



EL COMERCIO EN TIEMPOS DE CRISIS

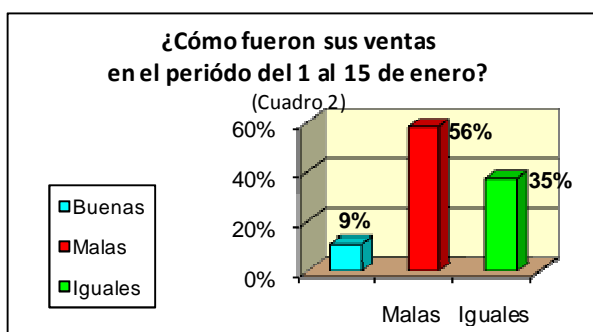
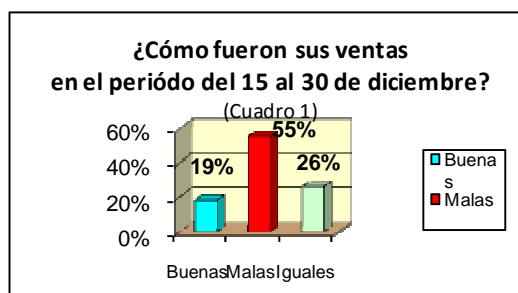
EXPECTATIVAS PARA EL 14 DE FEBRERO

El inicio de 2010 quedó marcado por una fuerte escalada en los precios y costos de diversos productos y servicios, el cual, más que responder al acostumbrado ajuste que cada año realiza el mercado, se debe al incremento de los impuestos que nuestras autoridades aprobaron para subsanar el déficit presupuestario para este año. Aunque los efectos negativos de estas alzas apenas empiezan a ser percibidas por el consumidor, una de ellas y tal vez la más importante, es la desestimación del consumo: a todos nos cuesta más, adquirir lo que necesitamos a diario; los productos necesarios desplazan a los suntuarios; los consumidores buscan artículos económicos aunque con ello sacrifiquen la calidad.

Para la **Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México** es preocupante el ambiente negativo que las alzas generaron entre los consumidores. Con el fin de tener indicadores que nos ayuden a entender el fenómeno, se realizó el sondeo de opinión **“Expectativas del pequeño comercio para el 2010”**, para lo cual, se encuestaron a 320 pequeños comerciantes y prestadores de servicios vía telefónica.

¿COMO FUERON SUS VENTAS?

Como primera referencia, quisimos conocer la percepción que el comerciante tenía sobre el nivel de sus ventas, haciendo una comparación entre la segunda quincena de diciembre con la primera de enero.



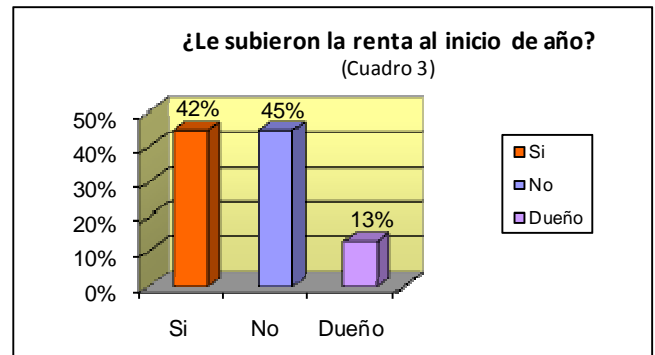
Hay que recordar que para un alto porcentaje de comerciantes al menudeo, el mes de diciembre dejó de ser el más importante respecto a las ventas. Desde los años ochentas, las tiendas departamentales o supermercados desplazaron a las tienditas como proveedoras del abasto familiar.

Hoy en día es una realidad que la despensa, el vestido, los medicamentos, los artículos para el hogar, la diversión y hasta los movimientos bancarios se realizan en las grandes cadenas departamentales, las cuales acaparan la derrama económica decembrina, valiéndose de sus estrategias publicitarias, la recepción de vales de despensa, las ofertas de ocasión o la oferta de los productos de temporada.

Al cuestionar sobre su nivel de ventas, el 19 % de los comerciantes nos dijo que habían tenido buenas ventas para la segunda quincena de diciembre, pero este porcentaje cayó 10 puntos al hacerles la misma pregunta para la primer quincena de enero.

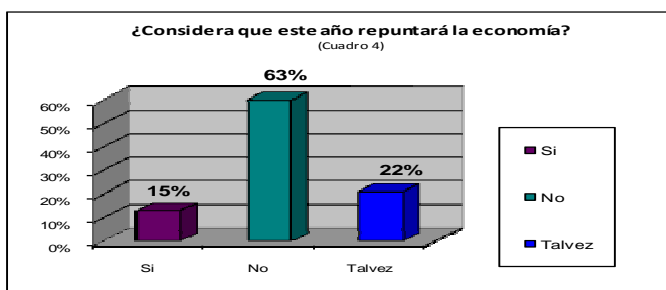
Esto significa que, cuando las vacaciones decembrinas terminaron y la ciudadanía regresó a sus actividades, el nivel de ventas no se normalizó e incluso creció en un punto porcentual el número de comercios que reportan malas ventas.

