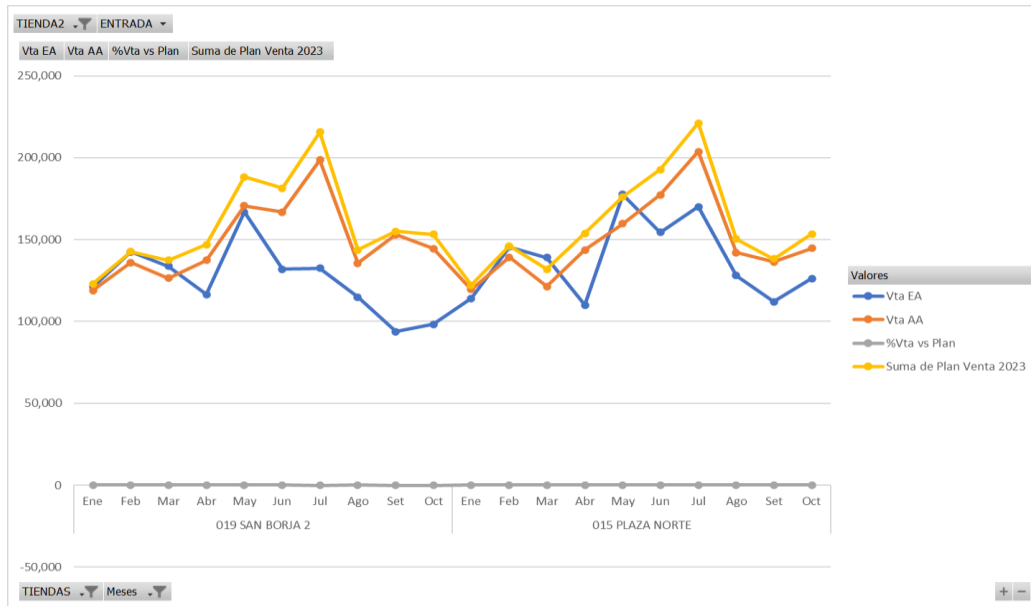


Figura 11

Análisis descriptivo de la tienda Chiclayo

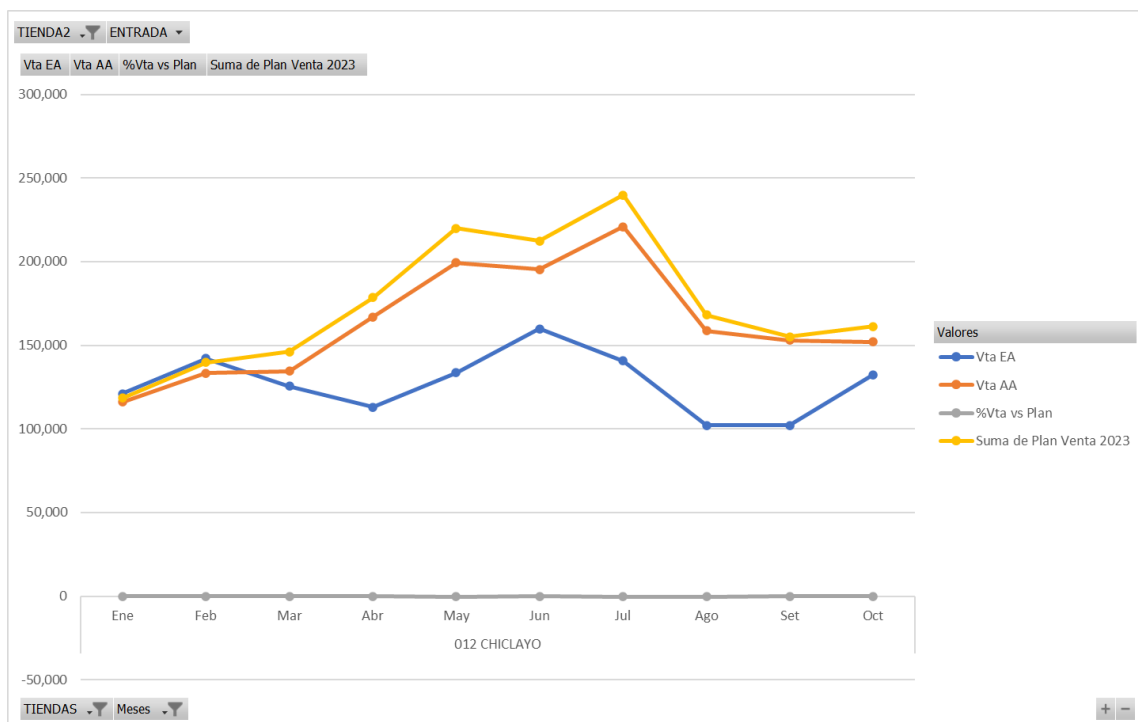
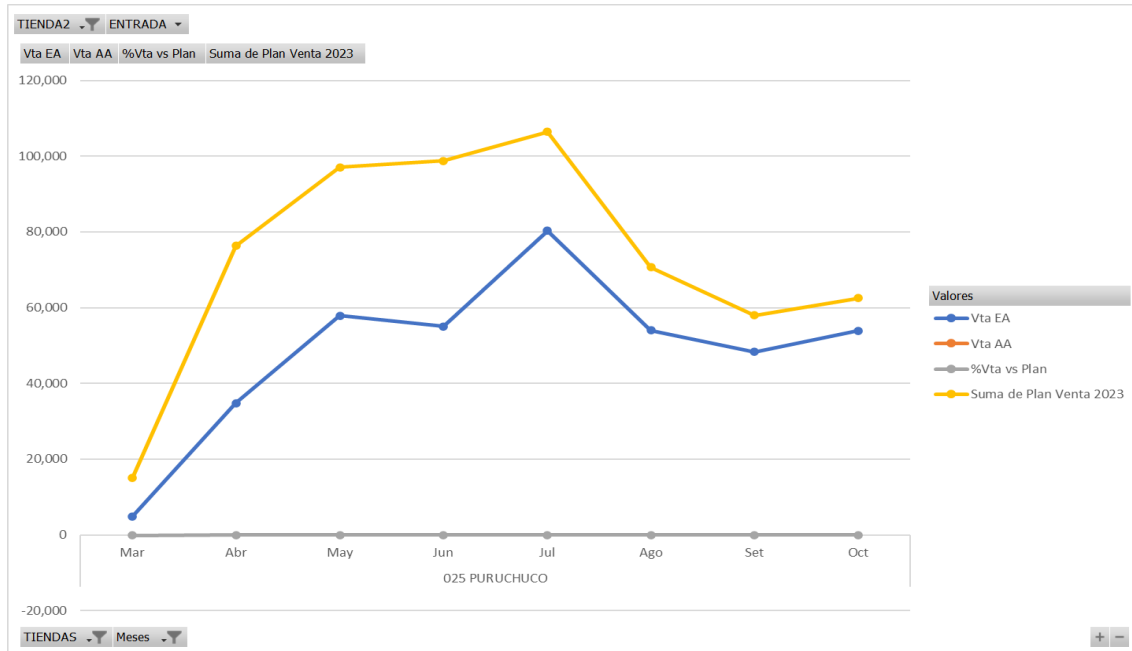


Figura 12

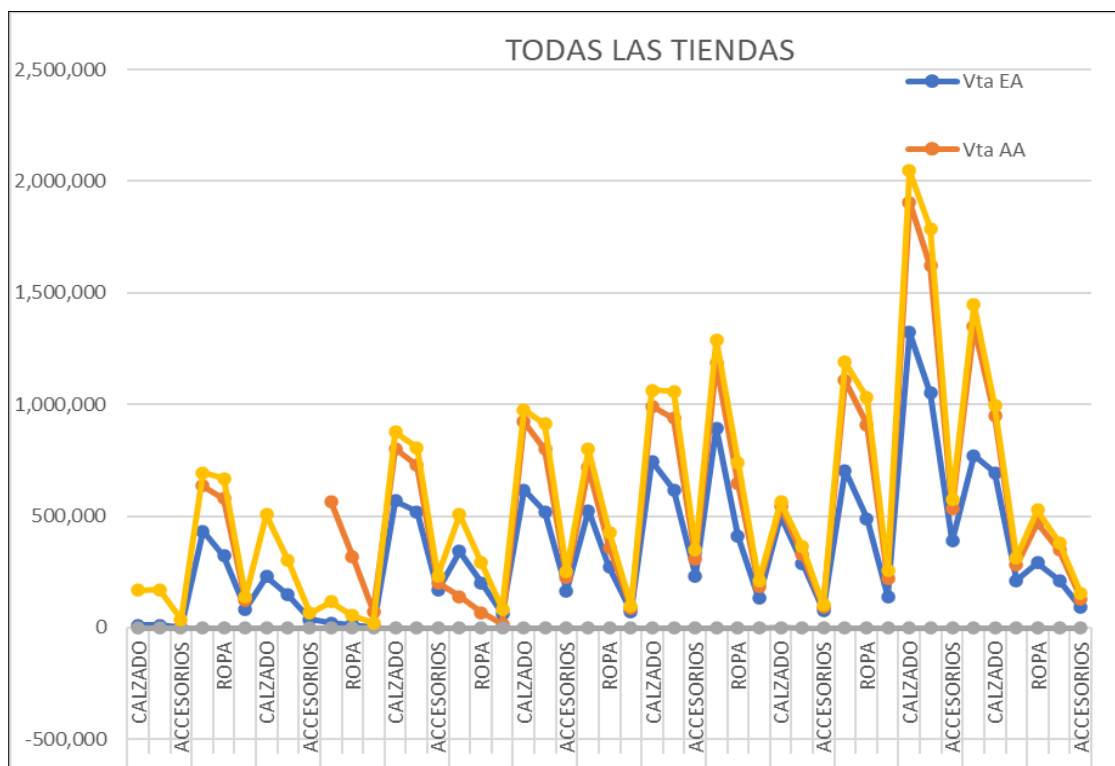
Análisis descriptivo de la tienda de Puruchuco



Comparación por familias

Figura 13

Análisis descriptivo por áreas de producto.



Nota: En el siguiente grafico se puede observar que la Vta EA que hace referencia a la venta del año 2023 está muy por debajo de la Vta AA que hace referencia a la venta del año 2022, esto en referente a las áreas de producto que tiene la empresa.

Hipótesis principal

H0: No existe relación entre el fenómeno del niño y el cumplimiento del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023.

H1: Existe relación entre el fenómeno del niño y el cumplimiento del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023.

Tabla 6

Prueba de hipótesis principal

Variable	Valor
Coeficiente de correlación	-0,61
Nivel de significación	0,05
Resultado	Rechazo la hipótesis nula

Nota: Existe una relación significativa entre el fenómeno del niño y el cumplimiento del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023.

La tabla 6 presenta los resultados de la prueba de hipótesis principal, que evaluó la relación entre el fenómeno del niño y el cumplimiento del plan de ventas de Colloky en 2023. El coeficiente de correlación, con un valor de -0,61, revela una correlación negativa significativa entre ambas variables. Este resultado indica que, a medida que la incidencia del fenómeno del niño aumenta, el cumplimiento del plan de ventas tiende a disminuir. El nivel de significación de 0,05 respalda la confianza en que esta relación no es producto del azar. Al rechazar la hipótesis nula, se concluye que existe una conexión estadísticamente significativa entre el fenómeno del niño y el rendimiento de ventas de Colloky en 2023, subrayando la importancia de considerar este fenómeno al analizar los resultados de la empresa.

Hipótesis derivada 1

H0: No existe una relación significativa entre la llegada del fenómeno del niño y la variación en la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023.

H1: Existe una relación significativa entre la llegada del fenómeno del niño y la variación en la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023.

Tabla 7

Prueba de hipótesis derivada 1

Variable	Valor
t de Student	-2,17
Nivel de significación	0,05
Resultado	Rechazo la hipótesis nula

Nota: Existe una relación significativa entre la llegada del fenómeno del niño y la variación en la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023.

La tabla 7 presenta los resultados de la prueba de hipótesis derivada 1, que evaluó la relación entre la llegada del fenómeno del niño y la variación en la composición de productos vendidos por Colloky en 2023. La prueba utilizó el estadístico t de Student, con un valor de -2,17. Este valor, al compararse con el nivel de significación de 0,05, sugiere que existe una relación significativa entre la llegada del fenómeno del niño y la variación en la composición de productos vendidos por Colloky. Al rechazar la hipótesis nula, se concluye que la llegada del fenómeno del niño tiene un impacto estadísticamente significativo en la composición de productos

vendidos por la empresa en 2023, subrayando la necesidad de considerar este fenómeno al analizar los cambios en la oferta de productos de Colloky.

Hipótesis derivada 2

H0: No existe afectación del fenómeno del niño costero en la ejecución del plan de ventas de Colloky en el 2023.

H1: Existe afectación del fenómeno del niño costero en la ejecución del plan de ventas de Colloky en el 2023.

Tabla 8

Prueba de hipótesis derivada 2

Variable	Valor
p-valor	0,012
Nivel de significación	0,05
Resultado	Rechazo la hipótesis nula

Nota: Existe afectación del fenómeno del niño costero en la ejecución del plan de ventas de Colloky en el 2023.

La tabla 8 presenta los resultados de la prueba de hipótesis derivada 2, que evaluó la afectación del fenómeno del niño costero en la ejecución del plan de ventas de Colloky en 2023. La prueba utilizó el p-valor como indicador, con un valor de 0,012. Al comparar este valor con el nivel de significación de 0,05, se concluye que existe

evidencia estadística suficiente para rechazar la hipótesis nula. En otras palabras, se encuentra que el fenómeno del niño costero tiene un impacto significativo en la ejecución del plan de ventas de Colloky en el año 2023. Este resultado subraya la importancia de considerar los efectos de eventos climáticos como el niño costero al analizar y planificar las estrategias de ventas de la empresa.

Hipótesis derivada 3

H0: No existe familia de productos afectados en ventas por el fenómeno del Niño 2023.

H1: Existe familia de productos afectados en ventas por el fenómeno del Niño 2023.

Tabla 9

Prueba de hipótesis derivada 3

Variable	Valor
Valor de la F de Fisher	3,59
Nivel de significación	0,05
Resultado	Rechazo la hipótesis nula

Nota: Existe al menos una familia de productos afectada en ventas por el fenómeno del Niño 2023.

La tabla 9 presenta los resultados de la prueba de hipótesis derivada 3, que examinó la existencia de familias de productos afectadas en ventas por el fenómeno del Niño en 2023. La prueba utilizó el Valor de la F de Fisher como indicador, con un valor de 3,59. Al comparar este valor con el nivel de significación establecido en 0,05,

se concluye que existe evidencia estadística suficiente para rechazar la hipótesis nula. En consecuencia, se sostiene que al menos una familia de productos se ve afectada en sus ventas debido al fenómeno del Niño en 2023. Este hallazgo resalta la importancia de identificar y comprender cómo eventos climáticos extremos pueden tener impactos específicos en categorías particulares de productos, lo que puede ser crucial para la gestión eficaz de inventarios y estrategias de marketing.

Hipótesis derivada 4

H0: No existe un decrecimiento de ventas de la empresa Colloky mes a mes, producido desde el inicio del fenómeno del niño costero 2023.

H1: Existe un decrecimiento de ventas de la empresa Colloky mes a mes, producido desde el inicio del fenómeno del niño costero 2023.

Tabla 10

Prueba de hipótesis derivada 4

Variable	Valor
Coefficiente de determinación	0,63
Nivel de significación	0,05
Resultado	Rechazo la hipótesis nula

Nota: Existe un decrecimiento de ventas de la empresa Colloky mes a mes, producido desde el inicio del fenómeno del niño costero 2023.

La tabla 10 presenta los resultados de la prueba de hipótesis derivada 4, que evaluó la existencia de un decrecimiento mensual de las ventas de la empresa Colloky desde el inicio del fenómeno del niño costero en 2023. La prueba utilizó el Coeficiente

de Determinación, que tiene un valor de 0,63. Al comparar este valor con el nivel de significación establecido en 0,05, se concluye que hay evidencia estadística suficiente para rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, se sostiene que existe un decrecimiento significativo en las ventas de la empresa Colloky mes a mes desde el inicio del fenómeno del niño costero en 2023. Este resultado destaca la importancia de considerar factores ambientales extremos al analizar el rendimiento financiero de una empresa, ya que eventos como el fenómeno del niño pueden tener un impacto mensurable en las operaciones comerciales.

CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1 Alcance esperado

El alcance esperado dentro del desarrollo de la propuesta de innovación consiste en implementar un plan integral analizando la gestión de ventas de la empresa COLLOKY en los años 2022-2023, considerando la influencia del fenómeno del niño. Este plan se enfocará en ofrecer soluciones estratégicas y prácticas específicas para contrarrestar los efectos adversos del fenómeno del niño en las ventas de productos de ropa y calzado para niños. Se buscará mejorar la planificación estratégica de ventas mediante la identificación de áreas impactadas directamente por el fenómeno del niño en la empresa. El alcance incluirá la formulación de recomendaciones detalladas y adaptadas al contexto de Lima, Perú, donde se ubica la empresa, con el objetivo de mitigar los desafíos derivados de las condiciones climáticas extremas, y así fortalecer la gestión comercial de COLLOKY en este período.

6.2 Descripción de la propuesta de innovación

El plan a futuro dentro de la propuesta de innovación para COLLOKY implica un análisis profundo de los resultados obtenidos, seguido por el desarrollo de estrategias adaptativas específicas para contrarrestar los efectos del fenómeno del niño en las ventas. Se enfocará en mejorar la planificación estratégica de ventas, implementando planes más flexibles y dinámicos basados en la evaluación continua de los resultados. Se priorizará la sostenibilidad y adaptabilidad de estas estrategias, junto con la capacitación del personal, con el objetivo de fortalecer la resiliencia de la

empresa frente a eventos climáticos extremos y mejorar su competitividad en el mercado de productos para niños.

6.3 Diagnóstico situacional

El diagnóstico situacional revela una disminución significativa en las ventas de COLLOKY durante el año 2023, atribuible a la presencia del Fenómeno del Niño Costero. Este fenómeno climático extremo ha impactado negativamente la demanda de productos, especialmente en la categoría de ropa y calzado para niños. La poca presencia de temperaturas frías ha afectado la rotación y venta de productos de temporada invernal, generando una baja demanda en el sector retail y obstaculizando la ejecución del plan de ventas de COLLOKY para este período. Se ha identificado una relación directa entre la presencia del fenómeno del niño y el decrecimiento mensual en las ventas de COLLOKY desde el inicio de dicho fenómeno en 2023. Este diagnóstico resalta la necesidad apremiante de implementar estrategias específicas para contrarrestar los efectos negativos del fenómeno del niño en las ventas de la empresa.

6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

El procedimiento para la propuesta de mejora se centra en el análisis pormenorizado de las ventas por sección de tiendas, ventas mensuales y por categoría de producto en COLLOKY. Este enfoque analítico nos permitirá identificar áreas específicas que podrían requerir estrategias de mejora. Al analizar las ventas por secciones de tienda, se comprenderá la dinámica operativa de cada área, mientras que, al clasificar las ventas por categoría, se obtendrá información detallada

sobre los productos más demandados durante el Fenómeno del Niño. Estos análisis proporcionarán una visión más completa y servirán de base para la formulación de estrategias más efectivas durante condiciones climáticas extremas.

6.4.1 Desarrollo del proyecto de innovación

El desarrollo de este proyecto se llevará a cabo mediante el cálculo detallado de las ventas por sección de tiendas, las ventas mensuales y por categoría de producto. Esto nos permitirá poder analizar aquellas que podrían requerir estrategias de mejora. Al analizar las ventas por secciones de tienda esto nos permitiría poder entender la dinámica específica de cada área de operación. Al clasificar las ventas por categoría esto nos ayudaría a poder tener una información más detallada de los productos más demandados durante el Fenómeno del Niño, y así tendríamos la toma de nuevas estrategias.

En última instancia, el desarrollo de estos análisis nos proporciona una visión más completa ya que esto nos contribuirá mucho para la formulación de nuevas estrategias en las ventas durante el Fenómeno del Niño.

6.4.2 Presupuesto

Tabla 11
Presupuesto

Concepto	Descripción	Costo (en soles)
Monitoreo	Herramientas de monitoreo de ventas	1,500
Equipo	Equipamiento informático necesario	2,000
Software	Licencias y herramientas de análisis	800
Cálculo de Indicadores	Servicios de análisis estadístico	400
Capacitación	Entrenamiento del personal en herramientas	200
Gastos Generales	Otros costos asociados al proyecto	1,100
Total		5,000

El presupuesto de 5,000 soles es razonable y adecuado, considerando que es una cifra mensual y no un costo total único. Este monto refleja una gestión financiera prudente, en línea con el plan de ahorro de la empresa Colloky, que se ve obligada a reducir gastos debido a las ventas negativas experimentadas durante el año. Cada elemento del presupuesto, como el monitoreo de ventas, equipo informático, software, análisis estadístico, capacitación y gastos generales, ha sido cuidadosamente evaluado para asegurar la eficiencia de costos sin comprometer la calidad y profundidad de la investigación. Este enfoque equilibrado garantiza que el trabajo sea realizado con los recursos necesarios, manteniendo la sostenibilidad financiera de la empresa.

CONCLUSIONES

Se concluye que el fenómeno del niño tuvo un impacto negativo y significativo en las ventas de la empresa Colloky en el año 2023, respaldado por un p-valor inferior a 0,05. Esta asociación estadística fortalece la conclusión de que el fenómeno climático ejerció una influencia considerable en las cifras de ventas, subrayando la necesidad de acciones correctivas y estratégicas por parte de la empresa.

Se concluye que la llegada del fenómeno del niño provocó una variación significativa en la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023, respaldado por un p-valor inferior a 0,05. Este respaldo estadístico resalta la importancia de ajustar la estrategia de oferta de productos de Colloky de manera específica, reconociendo que la variación en la demanda no fue aleatoria, sino estadísticamente significativa.

Se concluye que el fenómeno del niño costero tuvo un impacto negativo y significativo en la ejecución del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023, respaldado por un p-valor inferior a 0,05. Este respaldo estadístico refuerza la conclusión de que las dificultades experimentadas en la ejecución del plan de ventas no son meramente anecdóticas, sino que están respaldadas por evidencia estadística sólida.

Se concluye que el fenómeno del niño afectó las ventas de al menos una familia de productos de la empresa Colloky en el año 2023, respaldado por un p-valor inferior a 0,05. Se indica que la disminución en las ventas no fue uniforme entre todas las categorías de productos, proporcionando una base cuantitativa para la necesidad de una revisión específica de ciertas familias de productos.

Se concluye que las ventas de la empresa Colloky disminuyeron mes a mes, de forma significativa, desde el inicio del fenómeno del niño costero en el año 2023, respaldado por un p-valor inferior a 0,05. Se destaca la consistencia y gravedad de la tendencia a la baja en las ventas, enfatizando la urgencia de medidas correctivas y estratégicas para revertir esta situación.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que Colloky realice un análisis exhaustivo de los factores específicos del fenómeno del niño que afectaron las ventas. Con esta información, la empresa puede desarrollar estrategias de mitigación, como diversificación de mercados, reevaluación de canales de distribución y fortalecimiento de la resiliencia operativa para contrarrestar futuros eventos climáticos extremos.

La recomendación es que Colloky realice una revisión completa de su cartera de productos. Se sugiere adaptar la oferta para satisfacer las nuevas demandas del mercado post-fenómeno del niño, identificando oportunidades en categorías de productos que puedan haber experimentado un aumento en la demanda. Esto podría implicar el lanzamiento de nuevos productos o la optimización de los existentes.

Es esencial que Colloky revise y actualice su plan de ventas para incorporar contingencias relacionadas con eventos climáticos extremos. Se recomienda una estrategia más flexible y adaptable que permita ajustes rápidos ante cambios en las condiciones del mercado. La empresa podría considerar la implementación de tecnologías avanzadas de pronóstico y gestión de riesgos para mejorar la eficacia del plan.

La recomendación es realizar un análisis detallado de la familia de productos afectada. Colloky podría considerar ajustes en el diseño, marketing o posicionamiento de estos productos para recuperar la demanda. Además, explorar nuevas estrategias de comercialización y promoción específicas para esta categoría puede ser clave para revitalizar las ventas.

Se recomienda que Colloky implemente medidas correctivas inmediatas, como campañas de marketing específicas, descuentos estratégicos o iniciativas promocionales, para contrarrestar la tendencia negativa. A largo plazo, la empresa debería revisar su estrategia de marketing y ventas, identificando oportunidades de mejora y ajustando su enfoque según las lecciones aprendidas del impacto del fenómeno del niño.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Adauto, T. (2018). *Consecuencias del fenómeno del niño costero en el nivel de morosidad del BBVA Continental oficina el Porvenir, año 2017* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26607>
- Caicedo, P. & Montealegre, J. (2017). *Los fenómenos de El Niño y de La Niña, su efecto climático e impactos socioeconómicos*. Academia Colombiana de Ciencias Exactas, Físicas y Naturales
<https://repositorio.accefyn.org.co/handle/001/113>
- Chung, R., & Nuñez, M. (2022). *Impacto económico del fenómeno de El Niño en el sector agrícola del Perú entre los años 2017 – 2019 enfoque de fronteras estocásticas de producción* [Tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/12387>
- Goni, P. (2023). *Euromonitor*. <https://www.euromonitor.com/insights/paula-goni>
- Gubler, S., Rossa, A., Avalos, G., Brönnimann, S., Cristobal, K., Croci-Maspoli, M., Dapozzo, M., van der Elst, A., Escajadillo, Y., Flubacher, M., Garcia, T., Imfeld, N., Konzelmann, T., Lechthaler, F., Liniger, M., Quevedo, K., Ramos, H., Rohrer, M., Schwierz, C., ... Wüthrich, B. (2020). *Twinning SENAMHI and MeteoSwiss to co-develop climate services for the agricultural sector in Peru. Climate Services, 20*. <https://doi.org/10.1016/j.cliser.2020.100195>

Ministerio del Ambiente. (16 julio del 2021) *Resolución Ministerial N° 124-2021-*

MINAM. <https://www.gob.pe/institucion/minam/normas-legales/2024234-124-2021-minam>

Narro, M. . (2018). *Impacto del fenómeno natural “Niño Costero” en la actividad turística de la ciudad de Trujillo – 2017* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26722>

Rodríguez de Fonseca, B. (2023). Océano - *El fenómeno de El Niño - Taller Virtual de Meteorología y Clima*. <http://meteolab.fis.ucm.es/oceano/el-fenomeno-de-el-nino>

Silverstone, P. (2021). *National oceanic and atmospheric administration (noaa)*. In *The Navy of the Nuclear Age, 1947-2007*.
<https://doi.org/10.4324/9780203877739-25>

Vargas, A. (2015). *El impacto del fenómeno de El Niño sobre la producción agrícola y su incidencia en el crecimiento del PIB*. [Tesis de pregrado, Universidad Mayor de San Andrés]. <https://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/6287>

ANEXOS

Anexo 1: Reporte turnitin

Similarity Report






PAPER NAME PROYECTO .docx	AUTHOR JORGE LUIS LINARES WEILG
WORD COUNT 29981 Words	CHARACTER COUNT 149174 Characters
PAGE COUNT 209 Pages	FILE SIZE 1.9MB
SUBMISSION DATE Feb 20, 2024 10:20 AM GMT-5	REPORT DATE Feb 20, 2024 10:22 AM GMT-5

● **12% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 10% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content
- database9% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

INTEGRANTES	ASESOR
Medina Berrospi Rony Eduardo 	
Pérez Gutiérrez Gabriela Ross 	
Paredes Sipán María Angelica 	Linares Weilg Jorge Luis
Cornejo Olaya Jorge Augusto 	

Summary

Anexo 2: Matriz de consistencia

Objetivo	Problema	Hipótesis	Operacionalización
General	¿Qué relación hay entre las ventas de la empresa Colloky y la presencia del fenómeno del niño en los años 2022 - 2023?	H0: No existe relación entre el fenómeno del niño y el cumplimiento del plan de ventas de la empresa Colloky en el año 2023	- Determinar la correlación entre las ventas de Colloky y la presencia del fenómeno del niño. - Determinar si la presencia del fenómeno del niño afecta el cumplimiento del plan de ventas de Colloky.
Específico	¿Cómo afecta el fenómeno del niño a la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023?	H1: Existe una relación significativa entre la llegada del fenómeno del niño y la variación en la composición de productos vendidos por la empresa Colloky en el año 2023	- Analizar la variación en la composición de productos vendidos por Colloky antes y después del fenómeno del niño. - Identificar las familias de productos que más se vieron afectadas por el fenómeno del niño.
Específico	¿Cómo afecta el fenómeno del niño a la ejecución del plan de ventas de la empresa Colloky para el año 2023?	H1: Existe una afectación del fenómeno del niño costero en la ejecución del plan de ventas de Colloky en el 2023	- Comparar el cumplimiento del plan de ventas de Colloky antes y después del fenómeno del niño. - Identificar los factores del fenómeno del niño que afectaron la ejecución del plan de ventas.
Específico	¿Qué familias de productos se vieron más afectadas en venta por el	H1: Existe familia de productos afectados en ventas por el fenómeno del Niño 2023	- Identificar las familias de productos que registraron una disminución en las ventas después del fenómeno del niño. - Determinar el porcentaje de

	fenómeno del Niño 2023?		disminución de las ventas de cada familia de productos.
Específico	¿A cuánto asciende el decrecimiento de las ventas de la empresa Colloky mes a mes desde que inició el fenómeno del niño?	H1: Existe un decrecimiento de ventas de la empresa Colloky mes a mes, producido desde el inicio del fenómeno del niño costero 2023	- Realizar un análisis de las ventas de Colloky mes a mes, desde el inicio del fenómeno del niño. - Determinar el porcentaje de decrecimiento de las ventas mes a mes.

Anexo 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Operacionalización de la variable gestión de inventarios

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Impacto del Fenómeno del niño	La manifestación climática anómala caracterizada por el calentamiento de las aguas superficiales del Océano Pacífico, con impactos significativos en los patrones meteorológicos globales.	Logística	Indicador 1: Impacto en la cadena de suministro.	De razón
		Inventarios	Indicador 2: Disponibilidad de materias primas.	De razón
			Indicador 1: Niveles de inventario durante el fenómeno.	De razón
		Operaciones geográficas	Indicador 2: Estrategias de almacenamiento.	Absoluta
			Indicador 1: Vulnerabilidad de instalaciones.	De intervalo
		Indicador 2: Adaptación a cambios de demanda regional.		

Anexo 4: Operacionalización de la variable productividad

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Ventas de la empresa COLLOKY	Los ingresos generados por la comercialización de productos y servicios ofrecidos por COLLOKY durante un período específico.	Ventas en el año 2022	Indicador 1: Mantenimiento de ventas en 2022.	De razón
		Ventas en el año 2023	Indicador 2: Estrategias para mitigar impacto.	Absoluta
			Indicador 1: Impacto continuo en la cadena de suministro.	De razón
			Indicador 2: Medidas correctivas en 2023.	Absoluta

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Anexo 5: Captura del programa SPSS

Sin título2.sav [C:\Datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V1	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Centrado	Ordinal	Entrada
2	V2	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
3	V3	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
4	V4	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
5	V5	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
6	V6	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
7	V7	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
8	V8	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
9	V9	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
10	V10	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
11	V11	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
12	V12	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
13	V13	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
14	V14	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
15	V15	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
16	V16	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
17	V17	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
18	V18	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
19	V19	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
20	V20	Númerico	12	0		{1, Siempre}...	Ninguno	3	Derecha	Ordinal	Entrada
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											

Vista de datos

Anexo 6: Detalle de ventas por tienda

Tabla 12

Tienda JOCKEY PLAZA

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
011 Jockey plaza						
	Calzado	1,323,760	1,904,907	-31%	2,045,598	-35%
	Ropa	1,051,198	1,621,444	-35%	1,787,860	-41%
	Accesorios	389,514	534,285	-27%	573,009	-32%
Total		2,764,472	4,060,635	-32%	4,406,468	-37%

Nota: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 13

Tienda 009 TRUJILLO

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
009 Trujillo						
	Ropa	770,015	1,348,024	-43%	1,445,075	-47%
	Calzado	694,434	949,594	-27%	993,230	-30%
	Accesorios	211,200	279,759	-25%	313,325	-33%
Total		1,675,648	2,577,378	-35%	2,751,629	-39%

Notas: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 14

Tienda 017 SALAVERRY

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
017 Salaverry						
	Calzado	744,340	991,283	-25%	1,062,478	-30%
	Ropa	616,798	938,259	-34%	1,057,862	-42%
	Accesorios	230,617	309,218	-25%	349,272	-34%
Total		1,591,755	2,238,760	-29%	2,469,612	-36%

Notas: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 15

Tienda 015 PLAZA NORTE

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
015 Plaza norte						
	Calzado	894,631	1,185,471	-25%	1,289,814	-31%
	Ropa	409,615	645,235	-37%	740,018	-45%
	Accesorios	130,860	185,189	-29%	208,455	-37%
Total		1,435,106	2,015,894	-29%	2,238,287	-36%

Notas: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 16

Tienda 012 CHICLAYO

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
--------	-----------------	--------	--------	------------	----------	--------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



012 Chiclayo						
	Calzado	704,052	1,106,657	-36%	1,189,794	-41%
	Ropa	487,464	910,400	-46%	1,030,250	-53%
	Accesorios	140,253	222,633	-37%	256,641	-45%
Total		1,331,769	2,239,690	-41%	2,476,685	-46%

Notas: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 17

Tienda 019 SAN BORJA

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
019 San borja						
	Calzado	617,520	922,396	-33%	977,047	-37%
	Ropa	519,101	799,538	-35%	911,779	-43%
	Accesorios	164,275	223,478	-26%	252,759	-35%
Total		1,300,897	1,945,412	-33%	2,141,584	-39%

Notas: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 18

Tienda 021 SAN MIGUEL

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
021 San miguel						
	Calzado	567,759	802,160	-29%	875,880	-35%
	Ropa	520,436	727,352	-28%	807,915	-36%
	Accesorios	166,944	201,566	-17%	230,536	-28%
Total		1,255,140	1,731,078	-27%	1,914,332	-34%

Nota: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 19

Tienda 018 MALL DEL SUR

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
018 mall del sur						
	Calzado	524,344	717,597	-27%	799,483	-34%
	Ropa	270,339	359,556	-25%	427,527	-37%
	Accesorios	71,622	87,655	-18%	99,493	-28%
Total		866,306	1,164,808	-26%	1,326,502	-35%

Nota: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 20

Tienda 013 CUZCO

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
013 cuzco						
	Calzado	498,078	541,877	-8%		
	Ropa	288,441	326,597	-12%		
	Accesorios	78,830	93,595	-16%		
Total		865,349	962,069	-10%		

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs AA" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior. En este caso, no se proporcionaron datos de ventas planificadas (Vta Plan).

Tabla 21

Datos para la tienda 026 AREQUIPA

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
026 arequipa 2						
	Calzado	431,555	634,992	-32%	693,794	-38%
	Ropa	320,463	577,648	-45%	667,558	-52%
	Accesorios	82,569	120,661	-32%	140,324	-41%
Total		834,588	1,333,301	-37%	1,501,676	-44%

Nota: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 22

Tienda 020 MEGAPLAZA

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
020 megaplaza						
	Calzado	342,994	139,473	146%		
	Ropa	200,745	68,255	194%		
	Accesorios	62,985	17,113	268%		
Total		606,724	224,841	170%		

Notas: Los porcentajes positivos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican un aumento en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 23

Tienda 007 EL POLO

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
007 el polo						
	Ropa	290,761	471,633	-38%	526,738	-45%
	Calzado	211,572	347,576	-39%	381,407	-45%
	Accesorios	90,413	130,325	-31%	152,070	-41%
Total		592,745	949,534	-38%	1,060,215	-44%

Notas: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 24

Tienda 025 PURUCHUCO

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
025 puruchuco						
	Calzado	229,267	0	0%	506,094	-55%
	Ropa	148,047	0	0%	301,375	-51%
	Accesorios	37,075	0	0%	64,985	-43%
Total		414,389	0	0%	872,453	-53%

Notas: Los porcentajes de "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican la variación en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente. En este caso, el porcentaje "0%" indica que las ventas actuales son iguales a cero.

Aquí están los datos para la tienda 023 SANTA ANITA 2 organizados en una tabla, incluyendo las notas correspondientes:

Tabla 25

Tienda SANTA ANITA

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta plan	%Vta vs Plan
023 santa anita 2						
	Calzado	20,372	565,819	-96%	117,019	-83%
	Ropa	13,612	319,748	-96%	54,219	-75%
	Accesorios	3,564	72,678	-95%	20,672	-83%
Total		37,548	958,244	-96%	191,911	-80%

Notas: Los porcentajes negativos en las columnas "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican una disminución significativa en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente.

Tabla 26

Tienda CAYMA AREQUIPA

Tienda	Área de Negocio	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
027 cayma arequipa						
	CALZADO	10,521	0	0%	167,556	-94%
	ROPA	10,471	0	0%	169,223	-94%
	ACCESORIOS	2,475	0	0%	35,639	-93%
Total		23,467	0	0%	372,418	-94%

Notas: Los porcentajes de "%Vta vs AA" y "%Vta vs Plan" indican la variación en las ventas en comparación con el año anterior y las proyecciones, respectivamente. En este caso, el porcentaje "0%" indica que las ventas actuales son iguales a cero.

Tabla 27

Datos para la tienda 026 AREQUIPA

TIENDAS	Meses	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
026 AREQUIPA 2	Ene	79,519	94,501	-17%	95,359.48
	Feb	94,340	92,221	-2%	96,738.22
	Mar	124,299	89,625	28%	97,316.03
	Abr	101,222	110,134	-14%	117,782.13
	May	34,775	111,322	-72%	122,837.12
	Jun	86,440	109,209	-27%	118,701.64
	Jul	89,761	140,326	-41%	152,349.48
	Ago	66,051	107,670	-42%	114,097.66
	Set	62,845	100,550	-38%	101,889.82
	Oct	69,853	104,391	-37%	110,599.77
Total		809,105	1,059,949	-28%	1,127,671.37

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 28

Datos para la tienda 025 PURUCHUCO

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
025 PURUCHUCO	Mar	4,919	-	-67%	15,091.94
	Abr	34,838	-	-54%	76,317.16
	May	57,893	-	-40%	97,038.80

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Jun	55,085	-	-44%	98,791.81
Jul	80,329	-	-25%	106,399.68
Ago	54,011	-	-24%	70,662.16
Set	48,330	-	-17%	57,995.67
Oct	53,926	-	-14%	62,515.76
Total	-	-	-	-

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones. En este caso, no se proporcionaron datos de ventas año anterior (Vta AA) y la suma de Plan Venta 2023, por lo que se han representado con guiones. Ya que la tienda de Puruchuco abrió en marzo 2023.

Tabla 29

Datos para la tienda 023 SANTA ANITA 2

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
023 SANTA ANITA 2	Ene	37,548	55,589	-35%	57,711.07
	Feb	-	68,562	-100%	71,920.86
	Mar	-	71,256	-100%	62,278.89
	Abr	-	71,361	0%	-
	May	-	87,942	0%	-
	Jun	-	90,892	0%	-
	Jul	-	98,003	0%	-
	Ago	-	66,682	0%	-
	Set	-	57,233	0%	-

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



	Oct	-	59,006	0%	-
Total	-	37,548	726,527	-80%	191,910.81

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones. En este caso, no se proporcionaron datos de ventas año anterior (Vta AA) para los meses sin ventas, ya que la tienda de Santa Anita cerró en febrero del 2023.