Otro indicador importante para el pequeño comercio es el referente al incremento en las rentas que se pagan por los locales comerciales. El 42 % nos informó que *la cuesta de enero* estuvo agravada por el alza en el precio de las rentas.



El 45 % no sufrió el aumento en su renta, debido a que algunos propietarios consideraron que el aumento lejos de beneficiarles les perjudicaría, ya que esto traería como consecuencia el cierre del negocio de su arrendatario.

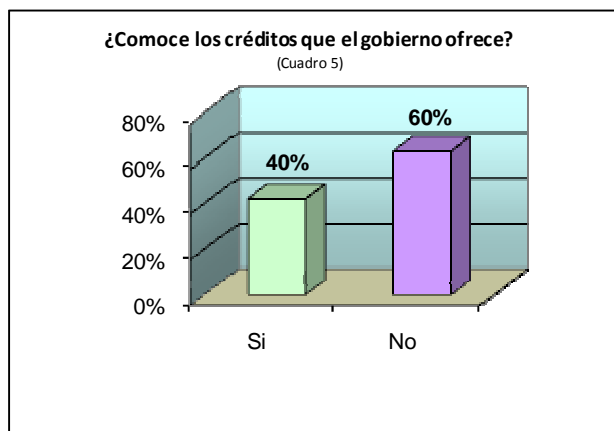
Desde luego que este punto es uno de los que más preocupan a nuestro sector, debido a que –con base en los datos de nuestra muestra–, solo el 13 % es dueño de su local, lo que pone en punto vulnerable al 87 % que no tiene la propiedad. Hablamos que en esta situación se encuentran alrededor de 184 mil pequeños comerciantes y prestadores de servicios.



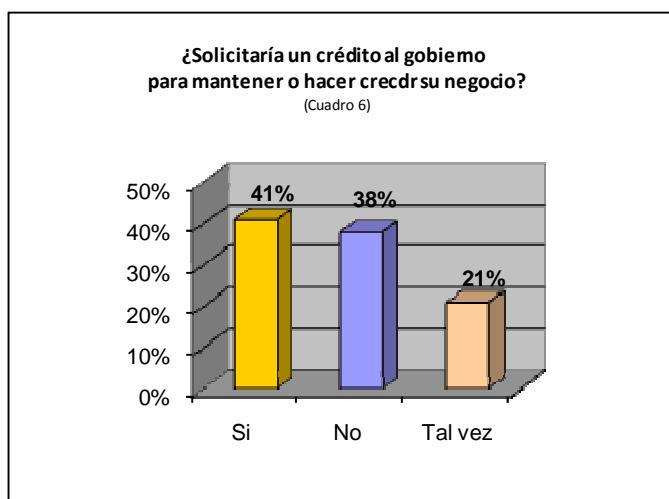
Sobre la situación de la economía y la confianza de que en este año se pueda dar la muy ansiada recuperación, el 63 % de nuestros entrevistados no considera que este año se pueda dar el repunte.

Una de las estrategias más recurrentes, tanto de los gobiernos local y federal, para argumentar el apoyo al sector en este tiempo de crisis, ha sido anunciar la disposición de créditos financieros.

El pequeño comerciante no identifica bien si es el gobierno local o federal el que le ofrece los préstamos, en su mayoría, porque sólo lo distingue como un todo, “el Gobierno”. Al preguntarle si conocía los créditos ofrecidos por el gobierno, el 60% nos dijo que no, lo cual significa que es un amplio sector el que se encuentra alejado del financiamiento gubernamental.



Sobre la posibilidad de pedir un crédito, sólo el 41 % de los consultados respondieron afirmativamente, teniendo esta opción como viable; mientras, el 38 % asegura no querer adquirir nuevas deudas.



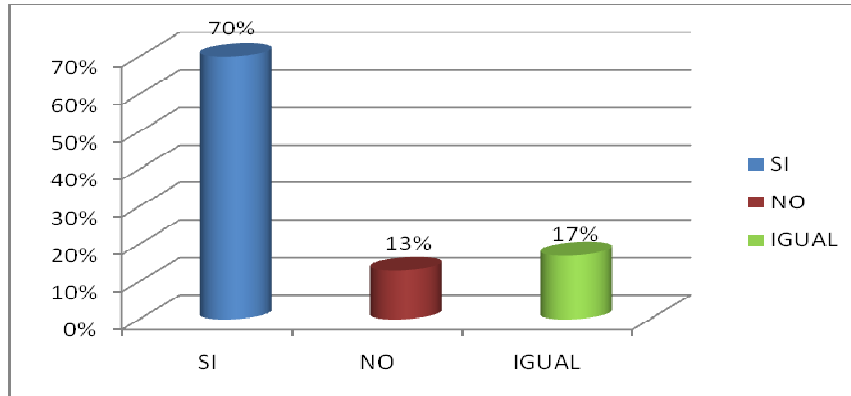
Es importante señalar que el pequeño comercio, es un sector que ya enfrenta diversas deudas como son: proveedores, renta y/o préstamos personales. Como lo hemos dicho repetidamente, nuestro sector enfrenta un endeudamiento endémico. El problema es que al cuestionarle, a quién le pediría el préstamo, una gran mayoría responde que a los bancos; lamentablemente, la mayoría de los pequeños comercios no son sujetos a estos créditos.