Tabla 30

Datos para la tienda 021 SAN MIGUEL

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
021 SAN MIGUEL	Ene	115,488	107,890	3%	111,966.54
	Feb	135,029	102,536	26%	107,559.12
	Mar	104,383	110,546	-13%	120,032.20
	Abr	98,538	134,965	-32%	144,337.29
	May	163,240	154,652	-4%	170,648.37
	Jun	136,267	149,468	-16%	162,460.08
	Jul	137,483	174,799	-28%	189,776.33
	Ago	109,012	113,957	-10%	120,759.23
	Set	96,317	110,559	-14%	112,032.17
	Oct	115,334	125,092	-13%	132,532.30
Total	-	1,211,092	1,284,464	-12%	1,372,103.63

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 31

Datos para la tienda 020 MEGAPLAZA

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
020 MEGAPLAZA	Ene	46,484	-	-5%	48,894.87
	Feb	56,619	-	-3%	58,408.60
	Mar	63,398	-	20%	52,728.62
	Abr	55,868	-	-9%	61,490.83
	May	65,083	-	-8%	70,483.74
	Jun	68,315	-	-11%	77,100.02
	Jul	75,302	-	-15%	88,483.17
	Ago	50,128	-	-17%	60,172.32
	Set	49,673	-	-10%	55,286.28
	Oct	48,393	34,011	-21%	61,339.90
Total	-	579,263	34,011	-9%	634,388.34

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 32

Datos para la tienda 019 SAN BORJA 2

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
019 SAN BORJA 2	Ene	121,246	118,932	-1%	123,032.92
	Feb	142,408	136,043	0%	142,707.03

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Mar	133,722	126,522	-3%	137,378.24	
Abr	116,530	137,347	-21%	146,884.87	
May	166,864	170,706	-11%	188,363.01	
Jun	131,901	166,825	-27%	181,325.42	
Jul	132,453	198,606	-39%	215,622.61	
Ago	114,832	135,626	-20%	143,721.73	
Set	93,843	153,011	-39%	155,050.40	
Oct	98,320	144,525	-36%	153,120.91	
Total	-	1,252,117	1,488,142	-21%	1,587,207.13

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 33

Datos para la tienda 018 MALL DEL SUR

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
018 MALL DEL SUR	Ene	64,416	64,456	-3%	66,077.86
	Feb	82,516	69,748	13%	73,164.57
	Mar	88,609	66,024	24%	71,689.60
	Abr	76,634	62,497	15%	66,837.29
	May	90,897	71,643	15%	79,053.69
	Jun	80,563	109,579	-32%	119,103.57
	Jul	108,273	145,630	-32%	158,107.87

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



	Ago	77,324	102,683	-29%	108,813.03
	Set	77,789	81,454	-6%	82,539.25
	Oct	79,550	73,295	2%	77,654.12
Total	-	826,570	847,009	-8%	903,040.86

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 34

Datos para la tienda 017 SALAVERRY 2

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
017 SALAVERRY 2	Ene	147,399	137,782	3%	142,518.76
	Feb	170,007	152,555	6%	160,028.02
	Mar	154,935	143,296	0%	155,591.77
	Abr	140,125	164,702	-20%	176,139.78
	May	202,681	193,044	-5%	213,011.90
	Jun	158,433	207,441	-30%	225,471.72
	Jul	159,022	230,311	-36%	250,044.14
	Ago	124,085	145,244	-19%	153,914.81
	Set	123,861	153,522	-20%	155,568.03
	Oct	141,295	166,891	-20%	176,817.24
Total	-	1,521,844	1,694,788	-16%	1,809,106.17

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 35

Datos para la tienda 015 PLAZA NORTE

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
015 PLAZA NORTE	Ene	114,156	119,471	-7%	122,237.17
	Feb	145,567	139,203	0%	146,021.50
	Mar	139,105	121,404	6%	131,821.56
	Abr	109,964	143,745	-28%	153,727.07
	May	177,541	159,691	1%	176,209.34
	Jun	154,348	177,336	-20%	192,750.05
	Jul	169,991	203,750	-23%	221,207.93
	Ago	128,048	141,957	-15%	150,430.79
	Set	112,084	136,398	-19%	138,215.69
	Oct	126,164	144,741	-18%	153,349.75
Total	-	1,287,028	1,377,796	-11%	1,534,161.86

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 36

Datos para la tienda 013 CUZCO

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
013 CUZCO	Ene	62,666	59,090	1%	61,866.28
	Feb	61,123	66,367	-12%	69,617.77
	Mar	95,211	72,991	20%	79,253.66

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Abr	84,627	64,482	23%	68,959.79	
May	83,097	70,520	7%	77,814.05	
Jun	105,131	80,757	20%	87,776.85	
Jul	105,025	101,907	-5%	110,638.98	
Ago	83,602	76,942	3%	81,535.02	
Set	80,140	66,504	19%	67,390.31	
Oct	70,641	67,021	-1%	71,007.37	
Total	-	756,663	746,581	1%	797,389.39

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 37

datos para la tienda 012 CHICLAYO

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
012 CHICLAYO	Ene	121,040	115,978	2%	118,546.49
	Feb	142,055	133,319	2%	139,850.20
	Mar	125,519	134,642	-14%	146,195.60
	Abr	112,966	167,022	-37%	178,621.22
	May	133,688	199,277	-39%	219,889.35
	Jun	159,964	195,324	-25%	212,302.01
	Jul	140,708	220,850	-41%	239,773.53
	Ago	102,059	158,616	-39%	168,085.00

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



	Set	102,066	152,987	-34%	155,025.64
	Oct	132,472	152,172	-18%	161,222.36
Total	-	1,272,537	1,630,189	-27%	1,739,511.40

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 38

Datos para la tienda 011 COLLOKY JOCKEY PLAZA

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
011 COLLOKY JOCKEY PLAZA	Ene	250,295	248,324	-2%	255,326.20
	Feb	298,921	257,949	10%	270,584.32
	Mar	264,517	221,919	10%	240,961.40
	Abr	226,275	295,549	-28%	316,073.09
	May	348,319	361,078	-13%	398,427.46
	Jun	277,603	378,002	-32%	410,858.21
	Jul	294,065	391,358	-31%	424,890.55
	Ago	231,816	275,324	-21%	291,758.95
	Set	212,524	291,653	-28%	295,539.34
	Oct	249,216	305,561	-23%	323,734.80
Total	-	2,653,550	3,026,716	-18%	3,228,154.32

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 39

Datos para la tienda 009 TRUJILLO

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
009 TRUJILLO	Ene	137,217	120,730	9%	125,541.75
	Feb	165,025	120,536	31%	126,440.84
	Mar	158,197	141,716	3%	153,875.84
	Abr	154,168	212,701	-32%	227,471.84
	May	218,286	225,388	-12%	248,702.15
	Jun	163,957	231,857	-35%	252,010.45
	Jul	194,739	254,769	-30%	276,598.23
	Ago	122,174	202,794	-43%	214,899.39
	Set	146,812	201,817	-28%	204,506.25
	Oct	150,260	219,814	-35%	232,887.89
Total	-	1,610,835	1,932,122	-22%	2,062,934.64

Nota: Los porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación con las proyecciones.

Tabla 40

Datos para la tienda 007 EL POLO

TIENDAS	Mes	Vta EA	Vta AA	%Vta vs Plan	Suma de Plan Venta 2023
007 EL POLO	Ene	70,983	60,512	14%	62,441.42
	Feb	50,201	73,000	-34%	76,575.96

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Mar	52,405	62,359	-23%	67,710.42	
Abr	46,828	75,376	-42%	80,610.23	
May	87,938	96,639	-18%	106,634.84	
Jun	69,463	89,346	-28%	97,111.53	
Jul	55,374	86,152	-41%	93,533.34	
Ago	49,402	65,918	-29%	69,852.67	
Set	46,995	59,306	-22%	60,096.59	
Oct	40,661	61,050	-37%	64,680.75	
Total	-	570,250	729,657	-27%	779,247.75

Nota: Los con las proyecciones. Porcentajes negativos en la columna "%Vta vs Plan" indican una disminución en las ventas en comparación

Comparación por familias

Tabla 41

Familias de la tienda Colloky Jockey Plaza

Tienda	Área de negocio	Familia	Vta ea	Vta aa	%vta vs aa	Vta plan	%vta vs plan
011	Calzado	zapatilla	820,543	936,345	-12%	991,796	-17%
Colloky	Calzado	sandalia	203,966	484,106	-58%	533,394	-62%
Jockey	Calzado	botin	88,736	181,449	-51%	195,756	-55%
Plaza	Calzado	reina	63,623	67,910	-6%	77,908	-18%
	Calzado	bootie	43,289	78,085	-45%	84,437	-49%
	Calzado	zapato	34,709	40,091	-13%	44,071	-21%
	Calzado	bota	21,447	39,024	-45%	42,227	-49%
	Calzado	aqua	18,466	25,762	-28%	17,184	7%
	Calzado	ballerina	11,853	28,584	-59%	32,474	-64%
	Calzado	hawaiana	7,566	9,159	-17%	13,555	-44%
	Calzado	pantufia	4,154	10,156	-59%	10,676	-61%
	Calzado	pantinas	3,220	1,333	142%	232	1287%
	Calzado	alpargata	2,265	2,903	-22%	1,890	20%
	Calzado	zapatilla rueda	-76		0%		
TOTAL			1,323,760	1,904,907	-31%	2,045,598	-35%

Nota: Esta tabla muestra las ventas por diferentes familias de productos en la tienda 011 Colloky Jockey Plaza, con datos de venta actual (Vta ea), ventas anteriores (Vta aa), el porcentaje de ventas respecto a las ventas anteriores (%vta vs aa), las ventas planificadas (Vta plan) y el porcentaje de ventas respecto al plan (%vta vs plan).

Tabla 42

Familias de la tienda Colloky Jockey Plaza

Tienda	Área de negocio	Familia	Vta ea	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
011	Ropa	Polera	189,369	269,688	-30%	287,997	-34%
colloky	Ropa	Poleron	186,336	284,496	-35%	317,957	-41%
jockey	Ropa	Pantalon	144,913	167,034	-13%	246,577	-41%
plaza	Ropa	Jeans	56,257	93,370	-40%	111,772	-50%
	Ropa	Vestido	52,339	84,276	-38%	95,305	-45%
	Ropa	Sweater	41,194	59,744	-31%	65,023	-37%
	Ropa	Oso	38,679	58,212	-34%	62,243	-38%
	Ropa	Chaqueta	38,428	104,318	-63%	118,390	-68%
	Ropa	Parka	36,982	67,497	-45%	73,232	-50%
	Ropa	Pantalon buzo	32,394	55,088	-41%	0	0%
	Ropa	Bermuda	24,132	60,630	-60%	57,515	-58%
	Ropa	Set body	24,013	25,442	-6%	28,219	-15%
	Ropa	Jardinera	23,917	20,815	15%	21,679	10%
	Ropa	Camisa	23,570	36,304	-35%	41,845	-44%
	Ropa	Chaleco	20,995	40,673	-48%	45,894	-54%
	Ropa	Pata	19,012	25,572	-26%	27,815	-32%
	Ropa	Short	16,013	32,800	-51%	33,161	-52%
	Ropa	Traje de baño	14,925	24,643	-39%	30,248	-51%
	Ropa	Clemente	14,842	17,993	-18%	19,403	-24%
	Ropa	Entero	14,770	32,029	-54%	37,608	-61%
	Ropa	Jeggins	7,970	12,532	-36%	13,623	-41%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Ropa	Corta viento	6,879	14,602	-53%	16,293	-58%
Ropa	Set	5,391	2,914	85%	3,084	75%
	poleron/pantalon					
Ropa	Set	5,244	5,863	-11%	6,300	-17%
	poleron/bodily					
Ropa	Falda	4,517	8,920	-49%	9,713	-53%
Ropa	Blusa	2,508	5,676	-56%	6,363	-61%
Ropa	Conjunto	2,336	1,871	25%	2,000	17%
Ropa	Bikini	2,169	4,317	-50%	4,627	-53%
Ropa	Tankini	1,143	2,155	-47%	1,892	-40%
Ropa	Set	0	0	0%	102	-100%
Ropa	Botella	0	660	-100%	590	-100%
Ropa	Poncho	0	328	-100%	336	-100%
Ropa	Mochila	0	0	0%	0	0%
Ropa	Conjunto	-38	983	-104%	1,055	-104%
	body/pantalon					
	on					
	Total	1,051,198	1,621,444	-35%	1,787,860	-41%

Nota: Esta tabla detalla las ventas de diversas prendas de vestir, mostrando las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan) y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan) para cada tipo de prenda en la tienda mencionada.

Tabla 43

Familias de la tienda Colloky Jockey Plaza

Tiendas	Área de negocio	Familia	Vta ea	Vta aa	%vta vs aa	Vta plan	%vta vs plan
011 Jockey plaza	Accesorios	Pijama	67,217	94,148	-29%	97,347	-31%
	Accesorios	Calcetin deportivo	42,109	55,606	-24%	59,786	-30%
	Accesorios	Calcetin 3/4	42,058	65,062	-35%	70,631	-40%
	Accesorios	Calzon	33,218	37,634	-12%	40,951	-19%
	Accesorios	Boxer	23,611	28,994	-19%	29,127	-19%
	Accesorios	Individual	19,824		0%		
	Accesorios	Calcetin trainee	18,370	24,416	-25%	30,154	-39%
	Accesorios	Reloj	13,739	22,151	-38%	23,475	-41%
	Accesorios	Anteojos	13,674	19,886	-31%	21,983	-38%
	Accesorios	Babero	11,485	15,064	-24%	16,896	-32%
	Accesorios	Sombrero	9,475	14,299	-34%	13,825	-31%
	Accesorios	Juguete	8,968	11,514	-22%	11,876	-24%
	Accesorios	Jockey	8,634	22,945	-62%	27,182	-68%
	Accesorios	Colonia	7,382		0%		
	Accesorios	Ballerina	7,349	10,741	-32%	11,716	-37%
	Accesorios	Calzoncillo	7,164	6,844	5%	7,866	-9%
	Accesorios	Manta	6,651	8,538	-22%	7,034	-5%
	Accesorios	Bodysuit	6,569	9,195	-29%	9,875	-33%
	Accesorios	Camiseta	5,528	5,732	-4%	6,083	-9%
	Accesorios	Porta bebe	5,434	5,818	-7%	6,018	-10%
Accesorios	Gorro	5,359	21,270	-75%	23,155	-77%	
Accesorios	Panty - ballerina	4,693	7,356	-36%	7,796	-40%	

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Accesorios	Cinturon	3,760	445	745%	790	376%
Accesorios	Slip	2,570	3,695	-30%	3,727	-31%
Accesorios	Suspensor	2,076	2,858	-27%	3,224	-36%
Accesorios	Peto	1,707	1,021	67%	1,437	19%
Accesorios	Pañal	1,543	3,375	-54%	3,796	-59%
Accesorios	Mochila	1,543	4,104	-62%	4,488	-66%
Accesorios	Scooter	1,184	4,819	-75%		
Accesorios	Cuello	1,103	2,676	-59%	2,829	-61%
Accesorios	Toalla	1,044	2,980	-65%	4,165	-75%
Accesorios	Caja calcetines	1,043	5,264	-80%	5,914	-82%
Accesorios	Calcetin	875	4,396	-80%	3,964	-78%
Accesorios	Calcetin largo	609	671	-9%	726	-16%
Accesorios	Pilucho	501	1,406	-64%	1,647	-70%
Accesorios	Miton	429	943	-55%	1,075	-60%
Accesorios	Saco de dormir	372	444	-16%	462	-19%
Accesorios	Chambrita	305	102	200%	64	372%
Accesorios	Set	296	410	-28%	523	-43%
Accesorios	Nido	135		0%		
Accesorios	Set de tutos	117	423	-72%	468	-75%
Accesorios	Cepillo	13	2,675	-100%	3,519	-100%
Accesorios	Guante		524	-100%	568	-100%
Accesorios	Mascarilla		3,031	-100%	4,436	-100%
Accesorios	Bolso		320	-100%	348	-100%
Accesorios	Cintillo		196	-100%	214	-100%
Accesorios	Labial		1,014	-100%	422	-100%
Accesorios	Sin familia		0	0%	-38	-100%
Accesorios	Set		1,179	-100%	1,282	-100%
	gorros/guantes					
Accesorios	Botella		14	-100%	182	-100%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Accesorios	Pack hidratacion		0%	0	0%
Accesorios	Banano	-25	0%		
Total		389.710	536.201	-27%	573,009 -32%

Nota: La tabla presenta datos de ventas de diferentes artículos de accesorios en la tienda 011 COLLOKY JOCKEY PLAZA, detallando las ventas en unidades equivalentes (Vta EA) y las ventas del año anterior (Vta AA).

Tabla 44

Familias de la tienda Trujillo

Tienda	Área de Negocio2	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
009	Calzado	Zapatilla	417,824	500,837	-17%	524,639	-20%
TRUJILLO	Calzado	Sandalia	126,178	209,957	-40%	218,966	-42%
	Calzado	Botin	51,024	96,132	-47%	103,785	-51%
	Calzado	Reina	27,349	34,001	-20%	38,412	-29%
	Calzado	Zapato	20,599	21,344	-3%	20,840	-1%
	Calzado	Bootie	19,857	26,363	-25%	28,463	-30%
	Calzado	Aqua	9,052	14,690	-38%	9,537	-5%
	Calzado	Bota	8,373	17,746	-53%	19,208	-56%
	Calzado	Ballerina	4,634	11,688	-60%	11,834	-61%
	Calzado	Hawaiana	4,183	5,641	-26%	6,344	-34%
	Calzado	Pantufla	3,355	8,576	-61%	9,272	-64%
	Calzado	Pantinas	1,202	903	33%	321	275%
	Calzado	Alpargata	997	1,846	-46%	1,739	-43%
	Calzado	Zapatilla	-194	-130	50%	-131	48%
		rueda					
Total			694,434	949,594	-27%	993,230	-30%

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de calzado en la tienda de Trujillo. Cada fila muestra la familia de calzado, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA),

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan) y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 45

Familias de la tienda Trujillo

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
009	Ropa	Polera	189,369	269,688	-30%	287,997	-34%
trujillo	Ropa	Poleron	186,336	284,496	-35%	317,957	-41%
	Ropa	Pantalon	144,913	167,034	-13%	246,577	-41%
	Ropa	Jeans	56,257	93,370	-40%	111,772	-50%
	Ropa	Vestido	52,339	84,276	-38%	95,305	-45%
	Ropa	Sweater	41,194	59,744	-31%	65,023	-37%
	Ropa	Oso	38,679	58,212	-34%	62,243	-38%
	Ropa	Chaqueta	38,428	104,318	-63%	118,390	-68%
	Ropa	Parka	36,982	67,497	-45%	73,232	-50%
	Ropa	Pantalon buzo	32,394	55,088	-41%	0	0%
	Ropa	Bermuda	24,132	60,630	-60%	57,515	-58%
	Ropa	Set body	24,013	25,442	-6%	28,219	-15%
	Ropa	Jardinera	23,917	20,815	15%	21,679	10%
	Ropa	Camisa	23,570	36,304	-35%	41,845	-44%
	Ropa	Chaleco	20,995	40,673	-48%	45,894	-54%
	Ropa	Pata	19,012	25,572	-26%	27,815	-32%
	Ropa	Short	16,013	32,800	-51%	33,161	-52%
	Ropa	Traje de baño	14,925	24,643	-39%	30,248	-51%
	Ropa	Clemente	14,842	17,993	-18%	19,403	-24%
	Ropa	Entero	14,770	32,029	-54%	37,608	-61%
	Ropa	Jeggins	7,970	12,532	-36%	13,623	-41%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Ropa	Corta viento	6,879	14,602	-53%	16,293	-58%
	Set	5,391	2,914	85%	3,084	75%
Ropa	poleron/pantalón					
Ropa	Set poleron/body	5,244	5,863	-11%	6,300	-17%
Ropa	Falda	4,517	8,920	-49%	9,713	-53%
Ropa	Blusa	2,508	5,676	-56%	6,363	-61%
Ropa	Conjunto	2,336	1,871	25%	2,000	17%
Ropa	Bikini	2,169	4,317	-50%	4,627	-53%
Ropa	Tankini	1,143	2,155	-47%	1,892	-40%
Ropa	Set	0	0	0%	102	-100%
Ropa	Botella	0	660	-100%	590	-100%
Ropa	Poncho	0	328	-100%	336	-100%
Ropa	Mochila	0	0	0%	0	0%
Ropa	Conjunto	-38	983	-104%	1,055	-104%
	body/pantalón					
Total		1,051,198	1,621,444	-35%	1,787,860	-41%

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de prendas de ropa en la tienda de Trujillo bajo el área de negocio de Ropa. Cada fila muestra la familia de prendas, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan) y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 46

Familias de la tienda Trujillo

Tienda	Área de Negocio2	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
009	Accesorios	PIJAMA	30,358	57,313	-47%	64,080	-53%
TRUJILLO							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



009	Accesorios	CALCETIN	28,133	31,651	-11%	34,599	-19%
TRUJILLO		DEPORTIVO					
009	Accesorios	CALCETIN 3/4	21,072	35,732	-41%	38,659	-45%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CALZON	19,968	19,900	0%	21,447	-7%
TRUJILLO							
009	Accesorios	BOXER	15,246	16,507	-8%	17,390	-12%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CALCETIN TRAINEE	14,586	17,539	-17%	21,220	-31%
TRUJILLO							
009	Accesorios	COLONIA	7,811	0	0%	0	N/A
TRUJILLO							
009	Accesorios	BABERO	7,215	9,403	-23%	9,911	-27%
TRUJILLO							
009	Accesorios	RELOJ	6,622	10,059	-34%	11,802	-44%
TRUJILLO							
009	Accesorios	JOCKEY	6,545	15,622	-58%	18,383	-64%
TRUJILLO							
009	Accesorios	SOMBRERO	5,720	8,586	-33%	9,505	-40%
TRUJILLO							
009	Accesorios	INDIVIDUAL	5,142	0	0%	0	N/A
TRUJILLO							
009	Accesorios	CALZONCILLO	4,453	3,324	34%	4,013	11%
TRUJILLO							
009	Accesorios	ANTEOJOS	4,260	4,888	-13%	6,565	-35%
TRUJILLO							
009	Accesorios	BALLERINA	4,027	5,142	-22%	5,617	-28%
TRUJILLO							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



009	Accesorios	BODY	3,436	2,681	28%	2,724	26%
TRUJILLO							
009	Accesorios	JUGUETE	3,274	5,451	-40%	5,536	-41%
TRUJILLO							
009	Accesorios	MANTA	3,245	4,108	-21%	4,546	-29%
TRUJILLO							
009	Accesorios	GORRO	2,944	6,350	-54%	6,887	-57%
TRUJILLO							
009	Accesorios	PANTY - BALLERINA	2,707	2,269	19%	2,399	13%
TRUJILLO							
009	Accesorios	PORTA BEBE	2,660	1,642	62%	1,732	54%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CAMISETA	2,282	889	157%	860	165%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CINTURON	1,748	152	1048%	666	162%
TRUJILLO							
009	Accesorios	SLIP	1,503	1,581	-5%	1,966	-24%
TRUJILLO							
009	Accesorios	PAÑAL	1,253	1,348	-7%	1,585	-21%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CAJA CALCETINES	1,237	3,797	-67%	3,890	-68%
TRUJILLO							
009	Accesorios	TOALLA	907	1,557	-42%	2,036	-55%
TRUJILLO							
009	Accesorios	SUSPENSOR	728	1,596	-54%	1,942	-63%
TRUJILLO							
009	Accesorios	NIDO	371	0	0%	0	N/A
TRUJILLO							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



009	Accesorios	CALCETIN	345	4,337	-92%	3,654	-91%
TRUJILLO							
009	Accesorios	MOCHILA	335	1,495	-78%	1,614	-79%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CALCETIN LARGO	325	371	-12%	401	-19%
TRUJILLO							
009	Accesorios	PETO	246	942	-74%	952	-74%
TRUJILLO							
009	Accesorios	PILUCHO	169	0	0%	0	N/A
TRUJILLO							
009	Accesorios	CHAMBRITA	130	0	0%	0	N/A
TRUJILLO							
009	Accesorios	MITON	93	411	-77%	444	-79%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CUELLO	63	1,679	-96%	1,808	-96%
TRUJILLO							
009	Accesorios	SET DE TUTOS	42	127	-67%	134	-69%
TRUJILLO							
009	Accesorios	PACK HIDRATACION	0	0	0%	0	0%
TRUJILLO							
009	Accesorios	CINTILLO	0	128	-100%	139	-
TRUJILLO							
009	Accesorios	SET	0	89	-100%	94	-
TRUJILLO							
009	Accesorios	CEPILLO	0	264	-100%	1,261	-
TRUJILLO							
009	Accesorios	SET	0	622	-100%	677	-
TRUJILLO							
		GORROS/GUANTES					100%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



009	Accesorios	BOTELLA	0	0	0%	59	-
		TRUJILLO					100%
009	Accesorios	SACO DE DORMIR	0	902	-100%	958	-
		TRUJILLO					100%
009	Accesorios	MASCARILLA	0	498	-100%	1,186	-
		TRUJILLO					100%
009	Accesorios	SIN FAMILIA	0	-16	-100%	-16	-
		TRUJILLO					100%
Total	Accesorios		211,200	280,953	-25%	313,325	-33%

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de accesorios en la tienda de Trujillo

bajo el área de negocio de Accesorios. Cada fila muestra la familia de accesorios, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan) y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 47

Familias de la tienda Salaverry 2

Tienda	Área de Negocio2	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
017	Calzado	ZAPATILLA	462,201	490,317	-6%	527,820	-12%
		SALAVERRY 2					
017	Calzado	SANDALIA	106,685	243,161	-56%	256,686	-58%
		SALAVERRY 2					
017	Calzado	BOTIN	51,833	94,293	-45%	101,753	-49%
		SALAVERRY 2					
017	Calzado	REINA	39,302	44,139	-11%	52,166	-25%
		SALAVERRY 2					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	Calzado	ZAPATO	25,427	17,921	42%	21,067	21%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	BOOTIE	18,485	36,744	-50%	39,782	-54%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	AQUA	14,483	16,194	-11%	12,287	18%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	BOTA	10,526	20,022	-47%	21,637	-51%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	BALLERINA	7,959	15,302	-48%	15,654	-49%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	HAWAIANA	3,180	4,469	-29%	6,395	-50%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	PANTUFLA	2,240	5,128	-56%	5,513	-59%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	PANTINAS	1,405	1,199	17%	160	776%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	ALPARGATA	752	2,608	-71%	1,795	-58%
SALAVERRY 2							
017	Calzado	ZAPATILLA	-140	-214	-35%	-237	-41%
SALAVERRY 2							
		RUEDA					
Total	Calzado		744,340	991,283	-25%	1,062,478	-30%

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de calzado en la tienda 017

SALAVERRY 2 bajo el área de negocio de Calzado. Cada fila muestra la familia de calzado, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 48

Familias de la tienda Salaverry 2

Tienda	Área de Negocio 2	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
017 SALAVERR Y 2	Ropa	POLERA	115,88 8	154,39 9	-25%	170,566	-32%
017 SALAVERR Y 2	Ropa	POLERON	99,126	164,26 6	-40%	182,191	-46%
017 SALAVERR Y 2	Ropa	PANTALON	77,095	94,961	-19%	141,258	-45%
017 SALAVERR Y 2	Ropa	JEANS	37,076	54,431	-32%	62,956	-41%
017 SALAVERR Y 2	Ropa	VESTIDO	30,333	47,678	-36%	56,556	-46%
017 SALAVERR Y 2	Ropa	OSO	25,095	37,405	-33%	40,146	-37%
017 SALAVERR Y 2	Ropa	PARKA	22,821	38,799	-41%	42,152	-46%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	Ropa	SET BODY	21,394	23,318	-8%	25,833	-17%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	CHAQUETA	20,737	46,330	-55%	52,474	-60%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	SWEATER	20,522	35,539	-42%	39,270	-48%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	PANTALON BUZO	16,410	29,780	-45%	-	-
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	BERMUDA	15,246	34,243	-55%	37,820	-60%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	CAMISA	14,311	21,734	-34%	28,909	-50%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	CHALECO	12,004	25,897	-54%	29,469	-59%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	SHORT	11,758	18,256	-36%	22,419	-48%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	JARDINERA	11,581	11,830	-2%	10,981	5%
SALAVERR							
Y 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	Ropa	PATA	11,488	14,980	-23%	17,904	-36%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	TRAJE DE BAÑO	9,835	14,760	-33%	18,662	-47%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	CLEMENTE	8,952	14,073	-36%	14,968	-40%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	ENTERO	8,745	19,532	-55%	24,418	-64%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	SET	7,223	6,767	7%	7,278	-1%
SALAVERR							
POLERON/BODY							
Y 2							
017	Ropa	JEGGINS	4,431	4,699	-6%	5,104	-13%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	SET	3,387	2,492	36%	2,501	35%
SALAVERR							
POLERON/PANTALO							
Y 2							
N							
017	Ropa	FALDA	2,766	4,810	-43%	5,173	-47%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	CORTA VIENTO	2,750	8,128	-66%	8,492	-68%
SALAVERR							
Y 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	Ropa	CONJUNTO	1,999	1,403	42%	1,642	22%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	BLUSA	1,987	3,214	-38%	3,095	-36%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	BIKINI	1,034	2,439	-58%	3,036	-66%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	TANKINI	804	1,208	-33%	1,638	-51%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	CONJUNTO	-	731	-	790	-
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	BODY/PANTALON			100		100
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	PONCHO	-	157	-	162	-
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	BOTELLA	-	0	0%	0	0%
SALAVERR							
Y 2							
017	Ropa	MOCHILA	-	0	0%	0	0%
SALAVERR							
Y 2							
Total	Ropa		616,79	938,26	-34%	1,057,86	-42%
			8	0		2	

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de ropa en la tienda 017 SALAVERRY 2 bajo el área de negocio de Ropa. Cada fila muestra la familia de ropa, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



(%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 49

Familias de la tienda Salaverry 2

Tienda	Área de Negocio3	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
017	ACCESORIO	PIJAMA	33,39	54,390	-39%	60,468	-45%
SALAVERR	S		4				
Y 2							
017	ACCESORIO	CALCETIN 3/4	29,71	37,894	-22%	42,045	-29%
SALAVERR	S		9				
Y 2							
017	ACCESORIO	CALCETIN	29,08	36,510	-20%	39,123	-26%
SALAVERR	S	DEPORTIVO	9				
Y 2							
017	ACCESORIO	CALZON	15,00	20,321	-26%	22,667	-34%
SALAVERR	S		0				
Y 2							
017	ACCESORIO	INDIVIDUAL	13,16	-	0%	0	0%
SALAVERR	S		7				
Y 2							
017	ACCESORIO	CALCETIN	13,14	18,252	-28%	20,156	-35%
SALAVERR	S	TRAINEE	3				
Y 2							
017	ACCESORIO	BOXER	10,74	12,130	-11%	12,732	-16%
SALAVERR	S		6				
Y 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	ACCESORIO	ANTEOJOS	8,805	7,633	15%	10,443	-16%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	JOCKEY	7,254	13,855	-48%	17,153	-58%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	BABERO	6,975	11,772	-41%	12,412	-44%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	COLONIA	6,357	-	0%	0	0%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	BODY	5,411	8,130	-33%	8,967	-40%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	JUGUETE	5,135	4,983	3%	5,149	0%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	SOMBRERO	5,000	8,692	-42%	9,520	-47%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	BALLERINA	4,880	8,770	-44%	9,571	-49%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	RELOJ	4,202	9,561	-56%	10,978	-62%
SALAVERR	S						
Y 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	ACCESORIO	CAMISETA	4,097	4,791	-14%	4,975	-18%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	PANTY -	3,649	6,081	-40%	6,506	-44%
SALAVERR	S	BALLERINA					
Y 2							
017	ACCESORIO	CALZONCILLO	3,391	3,528	-4%	4,321	-22%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	MANTA	3,129	4,097	-24%	4,834	-35%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	GORRO	2,882	10,106	-71%	11,014	-74%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	PAÑAL	1,803	3,206	-44%	4,261	-58%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	SLIP	1,758	2,536	-31%	2,909	-40%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	CINTURON	1,730	-	0%	578	199
SALAVERR	S						%
Y 2							
017	ACCESORIO	PORTA BEBE	1,616	2,190	-26%	2,550	-37%
SALAVERR	S						
Y 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	ACCESORIO	SUSPENSOR	1,494	2,412	-38%	2,797	-47%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	TOALLA	1,209	1,249	-3%	2,085	-42%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	PETO	1,127	567	99%	665	70%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	CALCETIN	1,042	3,513	-70%	3,349	-69%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	PILUCHO	739	1,491	-50%	1,624	-54%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	CUELLO	735	1,664	-56%	1,813	-59%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	CAJA CALCETINES	572	2,543	-78%	2,829	-80%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	MOCHILA	438	1,383	-68%	1,720	-75%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	SACO DE DORMIR	430	1,003	-57%	1,356	-68%
SALAVERR	S						
Y 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	ACCESORIO	MITON	262	630	-58%	774	-66%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	CALCETIN LARGO	183	260	-30%	282	-35%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	CHAMBRITA	168	101	66%	45	272
SALAVERR	S						%
Y 2							
017	ACCESORIO	SET	135	224	-40%	190	-29%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	SET DE TUTOS	135	338	-60%	362	-63%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	MASCARILLA	52	931	-94%	1,679	-97%
SALAVERR	S						
Y 2							
017	ACCESORIO	SET GORRO	-43	-	-	-46	-
SALAVERR	S				100		100
Y 2					%		%
017	ACCESORIO	PACK	-	0	0%	0	0%
SALAVERR	S	HIDRATACION					
Y 2							
017	ACCESORIO	BOTELLA	-	0	0%	0	0%
SALAVERR	S						
Y 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



017	ACCESORIO	SET	-	450	-	492	-
SALAVERR	S	GORROS/GUANTE			100		100
Y 2		S			%		%
017	ACCESORIO	CEPILLO	-	1,794	-	2,807	-
SALAVERR	S				100		100
Y 2					%		%
017	ACCESORIO	BOLSO	-	687	-	-	-
SALAVERR	S				100		
Y 2					%		
017	ACCESORIO	CINTILLO	-	135	-	146	-
SALAVERR	S				100		100
Y 2					%		%
017	ACCESORIO	GUANTE	-	266	-	286	-
SALAVERR	S				100		100
Y 2					%		%
017	ACCESORIO	Total	-	231,05	-26%	349,27	-34%
SALAVERR	S			2		2	
Y 2							

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de accesorios en la tienda 017

SALAVERRY 2 bajo el área de negocio de Accesorios. Cada fila muestra la familia de accesorios, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 50

Familias de la tienda Plaza norte

Tienda	Área de Negocio4	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
--------	---------------------	---------	--------	--------	---------------	----------	--------------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	CALZADO	ZAPATILLA	569,806	594,961	-4%	638,909	-11%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	SANDALIA	116,259	317,003	-63%	354,653	-67%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	BOTIN	84,461	123,317	-32%	132,417	-36%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	REINA	37,205	43,472	-14%	55,571	-33%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	BOOTIE	26,871	36,501	-26%	39,505	-32%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	ZAPATO	21,190	17,302	22%	19,502	9%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	BOTA	13,369	16,910	-21%	18,297	-27%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	AQUA	11,274	13,159	-14%	7,435	52%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	BALLERINA	5,182	10,835	-52%	11,683	-56%
	Plaza						
	Norte						

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	CALZADO	HAWAIANA	4,249	4,208	1%	4,690	-9%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	PANTUFLA	2,117	4,656	-55%	4,824	-56%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	ALPARGATA	1,516	2,749	-45%	2,477	-39%
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	PANTINAS	1,195	543	120%	0	-
	Plaza						
	Norte						
015	CALZADO	ZAPATILLA	-63	-146	-57%	-151	-58%
	Plaza	RUEDA					
	Norte						
015	CALZADO	Total	-	894,631	-25%	1,289,814	-31%
	Plaza						
	Norte						

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de calzado en la tienda 015 Plaza Norte.

Cada fila muestra la familia de calzado, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 51

Familias de la tienda Plaza norte

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
--------	--------------------	---------	--------	--------	---------------	----------	--------------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	ROPA	PANTALON BUZO	11,733	15,236	-23%	-	-
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	CAMISA	9,601	14,934	-36%	19,342	-50%
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	SET BODY	8,933	11,209	-20%	12,030	-26%
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	BERMUDA	7,641	25,840	-70%	29,326	-74%
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	CHALECO	7,074	14,280	-50%	15,856	-55%
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	OSO	6,615	11,437	-42%	12,496	-47%
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	TRAJE DE BAÑO	6,403	8,087	-21%	7,903	-19%
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	CORTA VIENTO	5,787	1,578	267%	2,717	113%
		Plaza					
		Norte					
015	ROPA	SHORT	5,280	9,897	-47%	11,728	-55%
		Plaza					
		Norte					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	ROPA	TANKINI	601	457	32%	344	75%
Plaza							
Norte							
015	ROPA	CONJUNTO	379	664	-43%	703	-46%
Plaza							
Norte							
015	ROPA	PONCHO	-60	-100%	-65	-100%	-
Plaza							
Norte							
015	ROPA	CONJUNTO	-	220	-	237	-
Plaza							
Norte							
015	ROPA	ABRIGO	-76	-100%	-83	-100%	-
Plaza							
Norte							
015	ROPA	MOCHILA	-	0	0%	0	0%
Plaza							
Norte							
Total			-	409,615	-37%	740,018	-45%

Nota: Estos datos representan las ventas de diferentes tipos de prendas de ropa en la tienda 015 Plaza Norte. Cada fila muestra la familia de ropa, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 52

Familias de la tienda Plaza norte

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
--------	--------------------	---------	--------	--------	------------------	-------------	--------------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	ACCESORIOS	CALCETIN	21,162	21,616	-2%	24,489	-14%
Plaza		DEPORTIVO					
Norte							
015	ACCESORIOS	CALCETIN 3/4	17,241	29,973	-42%	33,797	-49%
Plaza							
Norte							
015	ACCESORIOS	PIJAMA	14,534	19,724	-26%	21,889	-34%
Plaza							
Norte							
015	ACCESORIOS	CALCETIN TRAINEE	11,414	15,374	-26%	17,879	-36%
Plaza							
Norte							
015	ACCESORIOS	CALZON	9,493	12,065	-21%	12,733	-25%
Plaza							
Norte							
015	ACCESORIOS	INDIVIDUAL	7,065	0	0%	0	0%
Plaza							
Norte							
015	ACCESORIOS	BOXER	6,723	6,624	1%	6,900	-3%
Plaza							
Norte							
015	ACCESORIOS	RELOJ	4,874	9,705	-50%	10,803	-55%
Plaza							
Norte							
015	ACCESORIOS	COLONIA	4,538	0	0%	0	0%
Plaza							
Norte							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	ACCESORIOS	JOCKEY	4,527	9,602	-53%	11,085	-59%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	SOMBRERO	4,045	6,452	-37%	7,323	-45%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	BALLERINA	3,629	6,469	-44%	7,038	-48%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	GORRO	3,627	9,870	-63%	10,661	-66%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	BABERO	3,048	4,583	-33%	5,453	-44%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	ANTEOJOS	2,807	5,593	-50%	5,816	-52%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	JUGUETE	2,214	3,885	-43%	4,271	-48%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	CINTURON	1,108	891	24%	1,631	-32%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	BODY	971	762	27%	854	14%
	Plaza						
	Norte						

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	ACCESORIOS	SUSPENSOR	945	1,001	-6%	947	0%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	MANTA	912	2,892	-68%	3,243	-72%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	CALZONCILLO	883	1,763	-50%	1,726	-49%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	PAÑAL	831	2,626	-68%	2,103	-60%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	CUELLO	669	1,412	-53%	1,516	-56%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	TOALLA	585	1,669	-65%	2,629	-78%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	SLIP	579	685	-16%	693	-17%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	MOCHILA	508	1,016	-50%	1,091	-53%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	PANTY -	504	745	-32%	764	-34%
	Plaza	BALLERINA					
	Norte						

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	ACCESORIOS	CAMISETA	333	1,160	-71%	1,235	-73%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	CALCETIN	323	2,345	-86%	2,098	-85%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	PETO	203	592	-66%	873	-77%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	PORTA BEBE	202	630	-68%	1,132	-82%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	CAJA CALCETINES	169	2,146	-92%	2,154	-92%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	CALCETIN LARGO	135	414	-67%	448	-70%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	PILUCHO	68	0	0%	0	0%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	MITON	25	177	-86%	220	-88%
	Plaza						
	Norte						
015	ACCESORIOS	SET	0	85	-	135	-
	Plaza				100%		100%
	Norte						

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



015	ACCESORIOS	MASCARILLA	0	732	-	1,119	-
	Plaza					100%	100%
	Norte						
015	ACCESORIOS	CINTILLO	0	68	-	74	-
	Plaza					100%	100%
	Norte						
015	ACCESORIOS	CEPILLO	0	546	-	904	-
	Plaza					100%	100%
	Norte						
015	ACCESORIOS	GUANTE	0	162	-	175	-
	Plaza					100%	100%
	Norte						
015	ACCESORIOS	SIN FAMILIA	0	0	0%	-13	-
	Plaza						100%
	Norte						
015	ACCESORIOS	SET	0	480	-	520	-
	Plaza	GORROS/GUANTES				100%	100%
	Norte						
015	ACCESORIOS	SET DE TUTOS	0	42	-	47	-
	Plaza					100%	100%
	Norte						
Total			130,893	186,576	-30%	208,455	-37%

Nota: Estos datos muestran las ventas de diferentes tipos de accesorios en la tienda 015 Plaza Norte. Cada fila presenta la familia de accesorios, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan) y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 53

Familias de la tienda Chiclayo

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
012 Chiclayo	CALZADO	ZAPATILLA	422,068	578,095	-27%	604,981	-30%
012 Chiclayo	CALZADO	SANDALIA	131,094	279,483	-53%	316,039	-59%
012 Chiclayo	CALZADO	BOTIN	48,313	100,644	-52%	108,736	-56%
012 Chiclayo	CALZADO	REINA	32,429	41,939	-23%	51,656	-37%
012 Chiclayo	CALZADO	ZAPATO	19,691	21,175	-7%	20,574	-4%
012 Chiclayo	CALZADO	BOOTIE	18,757	29,359	-36%	31,823	-41%
012 Chiclayo	CALZADO	BOTA	9,688	17,627	-45%	19,035	-49%
012 Chiclayo	CALZADO	AQUA	8,077	9,863	-18%	7,250	11%
012 Chiclayo	CALZADO	BALLERINA	5,886	11,856	-50%	13,755	-57%
012 Chiclayo	CALZADO	HAWAIANA	3,660	6,033	-39%	7,240	-49%
012 Chiclayo	CALZADO	PANTUFLA	2,063	6,427	-68%	6,688	-69%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



012	CALZADO	PANTINAS	1,259	1,301	-3%	207	509%
Chiclayo							
012	CALZADO	ALPARGATA	1,192	2,855	-58%	1,810	-34%
Chiclayo							
012	CALZADO	ZAPATILLA	-125	0	0%	0	0%
Chiclayo							
		RUEDA					
012	CALZADO	Total	-	704,052	-36%	1,189,794	-41%
Chiclayo							

Nota: Estos datos proporcionan información sobre las ventas de diversos tipos de calzado en la tienda 012 Chiclayo. Cada fila muestra una familia específica de calzado, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan) y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 54

Familias de la tienda Chiclayo

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
012	ROPA	POLERA	98,879	171,288	-42%	193,308	-49%
Chiclayo							
012	ROPA	POLERON	65,647	163,362	-60%	181,117	-64%
Chiclayo							
012	ROPA	PANTALON	56,236	94,707	-41%	130,637	-57%
Chiclayo							
012	ROPA	JEANS	41,885	70,355	-40%	89,882	-53%
Chiclayo							
012	ROPA	VESTIDO	32,857	55,316	-41%	63,017	-48%
Chiclayo							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



012	ROPA	CHAQUETA	17,874	39,212	-54%	42,883	-58%
Chiclayo							
012	ROPA	JARDINERA	17,779	13,772	29%	13,270	34%
Chiclayo							
012	ROPA	OSO	17,773	32,982	-46%	36,794	-52%
Chiclayo							
012	ROPA	BERMUDA	15,273	32,727	-53%	38,308	-60%
Chiclayo							
012	ROPA	SWEATER	13,718	31,622	-57%	34,130	-60%
Chiclayo							
012	ROPA	CAMISA	13,430	17,974	-25%	24,020	-44%
Chiclayo							
012	ROPA	PANTALON BUZO	12,207	23,812	-49%	-	-
Chiclayo							
012	ROPA	PARKA	11,436	27,535	-58%	29,920	-62%
Chiclayo							
012	ROPA	SHORT	11,254	17,603	-36%	19,083	-41%
Chiclayo							
012	ROPA	SET BODY	9,110	15,079	-40%	16,375	-44%
Chiclayo							
012	ROPA	CLEMENTE	8,142	15,952	-49%	17,304	-53%
Chiclayo							
012	ROPA	PATA	7,362	13,132	-44%	15,206	-52%
Chiclayo							
012	ROPA	TRAJE DE BAÑO	6,183	11,015	-44%	12,680	-51%
Chiclayo							
012	ROPA	ENTERO	5,810	15,679	-63%	21,239	-73%
Chiclayo							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



012	ROPA	CHALECO	4,962	18,299	-73%	19,716	-75%
Chiclayo							
012	ROPA	FALDA	3,677	5,322	-31%	5,734	-36%
Chiclayo							
012	ROPA	CORTA VIENTO	3,608	2,650	36%	3,597	0%
Chiclayo							
012	ROPA	SET POLERON/BODY	3,064	6,286	-51%	6,724	-54%
Chiclayo							
012	ROPA	JEGGINS	2,337	4,622	-49%	5,064	-54%
Chiclayo							
012	ROPA	BLUSA	2,170	3,294	-34%	3,711	-42%
Chiclayo							
012	ROPA	SET	2,061	1,918	7%	1,683	22%
Chiclayo							
012	ROPA	POLERON/PANTALON					
012	ROPA	BIKINI	1,242	1,476	-16%	1,525	-19%
Chiclayo							
012	ROPA	CONJUNTO	1,063	1,501	-29%	1,538	-31%
Chiclayo							
012	ROPA	TANKINI	288	787	-63%	582	-51%
Chiclayo							
012	ROPA	CONJUNTO	137	1,042	-87%	1,121	-88%
Chiclayo							
012	ROPA	BODY/PANTALON					
012	ROPA	PONCHO	-	76	-	83	-
Chiclayo							
					100%		100%
012	ROPA	BOTELLA	-	-	0%	0	0%
Chiclayo							
012	ROPA	MOCHILA	-	-	0%	0	0%
Chiclayo							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



012	ROPA	Total	487,464	-46%	1,030,250	-53%
Chiclayo						

Nota: Estos datos reflejan las ventas de diversos tipos de ropa en la tienda 012 Chiclayo. Cada fila muestra una familia específica de ropa, las ventas efectivas (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de ventas en comparación con el año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan) y el porcentaje de ventas en comparación con el plan (%Vta vs Plan).