Para nuestra institución es fundamental que se rompa con el círculo vicioso del ofrecimiento de créditos. Hacer que éstos lleguen verdaderamente a la población que lo requiere deberá ser uno de los obstáculos a vencer en la actual administración.

Expectativas para el 14 de febrero.

A pesar de que estamos cruzando el primer trimestre del “año de la crisis”, y muchas personas optan por regalar “afecto”, el 70 % de nuestros consultados esperan que las ventas se incrementen para el 14 de febrero, fecha en que tradicionalmente hemos celebrado el “día del amor y la amistad”.

¿Sus ventas o servicios mejoran en esta temporada?



Los giros que tradicionalmente tienen un repunte son: Florerías, dulcerías, regalos, joyerías, venta de celulares entre otros.

GIRO	PORCENTAJE DE INCREMENTO EN SUS VENTAS
Florería	60 %
Dulcería	60 %
Muñecos de Peluche	60 %
Regalos	50 %
Joyería y Relojería	50 %
Telefonía Celular	50 %
Venta de Ropa	50 %
Corsetería	40 %
Papelería	30 %
Perfumería	20 %
Estética	20 %

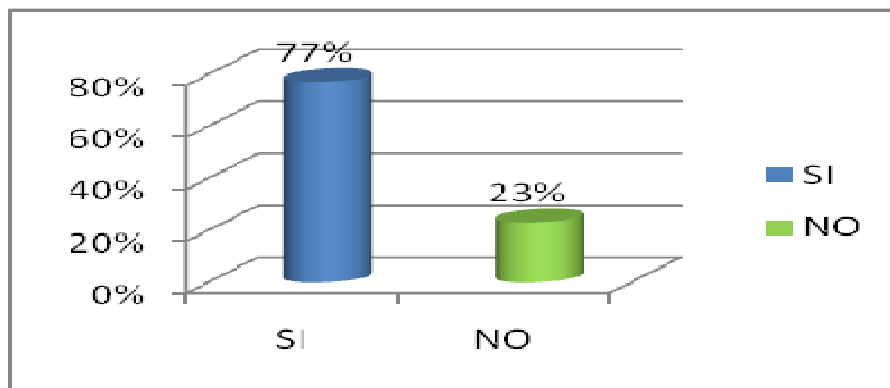
Así como también algunos servicios aumentan sus actividades.

Servicio	PORCENTAJE DE INCREMENTO EN SU SERVICIO
CINES	70 %
RESTAURANTES	65 %
CAFETERIAS	60 %
HOTELES	50 %
TEATROS	30 %

Para este año, la celebración se realizará desde el viernes 12 hasta el domingo 14, lo cual podrá ser un factor que propicie el movimiento económico muy importante. Sólo esperamos que el fenómeno climático de lluvias, no eche por tierra las expectativas de ventas para la próxima celebración.

Nuevamente y como cada año, el comercio informal se lleva la mayor cantidad de ventas (60%) afectando directamente al empresario que paga sus impuestos y esta debidamente establecido.

¿Le afecta el comercio informal?



Para esta fecha, nuestro sector espera una derrama económica alrededor de los 60 millones de pesos, la cual sería un 5 % menor a la obtenida el año pasado.

COMENTARIOS FINALES.

Para **CANACOPE Ciudad de México**, sólo las grandes cadenas departamentales que tienen una estructura administrativa y financiera, que adquieren sus enseres a crédito y pagan a sus proveedores entre 2 y 3 meses después, son las que han logrado sortear con menor dificultad los efectos de la crisis económica.

Según el Banco de México, enero tuvo la mayor inflación en 10 años, es por eso que la caída del consumo se ha llevado por delante a miles de tiendas y pequeños comercios. Solo entre enero del 2009 y enero del 2010 han desaparecido cerca de 10 mil empresas comerciales, que por los fenómenos de la rotación del mercado no se notan.

La Cámara de Comercio, Servicio y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México, considera que es urgente una política de apoyo y promoción del pequeño comercio formal, que ayude a impulsar este sector, que sólo en nuestra ciudad, da trabajo a más de 600 mil personas.