Tabla 55

Familias de la tienda Chiclayo

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
012	ACCESORIOS	PIJAMA	20,707	38,954	-47%	43,069	-52%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	CALCETIN DEPORTIVO	17,383	31,052	-44%	34,973	-50%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	CALCETIN 3/4	14,860	24,880	-40%	27,320	-46%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	CALZON	13,553	12,925	5%	14,943	-9%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	BOXER	11,108	13,478	-18%	13,832	-20%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	CALCETIN TRAINEE	7,064	14,750	-52%	18,584	-62%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	RELOJ	6,953	8,448	-18%	10,550	-34%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	JOCKEY	6,472	13,911	-53%	17,790	-64%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	BABERO	4,569	8,049	-43%	9,165	-50%
Chiclayo							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



012	ACCESORIOS	SOMBRERO	4,046	6,670	-39%	7,941	-49%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	INDIVIDUAL	3,657	0	0%	0	-
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	COLONIA	2,989	0	0%	0	-
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	BALLERINA	2,664	5,052	-47%	5,522	-52%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	CALZONCILLO	2,647	2,234	19%	2,503	6%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	JUGUETE	2,443	5,545	-56%	5,977	-59%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	GORRO	2,393	3,912	-39%	4,275	-44%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	ANTEOJOS	2,204	4,544	-52%	6,221	-65%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	BODY	1,875	1,561	20%	1,532	22%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	MANTA	1,783	3,680	-52%	4,505	-60%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	PANTY - BALLERINA	1,621	1,202	35%	1,187	37%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	SIN FAMILIA	0	-13	-100%	-	-100%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	GUANTE	-8	135	-106%	142	-106%
Chiclayo							
012	ACCESORIOS	Total	140,321	223.316	-37%	256,641	-45%
Chiclayo							

Tabla 56

Familias de la tienda San Borja 2

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
019 SAN BORJA 2	CALZADO	ZAPATILLA	375,824	469,591	-20%	490,994	-23%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	SANDALIA	95,768	220,664	-57%	238,292	-60%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	BOTIN	51,295	97,879	-48%	105,406	-51%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	REINA	27,694	31,128	-11%	36,564	-24%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	BOOTIE	21,107	32,396	-35%	34,982	-40%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	ZAPATO	17,592	14,511	21%	15,177	16%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	AQUA	9,531	11,591	-18%	8,322	15%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	BOTA	8,464	18,341	-54%	19,711	-57%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	BALLERINA	5,234	14,478	-64%	14,950	-65%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	PANTUFLA	2,435	6,602	-63%	7,053	-65%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	HAWAIANA	1,505	3,219	-53%	4,430	-66%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	ALPARGATA	605	1,631	-63%	1,161	-48%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



019 SAN BORJA 2	CALZADO	PANTINAS	582	440	32%	84	590%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	ZAPATILLA RUEDA	-116	-76	53%	-79	46%
019 SAN BORJA 2	CALZADO	Total	617,520	922,396	-33%	977,047	-37%

Tabla 57

Familias de la tienda San Borja 2

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
019 SAN BORJA 2	ROPA	POLERA	104,376	139,764	-25%	160,745	-35%
019 SAN BORJA 2	ROPA	POLERON	91,389	148,231	-38%	167,373	-45%
019 SAN BORJA 2	ROPA	PANTALON	66,479	77,703	-14%	118,152	-44%
019 SAN BORJA 2	ROPA	JEANS	30,573	46,618	-34%	56,604	-46%
019 SAN BORJA 2	ROPA	VESTIDO	21,512	40,912	-47%	49,697	-57%
019 SAN BORJA 2	ROPA	OSO	19,276	26,854	-28%	28,011	-31%
019 SAN BORJA 2	ROPA	PARKA	18,157	30,883	-41%	33,443	-46%
019 SAN BORJA 2	ROPA	SWEATER	17,966	32,414	-45%	35,484	-49%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



019 SAN BORJA 2	ROPA	CHAQUETA	17,829	40,690	-56%	46,552	-62%
019 SAN BORJA 2	ROPA	SET BODY	15,817	15,163	4%	16,256	-3%
019 SAN BORJA 2	ROPA	PANTALON BUZO	13,167	26,237	-50%	-	-
019 SAN BORJA 2	ROPA	BERMUDA	11,607	28,127	-59%	35,191	-67%
019 SAN BORJA 2	ROPA	CAMISA	11,342	17,492	-35%	22,237	-49%
019 SAN BORJA 2	ROPA	JARDINERA	11,045	10,586	4%	9,551	16%
019 SAN BORJA 2	ROPA	PATA	9,657	13,446	-28%	15,204	-36%
019 SAN BORJA 2	ROPA	SHORT	9,571	13,621	-30%	18,336	-48%
019 SAN BORJA 2	ROPA	CHALECO	7,873	19,918	-60%	22,450	-65%
019 SAN BORJA 2	ROPA	TRAJE DE BAÑO	6,902	10,007	-31%	9,801	-30%
019 SAN BORJA 2	ROPA	CLEMENTE	6,728	12,452	-46%	12,392	-46%
019 SAN BORJA 2	ROPA	SET POLERON/BODY	6,692	5,750	16%	6,184	8%
019 SAN BORJA 2	ROPA	ENTERO	6,615	15,399	-57%	19,039	-65%
019 SAN BORJA 2	ROPA	CORTA VIENTO	3,880	7,102	-45%	7,439	-48%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



019 SAN	ROPA	FALDA	2,377	3,897	-39%	4,180	-43%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	JEGGINS	2,269	3,918	-42%	5,039	-55%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	BLUSA	1,896	4,243	-55%	4,471	-58%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	SET	1,551	1,905	-19%	1,687	-8%
		BORJA 2					
		POLERON/PANTALON					
019 SAN	ROPA	BIKINI	1,145	2,824	-59%	2,838	-60%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	CONJUNTO	777	1,457	-47%	1,652	-53%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	TANKINI	635	1,016	-38%	715	-11%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	BOTELLA	-	-	0%	0	0%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	SET	-	0	0%	82	-100%
		BORJA 2					
019 SAN	ROPA	CONJUNTO	-	655	-	709	-100%
		BORJA 2					
		BODY/PANTALON					100%
019 SAN	ROPA	PONCHO	-	256	-	265	-100%
		BORJA 2					
							100%
019 SAN	ROPA	Total	519,101	799,538	-35%	911,779	-43%
		BORJA 2					

Tabla 58

Familias de la tienda San Borja 2

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
019 SAN BORJA 2	Accesorio	PIJAMA	24,754	47,712	-48%	53,968	-54%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	CALCETIN 3/4	19,143	23,935	-20%	26,489	-28%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	CALCETIN DEPORTIVO	19,062	21,897	-13%	23,529	-19%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	CALZON	12,582	15,001	-16%	16,520	-24%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	CALCETIN TRAINEE	10,493	12,617	-17%	13,672	-23%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	INDIVIDUAL	9,610	0	0%	0	0%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	BOXER	8,588	9,611	-11%	10,220	-16%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	JOCKEY	5,582	11,532	-52%	15,030	-63%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	BABERO	5,153	5,870	-12%	5,990	-14%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	BALLERINA	4,686	6,141	-24%	6,713	-30%
019 SAN BORJA 2	Accesorio	COLONIA	4,421	0	0%	0	0%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



019 SAN	Accesorio	SOMBRERO	3,812	5,756	-34%	6,753	-44%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	ANTEOJOS	3,514	5,447	-35%	8,567	-59%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	MANTA	3,200	4,137	-23%	4,568	-30%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	GORRO	3,117	7,241	-57%	7,848	-60%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	RELOJ	3,062	9,112	-66%	11,310	-73%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	PORTA BEBE	2,828	3,224	-12%	2,909	-3%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	BODY	2,547	2,085	22%	2,082	22%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	CALZONCILLO	2,351	2,543	-8%	2,728	-14%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	JUGUETE	2,326	3,771	-38%	3,905	-40%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	CAMISETA	2,081	2,245	-7%	2,422	-14%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	PANTY -	2,039	1,878	9%	1,852	10%
BORJA 2		BALLERINA					
019 SAN	Accesorio	SLIP	1,692	1,213	39%	1,290	31%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	PAÑAL	1,676	2,193	-24%	2,026	-17%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	CINTURON	1,108	2,383	-54%	2,987	-63%
BORJA 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



019 SAN	Accesorio	CAJA CALCETINES	1,048	3,531	-70%	3,682	-72%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	CALCETIN	974	1,979	-51%	1,904	-49%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	SUSPENSOR	569	1,611	-65%	1,740	-67%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	CUELLO	487	1,068	-54%	1,096	-56%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	PETO	317	372	-15%	410	-23%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	SET DE TUTOS	283	169	68%	195	45%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	TOALLA	244	1,066	-77%	1,270	-81%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	SACO DE DORMIR	243	143	70%	156	57%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	NIDO	186	0	0%	0	0%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	MOCHILA	169	2,741	-94%	2,927	-94%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	CALCETIN LARGO	159	521	-69%	564	-72%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	MITON	135	365	-63%	423	-68%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	CHAMBRITA	110	59	86%	65	68%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	SET	17	76	-78%	81	-79%
BORJA 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



019 SAN	Accesorio	CEPILLO	0	1,266	-	2,060	-
BORJA 2					100		100
					%		%
019 SAN	Accesorio	PILUCHO	0	418	-	453	-
BORJA 2					100		100
					%		%
019 SAN	Accesorio	PAÑUELO	0	0	0%	0	0%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	SET	0	474	-	517	-
BORJA 2		GORROS/GUANTE			100		100
		S			%		%
019 SAN	Accesorio	BOTELLA	0	0	0%	0	0%
BORJA 2							
019 SAN	Accesorio	SIN FAMILIA	0	-4	-	-4	-
BORJA 2					100		100
					%		%
019 SAN	Accesorio	BOINA	0	29	-	29	-
BORJA 2					100		100
					%		%
019 SAN	Accesorio	MASCARILLA	0	959	-	1,468	-
BORJA 2					100		100
					%		%
019 SAN	Accesorio	CINTILLO	0	88	-	94	-
BORJA 2					100		100
					%		%
019 SAN	Accesorio	GUANTE	0	227	-	250	-
BORJA 2					100		100
					%		%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



019 SAN	Accesorio	BANANO	-25	0	0%	0	0%
BORJA 2							
Total			164,34	224,70	-27%	252,75	-35%
ACCESORI OS			3	4		9	

Tabla 59

Familias de la tienda San Miguel

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
021 SAN MIGUEL	Calzado	ZAPATILLA	356,099	402,559	-12%	434,700	-18%
021 SAN MIGUEL	Calzado	SANDALIA	74,340	194,882	-62%	221,991	-67%
021 SAN MIGUEL	Calzado	BOTIN	53,292	83,804	-36%	90,766	-41%
021 SAN MIGUEL	Calzado	REINA	27,677	31,891	-13%	37,231	-26%
021 SAN MIGUEL	Calzado	BOOTIE	18,644	25,624	-27%	27,781	-33%
021 SAN MIGUEL	Calzado	ZAPATO	15,237	17,726	-14%	17,815	-14%
021 SAN MIGUEL	Calzado	AQUA	7,348	9,983	-26%	6,640	11%
021 SAN MIGUEL	Calzado	BOTA	5,491	16,134	-66%	17,514	-69%
021 SAN MIGUEL	Calzado	BALLERINA	5,180	11,003	-53%	12,273	-58%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



021 SAN MIGUEL	Calzado	PANTUFLA	1,570	3,981	-61%	4,183	-62%
021 SAN MIGUEL	Calzado	HAWAIANA	1,167	2,190	-47%	3,252	-64%
021 SAN MIGUEL	Calzado	ALPARGATA	958	1,610	-40%	1,563	-39%
021 SAN MIGUEL	Calzado	PANTINAS	755	772	-2%	169	347%
Total			567,759	802,160	-29%	875,880	-35%
CALZADO							

Tabla 60

Familias de la tienda San Miguel

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
021 SAN MIGUEL	Ropa	POLERON	52,925	70,134	-25%	77,885	-32%
021 SAN MIGUEL	Ropa	POLERA	47,249	51,682	-9%	63,064	-25%
021 SAN MIGUEL	Ropa	PANTALON	39,633	39,519	0%	54,712	-28%
021 SAN MIGUEL	Ropa	JEANS	20,045	24,395	-18%	38,279	-48%
021 SAN MIGUEL	Ropa	SWEATER	10,397	16,320	-36%	17,676	-41%
021 SAN MIGUEL	Ropa	CHAQUETA	9,869	33,059	-70%	36,731	-73%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



021 SAN MIGUEL	Ropa	VESTIDO	9,095	13,468	-32%	17,802	-49%
021 SAN MIGUEL	Ropa	JARDINERA	8,444	3,867	118%	4,756	78%
021 SAN MIGUEL	Ropa	OSO	7,721	11,594	-33%	12,192	-37%
021 SAN MIGUEL	Ropa	CAMISA	7,588	6,790	12%	10,900	-30%
021 SAN MIGUEL	Ropa	PARKA	7,548	19,310	-61%	20,710	-64%
021 SAN MIGUEL	Ropa	PANTALON BUZO	6,540	9,156	-29%	0	-
021 SAN MIGUEL	Ropa	BERMUDA	5,370	13,090	-59%	14,258	-62%
021 SAN MIGUEL	Ropa	SET BODY	5,102	6,099	-16%	7,311	-30%
021 SAN MIGUEL	Ropa	CHALECO	4,939	8,753	-44%	10,097	-51%
021 SAN MIGUEL	Ropa	PATA	4,012	3,687	9%	4,579	-12%
021 SAN MIGUEL	Ropa	TRAJE DE BAÑO	3,756	4,001	-6%	4,087	-8%
021 SAN MIGUEL	Ropa	CLEMENTE	3,588	2,373	51%	3,160	14%
021 SAN MIGUEL	Ropa	SHORT	3,445	3,350	3%	5,335	-35%
021 SAN MIGUEL	Ropa	CORTA VIENTO	3,280	0	0%	0	0%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



021 SAN MIGUEL	Ropa	ENTERO	2,680	4,731	-43%	8,272	-68%
021 SAN MIGUEL	Ropa	SET POLERON/BODY	2,035	3,027	-33%	3,177	-36%
021 SAN MIGUEL	Ropa	FALDA	1,804	1,813	0%	2,527	-29%
021 SAN MIGUEL	Ropa	JEGGINS	1,109	3,186	-65%	3,625	-69%
021 SAN MIGUEL	Ropa	BLUSA	532	1,619	-67%	2,096	-75%
021 SAN MIGUEL	Ropa	BIKINI	456	539	-15%	341	34%
021 SAN MIGUEL	Ropa	CONJUNTO	389	403	-3%	426	-9%
021 SAN MIGUEL	Ropa	TANKINI	356	498	-29%	353	1%
021 SAN MIGUEL	Ropa	PONCHO	165	420	-61%	350	-53%
021 SAN MIGUEL	Ropa	SET POLERON/PANTALON	164	0	0%	0	0%
021 SAN MIGUEL	Ropa	CONJUNTO BODY/PANTALON	101	0	0%	0	0%
021 SAN MIGUEL	Ropa	BOTELLA	0	0	0%	0	0%
021 SAN MIGUEL	Ropa	SET	0	494	-	458	-
					100%		100%
021 SAN MIGUEL	Ropa	MOCHILA	0	0	0%	0	0%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



021 SAN	Ropa	ABRIGO	0	2,179	-	2,367	-
MIGUEL					100%		100%
Total			270,339	359,556	-25%	427,527	-37%
ROPA							

Nota: En la tienda 021 SAN MIGUEL, el área de negocio de Ropa ha experimentado una disminución general en las ventas en comparación con el año anterior, mostrando una caída del 25% respecto al mismo período del año anterior y un 37% por debajo del plan establecido. Es esencial revisar estrategias para revitalizar las ventas y mejorar el rendimiento de las diferentes familias de productos.

Tabla 61

Familias de la tienda San Miguel

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
021 SAN	Accesorio	CALCETIN	9,431	9,878	-5%	11,228	-16%
MIGUEL		DEPORTIVO					
021 SAN	Accesorio	CALCETIN 3/4	8,400	10,220	-18%	11,393	-26%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	PIJAMA	6,682	10,730	-38%	13,524	-51%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	CALCETIN	5,571	5,642	-1%	7,000	-20%
MIGUEL		TRAINEE					
021 SAN	Accesorio	CALZON	4,916	6,399	-23%	6,871	-28%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	BOXER	3,139	3,861	-19%	4,660	-33%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	SOMBRERO	2,933	3,008	-2%	3,712	-21%
MIGUEL							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



021 SAN MIGUEL	Accesorio	INDIVIDUAL	2,844	0	0%	0	0%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	COLONIA	2,376	0	0%	0	0%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	JOCKEY	2,232	4,805	-54%	5,132	-57%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	BABERO	2,134	2,575	-17%	2,807	-24%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	BALLERINA	2,057	2,683	-23%	2,836	-27%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	GORRO	1,991	3,187	-38%	3,515	-43%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	ANTEOJOS	1,967	3,118	-37%	3,000	-34%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	PORTA BEBE	1,768	1,946	-9%	1,950	-9%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	RELOJ	1,694	4,334	-61%	4,490	-62%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	JUGUETE	1,670	2,363	-29%	2,346	-29%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	CALZONCILLO	1,648	1,306	26%	1,439	15%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	MANTA	1,584	1,820	-13%	2,020	-22%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	CINTURON	1,057	0	0%	0	0%
021 SAN MIGUEL	Accesorio	MOCHILA	715	625	15%	929	-23%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



021 SAN	Accesorio	PAÑAL	687	574	20%	484	42%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	CAJA	587	1,652	-65%	1,833	-68%
MIGUEL		CALCETINES					
021 SAN	Accesorio	CAMISETA	520	389	34%	416	25%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	CUELLO	389	1,119	-65%	1,223	-68%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	BODY	373	713	-48%	867	-57%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	TOALLA	364	614	-41%	523	-30%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	PANTY -	356	429	-17%	632	-44%
MIGUEL		BALLERINA					
021 SAN	Accesorio	SLIP	330	584	-43%	620	-47%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	CALCETIN	314	617	-49%	611	-49%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	SUSPENSOR	271	628	-57%	807	-66%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	PETO	204	236	-14%	333	-39%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	SACO DE	143	143	0%	152	-6%
MIGUEL		DORMIR					
021 SAN	Accesorio	CALCETIN	101	0	0%	0	0%
MIGUEL		LARGO					
021 SAN	Accesorio	BOLSO	80	160	-50%	174	-54%
MIGUEL							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



021 SAN	Accesorio	SET	42	42	0%	46	-8%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	SET DE TUTOS	34	0	0%	0	0%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	MITON	17	127	-87%	108	-84%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	CHAMBRITA	0	68	-	84	-
MIGUEL					100%		100%
021 SAN	Accesorio	PACK	0	0	0%	0	0%
MIGUEL		HIDRATACION					
021 SAN	Accesorio	MASCARILLA	0	454	-	919	-
MIGUEL					100%		100%
021 SAN	Accesorio	SET GORRO	0	0	0%	-48	-
MIGUEL							100%
021 SAN	Accesorio	CEPILLO	0	532	-	639	-
MIGUEL					100%		100%
021 SAN	Accesorio	CINTILLO	0	30	-	33	-
MIGUEL					100%		100%
021 SAN	Accesorio	SIN FAMILIA	0	0	0%	-5	-
MIGUEL							100%
021 SAN	Accesorio	BOTELLA	0	0	0%	0	0%
MIGUEL							
021 SAN	Accesorio	GUANTE	0	177	-	189	-
MIGUEL					100%		100%
Total			71,622	87,791	-18%	99,493	-28%
ACCESORIOS							

Nota: En la tienda 021 SAN MIGUEL, el área de negocio de Accesorios ha experimentado una disminución del 18% en ventas en comparación con el mismo período del año anterior y está un 28%

por debajo del plan establecido. Es fundamental revisar las estrategias de venta para mejorar el rendimiento de cada familia de productos y potenciar las ventas generales en esta categoría.

Tabla 62

Familias de la tienda Mall del Sur

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
018 MALL DEL SUR	Calzado	ZAPATILLA	364,928	386,354	-6%	426,879	-15%
018 MALL DEL SUR	Calzado	SANDALIA	53,919	163,497	-67%	191,211	-72%
018 MALL DEL SUR	Calzado	BOTIN	40,370	79,140	-49%	85,467	-53%
018 MALL DEL SUR	Calzado	REINA	21,424	28,629	-25%	36,593	-41%
018 MALL DEL SUR	Calzado	ZAPATO	13,017	11,812	10%	12,401	5%
018 MALL DEL SUR	Calzado	BOOTIE	10,415	13,123	-21%	13,535	-23%
018 MALL DEL SUR	Calzado	BOTA	6,565	16,706	-61%	17,381	-62%
018 MALL DEL SUR	Calzado	AQUA	6,312	7,893	-20%	4,043	56%
018 MALL DEL SUR	Calzado	BALLERINA	3,482	5,209	-33%	6,971	-50%
018 MALL DEL SUR	Calzado	HAWAIANA	1,132	1,826	-38%	2,104	-46%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Calzado	PANTINAS	1,110	694	60%	169	557%
018 MALL DEL SUR	Calzado	PANTUFLA	838	2,233	-62%	2,384	-65%
018 MALL DEL SUR	Calzado	ALPARGATA	776	487	59%	353	120%
018 MALL DEL SUR	Calzado	ZAPATILLA RUEDA	59	-6	-1075%	-7	-969%
Total			524,344	717,597	-27%	799,483	-34%
CALZADO							

Nota: En la tienda 018 MALL DEL SUR, el área de negocio de Calzado ha experimentado una disminución del 27% en ventas en comparación con el mismo período del año anterior, y está un 34% por debajo del plan establecido. Es esencial revisar las estrategias de venta para mejorar el rendimiento de cada tipo de calzado y alcanzar los objetivos planteados.

Tabla 63

Familias de la tienda Mall del Sur

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
018 MALL DEL SUR	Ropa	POLERON	52,925	70,134	-25%	77,885	-32%
018 MALL DEL SUR	Ropa	POLERA	47,249	51,682	-9%	63,064	-25%
018 MALL DEL SUR	Ropa	PANTALON	39,633	39,519	0%	54,712	-28%
018 MALL DEL SUR	Ropa	JEANS	20,045	24,395	-18%	38,279	-48%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Ropa	SWEATER	10,397	16,320	-36%	17,676	-41%
018 MALL DEL SUR	Ropa	CHAQUETA	9,869	33,059	-70%	36,731	-73%
018 MALL DEL SUR	Ropa	VESTIDO	9,095	13,468	-32%	17,802	-49%
018 MALL DEL SUR	Ropa	JARDINERA	8,444	3,867	118%	4,756	78%
018 MALL DEL SUR	Ropa	OSO	7,721	11,594	-33%	12,192	-37%
018 MALL DEL SUR	Ropa	CAMISA	7,588	6,790	12%	10,900	-30%
018 MALL DEL SUR	Ropa	PARKA	7,548	19,310	-61%	20,710	-64%
018 MALL DEL SUR	Ropa	PANTALON BUZO	6,540	9,156	-29%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Ropa	BERMUDA	5,370	13,090	-59%	14,258	-62%
018 MALL DEL SUR	Ropa	SET BODY	5,102	6,099	-16%	7,311	-30%
018 MALL DEL SUR	Ropa	CHALECO	4,939	8,753	-44%	10,097	-51%
018 MALL DEL SUR	Ropa	PATA	4,012	3,687	9%	4,579	-12%
018 MALL DEL SUR	Ropa	TRAJE DE BAÑO	3,756	4,001	-6%	4,087	-8%
018 MALL DEL SUR	Ropa	CLEMENTE	3,588	2,373	51%	3,160	14%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Ropa	SHORT	3,445	3,350	3%	5,335	-35%
018 MALL DEL SUR	Ropa	CORTA VIENTO	3,280	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Ropa	ENTERO	2,680	4,731	-43%	8,272	-68%
018 MALL DEL SUR	Ropa	SET POLERON/BODY	2,035	3,027	-33%	3,177	-36%
018 MALL DEL SUR	Ropa	FALDA	1,804	1,813	0%	2,527	-29%
018 MALL DEL SUR	Ropa	JEGGINS	1,109	3,186	-65%	3,625	-69%
018 MALL DEL SUR	Ropa	BLUSA	532	1,619	-67%	2,096	-75%
018 MALL DEL SUR	Ropa	BIKINI	456	539	-15%	341	34%
018 MALL DEL SUR	Ropa	CONJUNTO	389	403	-3%	426	-9%
018 MALL DEL SUR	Ropa	TANKINI	356	498	-29%	353	1%
018 MALL DEL SUR	Ropa	PONCHO	165	420	-61%	350	-53%
018 MALL DEL SUR	Ropa	SET POLERON/PANTALON	164	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Ropa	CONJUNTO BODY/PANTALON	101	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Ropa	BOTELLA	0	0	0%	0	0%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Ropa	SET	494	-100%	458	-100%	N/A
018 MALL DEL SUR	Ropa	MOCHILA	0	0	0%	0	0%
018 MALL DEL SUR	Ropa	ABRIGO	2,179	-100%	2,367	-100%	N/A
Total			270,339	359,556	-25%	427,527	-37%
ROPA							

Nota: En la tienda 018 MALL DEL SUR, el área de negocio de Ropa ha tenido una disminución del 25% en ventas en comparación con el año anterior, y está un 37% por debajo del plan establecido. Se debe considerar una revisión exhaustiva de las estrategias de venta para ajustarse a las demandas y alcanzar los objetivos establecidos.

Tabla 64

Familias de la tienda Mall del Sur

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN DEPORTIVO	9,431	9,878	-5%	11,228	-16%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN 3/4	8,400	10,220	-18%	11,393	-26%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PIJAMA	6,682	10,730	-38%	13,524	-51%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN TRAINEE	5,571	5,642	-1%	7,000	-20%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALZON	4,916	6,399	-23%	6,871	-28%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Accesorio	BOXER	3,139	3,861	-19%	4,660	-33%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SOMBRERO	2,933	3,008	-2%	3,712	-21%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	INDIVIDUAL	2,844	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	COLONIA	2,376	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	JOCKEY	2,232	4,805	-54%	5,132	-57%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BABERO	2,134	2,575	-17%	2,807	-24%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BALLERINA	2,057	2,683	-23%	2,836	-27%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	GORRO	1,991	3,187	-38%	3,515	-43%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	ANTEOJOS	1,967	3,118	-37%	3,000	-34%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PORTA BEBE	1,768	1,946	-9%	1,950	-9%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	RELOJ	1,694	4,334	-61%	4,490	-62%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	JUGUETE	1,670	2,363	-29%	2,346	-29%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALZONCILLO	1,648	1,306	26%	1,439	15%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MANTA	1,584	1,820	-13%	2,020	-22%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Accesorio	CINTURON	1,057	0	0%	0	0%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MOCHILA	715	625	15%	929	-23%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PAÑAL	687	574	20%	484	42%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CAJA CALCETINES	587	1,652	-65%	1,833	-68%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CAMISETA	520	389	34%	416	25%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CUELLO	389	1,119	-65%	1,223	-68%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BODY	373	713	-48%	867	-57%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	TOALLA	364	614	-41%	523	-30%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PANTY - BALLERINA	356	429	-17%	632	-44%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SLIP	330	584	-43%	620	-47%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN	314	617	-49%	611	-49%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SUSPENSOR	271	628	-57%	807	-66%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PETO	204	236	-14%	333	-39%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SACO DE DORMIR	143	143	0%	152	-6%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN LARGO	101	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BOLSO	80	160	-50%	174	-54%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SET	42	42	0%	46	-8%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SET DE TUTOS	34	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MITON	17	127	-87%	108	-84%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CHAMBRITA	0	68	-	84	-
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PACK HIDRATACION	0	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MASCARILLA	0	454	-	919	-
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SET GORRO	0	0	0%	-48	-
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CEPILLO	0	532	-	639	-
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CINTILLO	0	30	-	33	-
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SIN FAMILIA	0	-5	-	-5	-
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BOTELLA	0	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	GUANTE	0	177	-	189	-

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Total	71,622	87,791	-18%	99,493	-28%
-------	--------	--------	------	--------	------

ACCESORIOS

Nota: En la tienda 018 MALL DEL SUR, el área de negocio de Accesorios ha experimentado una disminución del 18% en las ventas en comparación con el año anterior, estando un 28% por debajo del plan establecido. Se sugiere revisar las estrategias de marketing y ventas para mejorar el rendimiento y cumplir con los objetivos establecidos.

Tabla 65

Familias de la tienda Mall del Sur

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN DEPORTIVO	9,431	9,878	-5%	11,228	-16%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN 3/4	8,400	10,220	-18%	11,393	-26%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PIJAMA	6,682	10,730	-38%	13,524	-51%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN TRAINEE	5,571	5,642	-1%	7,000	-20%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALZON	4,916	6,399	-23%	6,871	-28%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BOXER	3,139	3,861	-19%	4,660	-33%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SOMBRERO	2,933	3,008	-2%	3,712	-21%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	INDIVIDUAL	2,844	0	0%	0	N/A

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Accesorio	COLONIA	2,376	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	JOCKEY	2,232	4,805	-54%	5,132	-57%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BABERO	2,134	2,575	-17%	2,807	-24%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BALLERINA	2,057	2,683	-23%	2,836	-27%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	GORRO	1,991	3,187	-38%	3,515	-43%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	ANTEOJOS	1,967	3,118	-37%	3,000	-34%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PORTA BEBE	1,768	1,946	-9%	1,950	-9%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	RELOJ	1,694	4,334	-61%	4,490	-62%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	JUGUETE	1,670	2,363	-29%	2,346	-29%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALZONCILLO	1,648	1,306	26%	1,439	15%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MANTA	1,584	1,820	-13%	2,020	-22%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CINTURON	1,057	0	0%	0	0%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MOCHILA	715	625	15%	929	-23%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PAÑAL	687	574	20%	484	42%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Accesorio	CAJA CALCETINES	587	1,652	-65%	1,833	-68%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CAMISETA	520	389	34%	416	25%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CUELLO	389	1,119	-65%	1,223	-68%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BODY	373	713	-48%	867	-57%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	TOALLA	364	614	-41%	523	-30%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PANTY - BALLERINA	356	429	-17%	632	-44%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SLIP	330	584	-43%	620	-47%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN	314	617	-49%	611	-49%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SUSPENSOR	271	628	-57%	807	-66%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PETO	204	236	-14%	333	-39%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SACO DE DORMIR	143	143	0%	152	-6%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CALCETIN LARGO	101	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BOLSO	80	160	-50%	174	-54%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SET	42	42	0%	46	-8%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



018 MALL DEL SUR	Accesorio	SET DE TUTOS	34	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MITON	17	127	-87%	108	-84%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CHAMBRITA	0	68	-	84	-
					100%		100%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	PACK	0	0	0%	0	N/A
		HIDRATACION					
018 MALL DEL SUR	Accesorio	MASCARILLA	0	454	-	919	-
					100%		100%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SET GORRO	0	0	0%	-48	-
							100%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CEPILLO	0	532	-	639	-
					100%		100%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	CINTILLO	0	30	-	33	-
					100%		100%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	SIN FAMILIA	0	-5	-	-5	-
					100%		100%
018 MALL DEL SUR	Accesorio	BOTELLA	0	0	0%	0	N/A
018 MALL DEL SUR	Accesorio	GUANTE	0	177	-	189	-
					100%		100%
Total de Accesorios			71,622	87,791	-18%	99,493	-28%

Nota: En la tienda 018 MALL DEL SUR, el área de negocio de Accesorios ha experimentado una disminución del 18% en las ventas en comparación con el año anterior, estando un 28% por debajo del plan establecido. Se sugiere revisar las estrategias de marketing y ventas para mejorar el rendimiento y cumplir con los objetivos establecidos.

Tabla 66

Familias de la tienda cuzco

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
013 CUZCO	Calzado	ZAPATILLA	285,656	281,926	1%	289,152	-1%
013 CUZCO	Calzado	BOTIN	117,043	158,657	-26%	153,335	-24%
013 CUZCO	Calzado	BOOTIE	33,956	43,544	-22%	47,256	-28%
013 CUZCO	Calzado	REINA	19,689	20,537	-4%	26,058	-24%
013 CUZCO	Calzado	BOTA	16,922	21,598	-22%	24,922	-32%
013 CUZCO	Calzado	ZAPATO	15,061	7,016	115%	7,758	94%
013 CUZCO	Calzado	SANDALIA	4,731	3,898	21%	7,106	-33%
013 CUZCO	Calzado	BALLERINA	3,107	1,667	86%	2,961	5%
013 CUZCO	Calzado	PANTUFLA	1,531	2,674	-43%	2,883	-47%
013 CUZCO	Calzado	ZAPATILLA	382		0%		
		RUEDA					
013 CUZCO	Calzado	AQUA	240	-100%	256	-100%	
013 CUZCO	Calzado	ALPARGATA	122	-100%	232	-100%	
013 CUZCO	Calzado	HAWAIANA	0	0%	0	0	0%
Total			498,078	541,877	-8%	561,920	-11%
CALZADO							

Nota: Los valores indicados muestran el rendimiento de ventas en la tienda 013 CUZCO, en el área de negocio de calzado, para las distintas categorías de productos específicos.

Tabla 67

Familias de la tienda cuzco

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
013	Ropa	POLERON	62,754	70,426	-11%	77,964	-20%
CUZCO							
013	Ropa	PANTALON	48,808	43,187	13%	54,414	-10%
CUZCO							
013	Ropa	CHAQUETA	31,574	32,866	-4%	33,979	-7%
CUZCO							
013	Ropa	SWEATER	28,449	25,766	10%	27,534	3%
CUZCO							
013	Ropa	POLERA	26,874	27,113	-1%	30,775	-13%
CUZCO							
013	Ropa	JEANS	24,425	33,603	-27%	45,552	-46%
CUZCO							
013	Ropa	PARKA	16,817	30,858	-46%	32,560	-48%
CUZCO							
013	Ropa	CAMISA	6,701	3,639	84%	4,712	42%
CUZCO							
013	Ropa	VESTIDO	6,398	4,977	29%	6,857	-7%
CUZCO							
013	Ropa	CHALECO	5,928	11,353	-48%	12,144	-51%
CUZCO							
013	Ropa	OSO	5,516	4,691	18%	5,345	3%
CUZCO							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



013	Ropa	SET BODY	4,361	3,126	39%	2,990	46%
		CUZCO					
013	Ropa	CORTA VIENTO	3,155	4,058	-22%	5,492	-43%
		CUZCO					
013	Ropa	PATA	3,116	3,857	-19%	3,872	-20%
		CUZCO					
013	Ropa	PANTALON BUZO	2,901	9,647	-70%		
		CUZCO					
013	Ropa	JARDINERA	2,900	1,950	49%	1,901	53%
		CUZCO					
013	Ropa	JEGGINS	2,367	2,400	-1%	2,651	-11%
		CUZCO					
013	Ropa	SET POLERON/BODY	1,887	2,878	-34%	2,777	-32%
		CUZCO					
013	Ropa	CLEMENTE	1,718	979	75%	1,195	44%
		CUZCO					
013	Ropa	CONJUNTO	527		0%		
		CUZCO					
013	Ropa	ABRIGO	429	6,440	-93%	7,529	-94%
		CUZCO					
013	Ropa	PONCHO	351	173	102%	149	135%
		CUZCO					
013	Ropa	SET	164		0%		
		CUZCO					
013	Ropa	ENTERO	152	69	122%	73	110%
		CUZCO					
013	Ropa	BERMUDA	101	807	-88%	460	-78%
		CUZCO					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



013	Ropa	SHORT	89		0%		
CUZCO							
013	Ropa	BOTELLA			0%	313	-100%
CUZCO							
013	Ropa	SET		1,787	-	2,223	-
CUZCO							
013	Ropa	BLUSA	0	-30	-	226	-
CUZCO							
013	Ropa	MOCHILA			0%	51	-100%
CUZCO							
013	Ropa	TRAJE DE BAÑO	-20	-24	-15%	-24	-16%
CUZCO							
Total			288,441	326,597	-12%	363,712	-21%
ROPA							

Nota: Los valores indicados muestran el rendimiento de ventas en la tienda 013 CUZCO, en el área de negocio de ropa, para las distintas categorías de productos específicos.

Tabla 68

Familias de la tienda cuzco

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
013 CUZCO	Accesorios	CALCETIN 3/4	15,37	18,82	-18%	21,400	-28%
			3	2			
013 CUZCO	Accesorios	CALZON	7,771	7,883	-1%	7,291	7%
013 CUZCO	Accesorios	CALCETIN DEPORTIVO	7,631	12,73	-40%	13,874	-45%
				0			
013 CUZCO	Accesorios	PIJAMA	6,634	8,176	-19%	8,291	-20%
013 CUZCO	Accesorios	GORRO	6,631	6,015	10%	6,301	5%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



013 CUZCO	Accesorios	BOXER	5,337	6,762	-21%	6,583	-19%
013 CUZCO	Accesorios	BALLERINA	4,739	2,492	90%	2,594	83%
013 CUZCO	Accesorios	INDIVIDUAL	2,718		0%		
013 CUZCO	Accesorios	CALCETIN TRAINEE	2,583	4,007	-36%	4,469	-42%
013 CUZCO	Accesorios	MANTA	2,253	1,373	64%	1,549	45%
013 CUZCO	Accesorios	BABERO	2,211	2,200	1%	2,385	-7%
013 CUZCO	Accesorios	SOMBRERO	1,499	2,998	-50%	3,626	-59%
013 CUZCO	Accesorios	JUGUETE	1,408	1,123	25%	1,150	22%
013 CUZCO	Accesorios	RELOJ	1,381	3,630	-62%	3,752	-63%
013 CUZCO	Accesorios	CUELLO	1,372	991	38%	980	40%
013 CUZCO	Accesorios	CALZONCILLO	1,352	1,170	16%	1,590	-15%
013 CUZCO	Accesorios	JOCKEY	1,293	1,526	-15%	2,078	-38%
013 CUZCO	Accesorios	CAJA CALCETINES	1,201	2,729	-56%	2,553	-53%
013 CUZCO	Accesorios	COLONIA	829		0%		
013 CUZCO	Accesorios	PANTY - BALLERINA	702		0%		
013 CUZCO	Accesorios	CINTURON	609		0%		
013 CUZCO	Accesorios	CALCETIN LARGO	514		0%		
013 CUZCO	Accesorios	SLIP	486	558	-13%	600	-19%
013 CUZCO	Accesorios	CHAMBRITA	471	59	695%	64	630%
013 CUZCO	Accesorios	SUSPENSOR	348	648	-46%	639	-46%
013 CUZCO	Accesorios	SET GORRO	305	68	350%	74	314%
013 CUZCO	Accesorios	GUANTE	244	21	1047%	23	953%
					%		
013 CUZCO	Accesorios	CALCETIN	220	987	-78%	901	-76%
013 CUZCO	Accesorios	ANTEOJOS	202	2,396	-92%	2,361	-91%
013 CUZCO	Accesorios	PETO	176	178	-1%	249	-29%
013 CUZCO	Accesorios	MOCHILA	169	258	-35%	305	-45%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



013 CUZCO	Accesorios	SET	59	338	-82%	246	-76%
		GORROS/GUANTE					
		S					
013 CUZCO	Accesorios	PAÑAL	51	296	-83%	402	-87%
013 CUZCO	Accesorios	MASCARILLA	44	1,199	-96%	1,609	-97%
013 CUZCO	Accesorios	MITON	34		0%		
013 CUZCO	Accesorios	CAMISETA		338	-100%	365	-
							100%
013 CUZCO	Accesorios	CEPILLO		892	-100%	1,396	-
							100%
013 CUZCO	Accesorios	PORTA BEBE		733	-100%	490	-
							100%
013 CUZCO	Accesorios	PACK			0%	365	-
		HIDRATACION					100%
013 CUZCO	Accesorios	BOTELLA			0%	150	-
							100%
013 CUZCO	Accesorios	CINTILLO	-18		0%		
Total			78,83	93,59	-16%	100,70	-22%
ACCESORIOS			0	5		5	

Nota: La tabla proporciona detalles sobre el rendimiento de ventas en la tienda 013 CUZCO, en el área de negocio de accesorios, para diversas categorías de productos específicos. Los valores representan las ventas en unidades (Vta EA), la diferencia porcentual entre ventas actuales y ventas anteriores (Vta AA), así como el rendimiento respecto al plan establecido.

Tabla 69

Familias de la tienda Arequipa 2

TIENDAS	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
---------	-----------------	---------	--------	--------	------------	----------	--------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Calzado	ZAPATILLA	277,852	347,210	-20%	378,840	-27%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	BOTIN	47,040	119,299	-61%	124,713	-62%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	SANDALIA	29,949	75,885	-61%	90,158	-67%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	REINA	26,113	30,717	-15%	35,439	-26%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	BOOTIE	16,673	19,716	-15%	21,166	-21%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	BOTA	14,393	17,038	-16%	16,450	-13%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	ZAPATO	12,133	9,754	24%	10,776	13%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	BALLERINA	2,987	5,400	-45%	6,849	-56%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	AQUA	2,658	4,076	-35%	2,599	2%
AREQUIPA							
2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Calzado	PANTUFLA	1,184	3,702	-68%	3,847	-69%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	PANTINAS	325	339	-4%	84	285%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	HAWAIANA	148	1,339	-89%	2,264	-93%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	ALPARGATA	102	592	-83%	688	-85%
AREQUIPA							
2							
026	Calzado	ZAPATILLA		-73	-100%	-79	-100%
AREQUIPA							
RUEDA							
2							
Total			431,555	634,992	-32%	693,794	-38%
CALZADO							

Nota: La tabla detalla el rendimiento de las ventas en la tienda 026 AREQUIPA 2, dentro del área de negocio de calzado, para distintas categorías de productos específicos. Los valores representan las ventas en unidades (Vta EA), la diferencia porcentual entre las ventas actuales y las ventas anteriores (Vta AA), así como el rendimiento en comparación con el plan establecido.

Tabla 70

Familias de la tienda Arequipa 2

Tiendas	Área de negocio	Familia	Vta ea	Vta aa	%vta vs aa	Vta plan	%vta vs plan
---------	-----------------	---------	--------	--------	------------	----------	--------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Ropa	Poleron	66,653	125,240	-47%	136,601	-51%
arequipa							
2							
026	Ropa	Pantalon	48,545	65,813	-26%	96,490	-50%
arequipa							
2							
026	Ropa	Polera	41,402	77,020	-46%	94,258	-56%
arequipa							
2							
026	Ropa	Jeans	27,794	45,946	-40%	57,953	-52%
arequipa							
2							
026	Ropa	Chaqueta	24,868	48,922	-49%	57,133	-56%
arequipa							
2							
026	Ropa	Sweater	19,524	29,661	-34%	31,795	-39%
arequipa							
2							
026	Ropa	Parka	15,280	25,530	-40%	27,505	-44%
arequipa							
2							
026	Ropa	Vestido	11,236	19,154	-41%	24,056	-53%
arequipa							
2							
026	Ropa	Chaleco	7,915	18,431	-57%	21,629	-63%
arequipa							
2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Ropa	Camisa	7,669	10,482	-27%	13,356	-43%
arequipa							
2							
026	Ropa	Oso	6,761	11,325	-40%	12,195	-45%
arequipa							
2							
026	Ropa	Pantalón buzo	6,568	20,219	-68%		
arequipa							
2							
026	Ropa	Jardinera	4,257	3,797	12%	4,663	-9%
arequipa							
2							
026	Ropa	Set body	3,949	8,256	-52%	9,327	-58%
arequipa							
2							
026	Ropa	Traje de baño	3,783	9,787	-61%	9,599	-61%
arequipa							
2							
026	Ropa	Corta viento	3,728	5,197	-28%	6,707	-44%
arequipa							
2							
026	Ropa	Jeggins	3,324	4,940	-33%	5,485	-39%
arequipa							
2							
026	Ropa	Pata	3,268	7,210	-55%	9,040	-64%
arequipa							
2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Ropa	Set poleron/body	2,450	3,433	-29%	2,713	-10%
arequipa							
2							
026	Ropa	Bermuda	2,227	8,190	-73%	11,064	-80%
arequipa							
2							
026	Ropa	Clemente	1,961	3,759	-48%	4,197	-53%
arequipa							
2							
026	Ropa	Entero	1,906	7,944	-76%	10,805	-82%
arequipa							
2							
026	Ropa	Short	1,649	4,131	-60%	5,459	-70%
arequipa							
2							
026	Ropa	Blusa	1,353	4,149	-67%	4,666	-71%
arequipa							
2							
026	Ropa	Bikini	670	924	-27%	789	-15%
arequipa							
2							
026	Ropa	Tankini	610	852	-28%	890	-32%
arequipa							
2							
026	Ropa	Set	490	244	100%	153	220%
arequipa		poleron/pantalón					
2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Ropa	Falda	338	0	0%	306	10%
arequipa							
2							
026	Ropa	Poncho	153	619	-75%	368	-58%
arequipa							
2							
026	Ropa	Conjunto	135	643	-79%	329	-59%
arequipa							
2							
026	Ropa	Set		379	-100%	402	-100%
arequipa							
2							
026	Ropa	Abrigo		5,419	-100%	7,594	-100%
arequipa							
2							
026	Ropa	Botella		30	-100%	33	-100%
arequipa							
2							
026	Ropa	Mochila			0%	0	0%
arequipa							
2							
Total ropa			320,463	577,648	-45%	667,558	-52%

Nota: La tabla detalla el rendimiento de las ventas en la tienda 026 AREQUIPA 2, dentro del área de negocio de ropa, para distintas categorías de productos específicos. Los valores representan las ventas en unidades (Vta EA), la diferencia porcentual entre las ventas actuales y las ventas anteriores (Vta AA), así como el rendimiento en comparación con el plan establecido.

Tabla 71

Familias de la tienda Arequipa 2

TIENDA	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
026	Accesorio	CALCETIN 3/4	11,16	23,29	-52%	25,72	-57%
AREQUIPA	s		6	7		4	
026	Accesorio	CALCETIN	8,240	15,19	-46%	16,39	-50%
AREQUIPA	s	DEPORTIVO		6		6	
026	Accesorio	CALZON	6,255	7,458	-16%	8,936	-30%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	BOXER	6,101	6,916	-12%	8,334	-27%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CALCETIN	5,737	4,978	15%	6,804	-16%
AREQUIPA	s	TRAINEE					
026	Accesorio	GORRO	5,296	5,668	-7%	6,158	-14%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	PIJAMA	4,193	14,14	-70%	17,40	-76%
AREQUIPA	s			5		0	
026	Accesorio	BABERO	3,907	3,647	7%	4,022	-3%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	INDIVIDUAL	3,828	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	SOMBRERO	3,183	5,194	-39%	5,919	-46%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	BALLERINA	2,723	3,393	-20%	3,665	-26%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	RELOJ	2,300	3,950	-42%	4,905	-53%
AREQUIPA	s						

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Accesorio	JUGUETE	2,225	2,797	-20%	2,587	-14%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	JOCKEY	1,888	6,324	-70%	7,791	-76%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CALZONCILLO	1,855	1,839	1%	1,964	-6%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	MANTA	1,732	2,582	-33%	3,240	-47%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	COLONIA	1,341	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CINTURON	1,246	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	ANTEOJOS	1,029	2,755	-63%	3,170	-68%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CAJA CALCETINES	965	1,997	-52%	2,636	-63%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	PORTA BEBE	906	1,360	-33%	1,102	-18%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CAMISETA	862	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	PANTY -	802	-20	-4046%	49	1550%
AREQUIPA	s	BALLERINA					
026	Accesorio	SLIP	708	406	74%	435	63%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	BODY	625	-186	-436%	-170	-467%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CUELLO	584	1,134	-49%	1,198	-51%
AREQUIPA	s						

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Accesorio	PAÑAL	517	448	15%	738	-30%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	SUSPENSOR	438	895	-51%	944	-54%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	SET GORRO	352	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	MOCHILA	253	792	-68%	671	-62%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	NIDO	246	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	PETO	225	177	27%	110	105%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	TOALLA	198	538	-63%	612	-68%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CALCETIN LARGO	189	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	MITON	188	117	61%	176	7%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CALCETIN	122	807	-85%	855	-86%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CHAMBRITA	96	124	-23%	193	-50%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	SET DE TUTOS	71	85	-16%	91	-22%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	SET	19	34	-43%	80	-76%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	GUANTE	17	57	-71%	58	-71%
AREQUIPA	s						

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



026	Accesorio	PACK	0	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s	HIDRATACION					
026	Accesorio	SET	0	237	-100%	257	-100%
AREQUIPA	s	GORROS/GUANTE					
		S					
026	Accesorio	CINTILLO	0	54	-100%	59	-100%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	BOTELLA	0	0	0%	0	0%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	MASCARILLA	0	1,012	-100%	1,653	-100%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	SACO DE DORMIR	0	0	0%	464	-100%
AREQUIPA	s						
026	Accesorio	CEPILLO	0	718	-100%	1,101	-100%
AREQUIPA	s						
Total				82,62	120,92	-32%	140,32
ACCESORIO				8	4		4
S							

Nota: La tienda 026 en Arequipa para el área de negocio de Accesorios refleja un descenso generalizado en las ventas en comparación con el año anterior y el plan establecido. Se observan disminuciones significativas en múltiples productos, lo que indica posibles áreas de mejora en estrategias de comercialización y gestión de inventario para recuperar ventas y alcanzar los objetivos establecidos.

Tabla 72

Familias de la tienda Mega Plaza

TIENDA	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
--------	-----------------	---------	--------	--------	------------	----------	--------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Calzado	ZAPATILLA	237,388	52,048	356%	252,754	-6%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	SANDALIA	41,495	73,595	-44%	135,563	-69%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	BOTIN	25,053	0	0%	52,967	-53%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	REINA	14,663	5,199	182%	21,272	-31%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	ZAPATO	10,008	1,384	623%	7,645	31%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	AQUA	4,911	3,762	31%	3,025	62%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	BOOTIE	3,624	0	0%	15,802	-77%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	BALLERINA	1,546	2,216	-30%	4,580	-66%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	BOTA	1,387	0	0%	7,319	-81%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	PANTUFLA	1,337	260	415%	1,930	-31%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	PANTINAS	662	0	0%	0	0%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	HAWAIANA	586	59	889%	1,897	-69%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	ALPARGATA	333	951	-65%	948	-65%
MEGAPLAZA							
020	Calzado	ZAPATILLA	0	0	0%	-60	-100%
MEGAPLAZA							
		RUEDA					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



Total	342,994	139,473	146%	505,639
-------	---------	---------	------	---------

CALZADO

Nota: La tienda 020 en Megaplaza presenta un comportamiento mixto en la sección de calzado.

Mientras algunas categorías como "ZAPATILLA" han tenido un aumento significativo en las ventas en comparación con el año anterior, otras como "SANDALIA" y "BOTIN" experimentaron una disminución considerable. Este panorama indica una necesidad de ajustes en el inventario y en las estrategias de marketing para potenciar las ventas de ciertos productos y reevaluar aquellos con un rendimiento bajo para alcanzar las metas establecidas.

Tabla 73

Familias de la tienda Mega Plaza

TIENDA	ÁREA DE NEGOCI O	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
020	Ropa	POLERA	34,95	11,342	208%	44,85	-22%
MEGAPLAZ			5			0	
A							
020	Ropa	POLERON	33,26	7,629	336%	55,03	-40%
MEGAPLAZ			0			3	
A							
020	Ropa	PANTALON	23,74	2,431	876%	39,17	-39%
MEGAPLAZ			0			0	
A							
020	Ropa	JEANS	16,70	5,574	200%	22,97	-27%
MEGAPLAZ			9			0	
A							
020	Ropa	VESTIDO	12,12	8,772	38%	14,80	-18%
MEGAPLAZ			9			6	
A							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Ropa	CHAQUETA	8,735	1,440	506%	18,22	-52%
MEGAPLAZ						7	
A							
020	Ropa	CAMISA	8,019	2,456	227%	7,474	7%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	PARKA	7,322	0	0%	14,56	-50%
MEGAPLAZ						7	
A							
020	Ropa	OSO	5,464	1,940	182%	4,999	9%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	BERMUDA	5,373	7,313	-27%	11,29	-52%
MEGAPLAZ						6	
A							
020	Ropa	SWEATER	5,123	141	3544	11,95	-57%
MEGAPLAZ					%	8	
A							
020	Ropa	SET BODY	4,941	1,898	160%	4,812	3%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	PANTALON BUZO	4,428	2,689	65%	0	0%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	CLEMENTE	3,688	643	473%	1,889	95%
MEGAPLAZ							
A							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Ropa	SHORT	3,667	2,493	47%	4,528	-19%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	TRAJE DE BAÑO	3,419	808	323%	3,161	8%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	ENTERO	3,381	4,111	-18%	6,538	-48%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	CHALECO	2,754	585	371%	6,373	-57%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	JARDINERA	2,752	2,426	13%	4,429	-38%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	CORTA VIENTO	2,505	556	350%	984	155%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	PATA	2,330	894	161%	3,796	-39%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	SET	2,008	0	0%	2,780	-28%
MEGAPLAZ							
POLERON/BODY							
A							
020	Ropa	FALDA	1,149	486	136%	1,552	-26%
MEGAPLAZ							
A							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Ropa	BLUSA	1,075	413	160%	1,500	-28%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	CONJUNTO	565	68	734%	281	101%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	JEGGINS	413	0	0%	1,623	-75%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	BIKINI	393	144	173%	338	16%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	TANKINI	237	388	-39%	138	72%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	SET	213	615	-65%	557	-62%
MEGAPLAZ							
POLERON/PANTALO							
A							
N							
020	Ropa	CONJUNTO	0	0	0%	95	-100%
MEGAPLAZ							
BODY/PANTALON							
A							
020	Ropa	ABRIGO	0	0	0%	-33	-100%
MEGAPLAZ							
A							
020	Ropa	PONCHO	0	0	0%	-26	-100%
MEGAPLAZ							
A							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Ropa	MOCHILA	0	0	0%	0	0%
MEGAPLAZA							
A							
Total ROPA			200,74	68,25	194%	290,66	
			5	5		4	

Nota: La tienda 020 en Megaplaza muestra un rendimiento variado en la sección de ropa. Se destaca un aumento considerable en las ventas de categorías como "PANTALON", "CAMISA" y "SWEATER", mientras que otras como "CHAQUETA", "ENTERO" y "SHORT" han experimentado disminuciones notables. Este análisis indica la necesidad de revisar estrategias de marketing y de inventario para potenciar las ventas en algunos productos y mejorar el rendimiento general de la sección de ropa.

Tabla 74

Familias de la tienda Mega Plaza

TIENDA	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
020	Accesorios	PIJAMA	10,250	1,697	504%	8,756	17%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CALCETIN DEPORTIVO	9,608	1,737	453%	9,766	-2%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CALCETIN 3/4	5,665	327	1630%	13,289	-57%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CALZON	4,585	1,042	340%	5,005	-8%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	COLONIA	3,669	0	0%	0	-
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CALCETIN TRAINEE	3,396	1,705	99%	6,985	-51%
MEGAPLAZA							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Accesorios	BOXER	3,142	640	391%	2,724	15%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	ANTEOJOS	2,286	1,168	96%	2,357	-3%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	GORRO	2,263	42	5251%	4,264	-47%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	BABERO	2,103	781	169%	2,195	-4%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	JOCKEY	1,984	1,663	19%	4,362	-55%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	INDIVIDUAL	1,976	0	0%	0	-474%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	SOMBRERO	1,778	1,739	2%	2,857	-38%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	MANTA	1,369	122	1023%	1,297	6%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	RELOJ	1,093	1,930	-43%	4,264	-74%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	BALLERINA	1,057	0	0%	2,815	-62%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	SUSPENSOR	925	241	284%	379	144%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CALZONCILLO	792	59	1237%	734	8%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	JUGUETE	729	231	215%	1,709	-57%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	MOCHILA	551	276	99%	436	26%
MEGAPLAZA							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Accesorios	PAÑAL	536	305	76%	841	-36%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CUELLO	490	0	0%	607	-19%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CINTURON	452	0	0%	663	-32%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	PORTA BEBE	444	128	247%	331	34%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	TOALLA	411	0	0%	879	-53%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	SLIP	344	59	481%	277	24%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CAMISETA	207	68	205%	494	-58%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	BODY	198	152	30%	341	-42%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CALCETIN	161	295	-46%	839	-81%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CHAMBRITA	150	0	0%	0	93%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	PANTY -	144	68	113%	306	-53%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	BALLERINA	135	0	0%	179	-25%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CALCETIN LARGO	135	0	0%	179	-25%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	MITON	68	51	33%	88	-23%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	SET	42	0	0%	54	-22%
MEGAPLAZA							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



020	Accesorios	SET	0	0	0%	208	-100%
MEGAPLAZA		GORROS/GUANTES					
020	Accesorios	SIN FAMILIA	0	0	0%	-5	-100%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CEPILLO	0	391	-100%	351	-100%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CAJA CALCETINES	0	152	-100%	862	-100%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	CINTILLO	0	0	0%	30	-100%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	SET DE TUTOS	0	42	-100%	19	-100%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	PETO	0	0	0%	349	-100%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	MASCARILLA	0	0	0%	448	-100%
MEGAPLAZA							
020	Accesorios	GUANTE	-17	0	0%	70	-124%
MEGAPLAZA							
Total				62,985	17,113	268%	82,421
ACCESORIOS							

Nota: La sección de accesorios en la tienda 020 de Megaplaza muestra una mezcla de resultados en sus ventas. Se destacan aumentos significativos en ventas para artículos como "PIJAMA", "CALCETIN DEPORTIVO" y "CALCETIN 3/4", aunque otros como "RELOJ", "BALLERINA" y

"CALCETIN" han experimentado disminuciones sustanciales. Es esencial revisar las estrategias de venta y el stock disponible para mejorar el rendimiento general de esta sección.

Tabla 75

Familias de la tienda El Polo

TIENDA	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
007 EL	Calzado	ZAPATILLA	136,551	169,372	-19%	186,714	-27%
		POLO					
007 EL	Calzado	SANDALIA	30,862	84,941	-64%	97,518	-68%
		POLO					
007 EL	Calzado	BOTIN	11,554	29,648	-61%	32,056	-64%
		POLO					
007 EL	Calzado	BOOTIE	8,431	14,731	-43%	16,003	-47%
		POLO					
007 EL	Calzado	REINA	6,739	11,901	-43%	13,729	-51%
		POLO					
007 EL	Calzado	AQUA	4,817	8,068	-40%	5,127	-6%
		POLO					
007 EL	Calzado	ZAPATO	4,499	5,412	-17%	5,829	-23%
		POLO					
007 EL	Calzado	BOTA	2,432	8,758	-72%	9,476	-74%
		POLO					
007 EL	Calzado	HAWAIANA	1,707	2,578	-34%	3,635	-53%
		POLO					
007 EL	Calzado	BALLERINA	1,593	6,595	-76%	6,462	-75%
		POLO					
007 EL	Calzado	PANTUFLA	1,484	4,016	-63%	4,316	-66%
		POLO					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



007 EL	Calzado	PANTINAS	549	501	10%	-66	-927%
		POLO					
007 EL	Calzado	ALPARGATA	439	1,055	-58%	607	-28%
		POLO					
007 EL	Calzado	ZAPATILLA	-86	0	0%	0	-
		POLO					
		RUEDA					
Total				211,572	347,576	-39%	381,407
		CALZADO					

Nota: La tienda 007 El Polo ha experimentado una disminución general en las ventas de su sección de calzado. La mayoría de los productos muestran caídas significativas, siendo "PANTINAS" la excepción con un valor negativo probablemente erróneo. Esto sugiere la necesidad de revisar estrategias de venta y el inventario para mejorar el rendimiento de esta sección.

Tabla 76

Familias de la tienda El Polo

TIENDA	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
007 EL	Ropa	POLERA	59,566	85,080	-30%	93,827	-37%
		POLO					
007 EL	Ropa	POLERON	48,818	92,358	-47%	99,400	-51%
		POLO					
007 EL	Ropa	PANTALON	45,009	44,371	1%	65,089	-31%
		POLO					
007 EL	Ropa	VESTIDO	16,642	28,297	-41%	32,465	-49%
		POLO					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



007 EL	Ropa	JEANS	16,128	20,911	-23%	25,071	-36%
		POLO					
007 EL	Ropa	SWEATER	12,297	14,623	-16%	16,621	-26%
		POLO					
007 EL	Ropa	CHAQUETA	10,528	21,425	-51%	24,744	-57%
		POLO					
007 EL	Ropa	PARKA	10,039	19,681	-49%	21,374	-53%
		POLO					
007 EL	Ropa	OSO	8,986	13,494	-33%	14,424	-38%
		POLO					
007 EL	Ropa	SET BODY	8,378	6,947	21%	8,685	-4%
		POLO					
007 EL	Ropa	BERMUDA	8,024	18,226	-56%	22,102	-64%
		POLO					
007 EL	Ropa	SHORT	6,641	10,707	-38%	10,507	-37%
		POLO					
007 EL	Ropa	CAMISA	4,854	7,844	-38%	12,067	-60%
		POLO					
007 EL	Ropa	CHALECO	4,678	11,565	-60%	13,404	-65%
		POLO					
007 EL	Ropa	PATA	4,334	8,217	-47%	9,575	-55%
		POLO					
007 EL	Ropa	JEGGINS	3,774	3,166	19%	4,506	-16%
		POLO					
007 EL	Ropa	JARDINERA	3,663	7,214	-49%	6,309	-42%
		POLO					
007 EL	Ropa	CLEMENTE	3,411	4,936	-31%	5,093	-33%
		POLO					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



007 EL	Ropa	CORTA VIENTO	3,196	4,362	-27%	4,332	-26%
		POLO					
007 EL	Ropa	TRAJE DE BAÑO	2,654	11,039	-76%	10,900	-76%
		POLO					
007 EL	Ropa	PANTALON BUZO	2,309	14,764	-84%	-	-
		POLO					
007 EL	Ropa	ENTERO	1,893	11,689	-84%	15,154	-88%
		POLO					
007 EL	Ropa	FALDA	1,617	3,036	-47%	3,452	-53%
		POLO					
007 EL	Ropa	SET POLERON/BODY	1,297	2,142	-39%	2,311	-44%
		POLO					
007 EL	Ropa	SET	877	1,241	-29%	1,037	-15%
		POLO					
		POLERON/PANTALON					
007 EL	Ropa	BLUSA	576	1,192	-52%	1,721	-67%
		POLO					
007 EL	Ropa	TANKINI	288	1,677	-83%	1,192	-76%
		POLO					
007 EL	Ropa	BIKINI	263	1,144	-77%	1,078	-76%
		POLO					
007 EL	Ropa	BOTELLA	20	-	0%	-	-
		POLO					
007 EL	Ropa	CONJUNTO	-	152	-	161	-
		POLO					
		BODY/PANTALON			100%		100%
007 EL	Ropa	PONCHO	-	134	-	140	-
		POLO					
					100%		100%
Total			290,761	471,633	-38%	526,738	-45%
		ROPA					

Nota: En la tienda 007 El Polo, el sector de ropa ha experimentado una disminución en las ventas, especialmente en categorías como "TRAJE DE BAÑO", "ENTERO", "PANTALON BUZO", "CHAQUETA", y "BERMUDA". Estas caídas pueden requerir una revisión de estrategias de

Tabla 77

Familias de la tienda El Polo

TIENDA	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
007 EL POLO	Accesorio	PIJAMA	17,374	22,569	-23%	27,513	-37%
007 EL POLO	Accesorio	CALZON	9,388	13,835	-32%	15,122	-38%
007 EL POLO	Accesorio	CALCETIN 3/4	9,281	16,038	-42%	17,491	-47%
007 EL POLO	Accesorio	CALCETIN DEPORTIVO	8,407	11,152	-25%	12,308	-32%
007 EL POLO	Accesorio	BOXER	5,744	8,915	-36%	9,254	-38%
007 EL POLO	Accesorio	CALCETIN TRAINEE	4,904	8,172	-40%	10,395	-53%
007 EL POLO	Accesorio	INDIVIDUAL	4,127	-	0%	-	-
007 EL POLO	Accesorio	COLONIA	2,746	-	0%	-	-
007 EL POLO	Accesorio	BABERO	2,550	3,026	-16%	3,491	-27%
007 EL POLO	Accesorio	ANTEOJOS	2,537	3,276	-23%	4,066	-38%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



...
007 EL	Accesorio	SET	-	569	-	609	-	-
POLO		GORROS/GUANTES			100%		100%	
007 EL	Accesorio	CINTILLO	-	135	-	147	-	-
POLO					100%		100%	
007 EL	Accesorio	PILUCHO	-	195	-	276	-	-
POLO					100%		100%	
Total	Accesorio	-	90,481	130,662	-31%	152,070	-41%	

Nota: La tabla presenta datos de ventas (Vta) para diferentes artículos de accesorios en la tienda "007 EL POLO" dentro del área de negocio "Accesorio". Los valores indican las ventas en unidades, y los porcentajes (%Vta vs AA y %Vta vs Plan) reflejan la variación en las ventas con respecto al año anterior y al plan establecido, respectivamente.

Tabla 78

Familias de la tienda Puruchuco

TIENDA	ÁREA DE NEGOCIO	FAMILIA	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
025	Calzado	ZAPATILLA	154,071	0	0%	265,660	-42%
PURUCHUCO							
025	Calzado	BOTIN	30,405	0	0%	77,880	-61%
PURUCHUCO							
025	Calzado	SANDALIA	12,964	0	0%	91,252	-86%
PURUCHUCO							
025	Calzado	REINA	12,079	0	0%	22,977	-47%
PURUCHUCO							
025	Calzado	BOOTIE	8,929	0	0%	17,835	-50%
PURUCHUCO							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



025	Calzado	ZAPATO	7,006	0	0%	10,807	-35%
PURUCHUCO							
025	Calzado	BOTA	1,769	0	0%	10,845	-84%
PURUCHUCO							
025	Calzado	BALLERINA	1,064	0	0%	1,511	-30%
PURUCHUCO							
025	Calzado	PANTUFLA	526	0	0%	2,503	-79%
PURUCHUCO							
025	Calzado	AQUA	323	0	0%	2,040	-84%
PURUCHUCO							
025	Calzado	HAWAIANA	171	0	0%	789	-78%
PURUCHUCO							
025	Calzado	PANTINAS	0	0	0%	0	0%
PURUCHUCO							
025	Calzado	ALPARGATA	-	0	0%	309	-100%
PURUCHUCO							
025	Calzado	ZAPATILLA	-40	0	0%	1,686	-102%
PURUCHUCO							
		RUEDA					
Total	Calzado	-	229,267	0	0%	506,094	-55%

Nota: La tabla muestra datos de ventas (Vta) para diferentes tipos de calzado en la tienda "025 PURUCHUCO" dentro del área de negocio "Calzado". Los valores indican las ventas en unidades. Los porcentajes (%Vta vs AA y %Vta vs Plan) representan la variación en las ventas con respecto al año anterior y al plan establecido, respectivamente.

Tabla 79

Familias de la tienda Puruchuco

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
--------	--------------------	---------	--------	-----------	---------------	-------------	-----------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



025	Ropa	POLERON	28,689	0	0%	61,284	-53%
PURUCHUCO							
025	Ropa	POLERA	25,481	0	0%	48,549	-48%
PURUCHUCO							
025	Ropa	PANTALON	18,978	0	0%	41,242	-54%
PURUCHUCO							
025	Ropa	JEANS	13,687	0	0%	31,439	-56%
PURUCHUCO							
025	Ropa	SWEATER	6,988	0	0%	20,424	-66%
PURUCHUCO							
025	Ropa	ABRIGO	-	0	0%	1,036	-100%
PURUCHUCO							
025	Ropa	MOCHILA	-	0	0%	0	-
PURUCHUCO							
025	Ropa	PONCHO	-62	0	0%	340	-118%
PURUCHUCO							
Total ROPA	-	-	148,047	0	0%	301,375	-51%

Nota: Esta tabla organiza la información por tienda, área de negocio, familia de productos y las ventas actuales, las ventas del año anterior, el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las del año anterior, las ventas planificadas y el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las planificadas en la categoría de ropa para la tienda 025 PURUCHUCO.

Tabla 80

Familias de la tienda Puruchuco

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
025	Accesorio	CALCETIN	7,511	0	0%	8,977	-16%
PURUCHUCO		DEPORTIVO					

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



025	Accesorio	PIJAMA	4,838	0	0%	8,269	-41%
PURUCHUCO							
025	Accesorio	CALCETIN 3/4	4,657	0	0%	10,419	-55%
PURUCHUCO							
025	Accesorio	CALZON	2,276	0	0%	4,189	-46%
PURUCHUCO							
025	Accesorio	BOXER	1,743	0	0%	2,829	-38%
PURUCHUCO							
025	Accesorio	PACK	-	0	0%	0	0%
PURUCHUCO							
025	Accesorio	MASCARILLA	-	0	0%	587	-100%
PURUCHUCO							
025	Accesorio	GUANTE	-	0	0%	73	-100%
PURUCHUCO							
025	Accesorio	CINTILLO	-17	0	0%	37	-145%
PURUCHUCO							
Total Accesorios	-	-	37,075	0	0%	64,985	-43%

Nota: La tabla muestra las ventas de diferentes artículos de accesorios en la tienda 025

PURUCHUCO. Detalla las ventas actuales (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las del año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las planificadas (%Vta vs Plan). Se observa una disminución del 43% en las ventas actuales en comparación con las ventas planificadas para la categoría de accesorios.

Tabla 81

Familias de la tienda Santa Anita

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
023 SANTA ANITA 2	Calzado	ZAPATILLA	10,559	316,047	-97%	62,824	-83%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	SANDALIA	4,557	92,514	-95%	44,084	-90%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	BOTIN	2,144	79,480	-97%	1,141	88%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	BOOTIE	808	17,525	-95%	0	-
023 SANTA ANITA 2	Calzado	AQUA	670	2,978	-78%	472	42%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	REINA	551	22,984	-98%	5,431	-90%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	ZAPATO	530	13,084	-96%	1,571	-66%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	BOTA	371	10,650	-97%	11	3319%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	ZAPATILLA RUEDA	127	5,888	-98%	0	-
023 SANTA ANITA 2	Calzado	BALLERINA	55	1,005	-95%	100	-45%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	ALPARGATA	-	284	-100%	304	-100%
023 SANTA ANITA 2	Calzado	PANTUFLA	-	2,408	-100%	194	-100%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



023 SANTA ANITA 2	Calzado	HAWAIANA	-	972	-100%	888	-100%
Total	-	-	20,372	565,819	-96%	117,019	-83%

CALZADO

Nota: Esta tabla muestra las ventas de varios tipos de calzado en la tienda 023 SANTA ANITA 2. Detalla las ventas actuales (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las del año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las planificadas (%Vta vs Plan). Se observa una disminución significativa del 83% en las ventas actuales en comparación con las ventas planificadas para la categoría de calzado en esta tienda específica.

Tabla 82

Familias de la tienda Santa Anita

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
023 SANTA ANITA 2	Ropa	POLERA	4,125	59,022	-93%	15,063	-73%
023 SANTA ANITA 2	Ropa	OSO	1,316	9,018	-85%	2,745	-52%
023 SANTA ANITA 2	Ropa	PANTALON	1,161	41,354	-97%	5,038	-77%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



023	Ropa	SHORT	1,128	4,121	-73%	1,826	-38%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	POLERON	934	63,160	-99%	8,494	-89%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	VESTIDO	642	14,697	-96%	5,818	-89%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	ENTERO	604	3,159	-81%	1,764	-66%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	SET BODY	601	2,911	-79%	0	-
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	CLEMENTE	584	2,047	-71%	307	90%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	BERMUDA	467	12,030	-96%	4,503	-90%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	SWEATER	420	19,420	-98%	857	-51%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	TRAJE DE BAÑO	360	2,280	-84%	1,586	-77%
SANTA ANITA 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



023	Ropa	JEANS	240	25,038	-99%	2,848	-92%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	SET	164	2,555	-94%	0	-
SANTA POLERON/BODY ANITA 2							
023	Ropa	PARKA	160	15,001	-99%	0	-
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	CHALECO	152	6,424	-98%	40	281%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	CONJUNTO	151	284	-47%	319	-53%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	SET	110	470	-77%	0	-
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	PONCHO	74	319	-77%	0	-
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	PATA	63	3,831	-98%	1,176	-95%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	CHAQUETA	51	21,897	-100%	0	-
SANTA ANITA 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



023	Ropa	JEGGINS	38	1,550	-98%	708	-95%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	CONJUNTO BODY/PANTALON	38	0	0%	0	-
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	FALDA	30	362	-92%	41	-25%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	PANTALON BUZO	-	2,666	-100%	0	-
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	CAMISA	-	2,996	-100%	501	-100%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	JARDINERA	-	749	-100%	220	-100%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	CORTA VIENTO	-	455	-100%	0	-
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	BIKINI	-	242	-100%	261	-100%
SANTA ANITA 2							
023	Ropa	BLUSA	-	737	-100%	107	-100%
SANTA ANITA 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



023	Ropa	ABRIGO	-	954	-100%	0	-
SANTA							
ANITA 2							
Total	-	-	13,612	319,748	-96%	54,219	-75%
ROPA							

Nota: Esta tabla detalla las ventas de diferentes tipos de ropa en la tienda 023 SANTAANITA 2.

Muestra las ventas actuales (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las del año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las planificadas (%Vta vs Plan). En esta tienda específica, se observa una disminución del 75% en las ventas actuales en comparación con las ventas planificadas para la categoría de ropa.

Tabla 83

Familias de la tienda Santa Anita

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
023 SANTA	Accesorio	CALCETIN 3/4	546	12,029	-95%	2,089	-74%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	CALCETIN	533	9,367	-94%	2,250	-76%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	PIJAMA	484	9,406	-95%	2,228	-78%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	CALCETIN	409	5,273	-92%	2,627	-84%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	CALZON	391	5,513	-93%	1,710	-77%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	BOXER	351	3,555	-90%	1,317	-73%
ANITA 2							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



023 SANTA	Accesorio	BABERO	275	2,491	-89%	416	-34%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	JUGUETE	140	1,678	-92%	103	36%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	MANTA	88	1,755	-95%	579	-85%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	RELOJ	76	2,521	-97%	379	-80%
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	SLIP	51	398	-87%	0	-
ANITA 2							
023 SANTA	Accesorio	CALZONCILLO	51	1,435	-96%	626	-92%
ANITA 2							
...
023 SANTA	Accesorio	CUELLO	-	1,132	-100%	0	-
ANITA 2							
Total	-	-	3,564	72,788	-95%	20,672	-83%
ACCESORIOS							

Nota: La tabla presenta las ventas de varios accesorios en la tienda 023 SANTA ANITA 2. Detalla las ventas actuales (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las del año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las planificadas (%Vta vs Plan). En esta tienda, se observa una disminución del 83% en las ventas actuales en comparación con las ventas planificadas para la categoría de accesorios.

Tabla 84

Familias de la tienda Cayma Arequipa

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
--------	--------------------	---------	--------	-----------	---------------	----------	-----------------

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



027 CAYMA	Calzado	ZAPATILLA	6,447	-	0%	96,258	-93%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	SANDALIA	2,349	-	0%	43,771	-95%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	REINA	1,218	-	0%	11,200	-89%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	BALLERINA	393	-	0%	2,985	-87%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	ALPARGATA	74	-	0%	378	-80%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	PANTINAS	38	-	0%	68	-44%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	PANTUFLA	-	-	0%	647	-100%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	BOOTIE	-	-	0%	316	-100%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	AQUA	-	-	0%	1,512	-100%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	BOTA	-	-	0%	1,331	-100%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	ZAPATO	-	-	0%	2,397	-100%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	BOTIN	-	-	0%	5,524	-100%
AREQUIPA							
027 CAYMA	Calzado	HAWAIANA	-	-	0%	1,169	-100%
AREQUIPA							
Total CALZADO	-	-	10,521	-	0%	167,556	-94%

Nota: La tabla muestra las ventas de diferentes tipos de calzado en la tienda 027 CAYMA

AREQUIPA. Detalla las ventas actuales (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje

de variación entre las ventas actuales y las del año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las planificadas (%Vta vs Plan). En esta tienda, se observa una disminución del 94% en las ventas actuales en comparación con las ventas planificadas para la categoría de calzado.

Tabla 85

Familias de la tienda Cayma Arequipa

malTienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	POLERON	2,709	-	0%	30,939	-91%
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	POLERA	1,284	-	0%	28,073	-95%
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	PANTALON BUZO	1,254	-	0%	0	-
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	TRAJE DE BAÑO	1,050	-	0%	3,620	-71%
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	JEANS	918	-	0%	19,451	-95%
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	VESTIDO	665	-	0%	9,796	-93%
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	PANTALON	631	-	0%	21,942	-97%
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	JARDINERA	485	-	0%	1,232	-61%
027 CAYMA AREQUIPA	Ropa	CHAQUETA	422	-	0%	11,883	-96%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



027 CAYMA	Ropa	PATA	242	-	0%	2,071	-88%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	OSO	179	-	0%	2,488	-93%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	SWEATER	151	-	0%	2,823	-95%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	SHORT	141	-	0%	3,150	-96%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	CHALECO	121	-	0%	4,726	-97%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	SET	109	-	0%	122	-11%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	SET POLERON/BODY	81	-	0%	845	-90%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	BERMUDA	30	-	0%	4,922	-99%
		AREQUIPA					
027 CAYMA	Ropa	ABRIGO	-	-	0%	1,230	-
		AREQUIPA					100%
027 CAYMA	Ropa	CAMISA	-	-	0%	4,379	-
		AREQUIPA					100%
027 CAYMA	Ropa	CONJUNTO	-	-	0%	51	-
		AREQUIPA					100%
027 CAYMA	Ropa	CLEMENTE	-	-	0%	834	-
		AREQUIPA					100%
027 CAYMA	Ropa	CORTA VIENTO	-	-	0%	870	-
		AREQUIPA					100%
027 CAYMA	Ropa	PONCHO	-	-	0%	110	-
		AREQUIPA					100%

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



027 CAYMA	Ropa	SET BODY	-	-	0%	2,008	-
AREQUIPA							100%
...
027 CAYMA	Ropa	JEGGINS	-	-	0%	1,305	-
AREQUIPA							100%
027 CAYMA	Ropa	MOCHILA	-	-	0%	0	-
AREQUIPA							
Total ROPA	-	-	10,471	-	0%	169,223	-94%

Nota: La tabla muestra las ventas de diferentes prendas de vestir en la tienda 027 CAYMA AREQUIPA, dentro del área de negocio de ropa. Detalla las ventas actuales (Vta EA), las ventas del año anterior (Vta AA), el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las del año anterior (%Vta vs AA), las ventas planificadas (Vta Plan), y el porcentaje de variación entre las ventas actuales y las planificadas (%Vta vs Plan). En esta tienda, se observa una disminución del 94% en las ventas actuales en comparación con las ventas planificadas para la categoría de ropa.

Tabla 86

Familias de la tienda Cayma Arequipa

Tienda	Área de Negocio	Familia	Vta EA	Vta AA	%Vta vs AA	Vta Plan	%Vta vs Plan
027 CAYMA	Accesorio	JOCKEY	423	0%	3,595	-88%	332
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	JUGUETE	364	0%	433	-16%	299
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	CALCETIN 3/4	351	0%	5,276	-93%	300
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	RELOJ	222	0%	1,259	-82%	131
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	CALZON	149	0%	2,726	-95%	120
AREQUIPA							

Relación entre la presencia del fenómeno del niño y las ventas de la empresa Colloky en los años 2022 – 2023



027 CAYMA	Accesorio	CALCETIN	128	0%	3,516	-96%	100
AREQUIPA		DEPORTIVO					
027 CAYMA	Accesorio	SOMBRERO	102	0%	3,320	-97%	76
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	BABERO	101	0%	853	-88%	78
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	MANTA	92	0%	384	-76%	75
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	BOXER	89	0%	2,421	-96%	62
AREQUIPA							
027 CAYMA	Accesorio	... (otros
AREQUIPA		productos)					
027 CAYMA	Accesorio	Total	2,475	0%	35,639	-93%	1,872
AREQUIPA		ACCESORIOS					

Nota: La tabla resume las ventas actuales (Vta EA) de diversos artículos de la categoría de accesorios en la tienda 027 ubicada en CAYMA AREQUIPA. Se comparan estas ventas con las del año anterior (Vta AA) y con el plan de ventas establecido (Vta Plan). Los porcentajes de variación (%Vta vs AA y %Vta vs Plan) indican la diferencia entre las ventas actuales y las ventas anteriores, así como con el plan previsto. Se observa una marcada disminución en las ventas en comparación con el año anterior y el plan establecido para estos accesorios, siendo varios de los productos listados los que no han registrado ventas durante el período analizado."