



México, D. F. a 14 de diciembre de 2011.

Boletín de Prensa: 85

## PANORAMA EN LA TEMPORADA DECEMBRINA EN LA CIUDAD DE MÉXICO PARA EL PEQUEÑO COMERCIO.

Las celebraciones que comprenden las posadas, noche buena y navidad, además del fin de año, representan la temporada comercial por excelencia, en este periodo existe un excedente de capital que en conjunto con las celebraciones reactivan, durante un mes la actividad económica del país.

Para el Distrito Federal, después de un año con algunas dificultades e inestabilidad por amenazas de crisis mundial, este mes parece de cierta bonanza, por ello y con el fin de tener un panorama sobre la temporada, el departamento de Comunicación e Imagen de la **Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México**, realizó un estudio sobre el consumo y la actividad comercial para la temporada, el cual arrojó los siguientes resultados:

### 1. DINÁMICA COMERCIAL DE LA TEMPORADA DECEMBRINA.

#### 1.1. Distribución del aguinaldo

|  |                     |     |
|--|---------------------|-----|
| DESTINO DEL<br>AGUINALDO 2011,<br>EN LO GENERAL. | • CONSUMO           | 54% |
|  | • AHORRO, INVERSIÓN | 29% |
|  | • LIQUIDAR DEUDAS   | 17% |

|   |                                |     |
|---|--------------------------------|-----|
| DESTINO DEL<br>AGUINALDO 2011,<br>EN LO PARTICULAR. | • FESTEJOS DECEMBRINOS         | 21% |
|   | • COMPRA DE ROPA Y CALZADO     | 20% |
|   | • PAGO DE DEUDAS               | 17% |
|   | • INVERSIÓN                    | 15% |
|   | • AHORRO                       | 14% |
|   | • REALIZAR MEJORAS EN EL HOGAR | 7%  |
|   | • VIAJES, VACACIONES           | 6%  |

14/12/2011

BOLETÍN DE PRENSA No. 85

### 1.2. Cuánto se gastará en la temporada decembrina.

|                        | POSADAS | CENA DE NOCHE BUENA | REGALOS DE NAVIDAD | CENA DE FIN DE AÑO | PROMEDIO |
|------------------------|---------|---------------------|--------------------|--------------------|----------|
| MENOS DE MIL PESOS     | 65%     | 57%                 | 63%                | 65%                | 62.5%    |
| DE MIL A 3 MIL PESOS   | 34%     | 40%                 | 36%                | 34%                | 36%      |
| DE 3 MIL A 5 MIL PESOS | 1%      | 2%                  | 1%                 | 1%                 | 1.25%    |
| MÁS DE 5 MIL PESOS     | 0%      | 1%                  | 0%                 | 0%                 | 0.25%    |

### 1.3. Preferencia de compra en la temporada (dónde comprará).

|                                 | POSADAS | CENA DE NOCHE BUENA | REGALOS DE NAVIDAD | CENA DE FIN DE AÑO | PROMEDIO |
|---------------------------------|---------|---------------------|--------------------|--------------------|----------|
| MERCADOS                        | 41%     | 42%                 | 8%                 | 21%                | 28%      |
| TIENDAS DEPARTAMENTALES         | 12%     | 19%                 | 32%                | 21%                | 21%      |
| CENTRO HISTÓRICO                | 2%      | 3%                  | 20%                | 23%                | 12%*     |
| COMERCIO FORMAL MIPYME          | 27%     | 12%                 | 15%                | 15%                | 17%      |
| COMERCIO INFORMAL               | 16%     | 13%                 | 12%                | 11%                | 13%**    |
| LOCALES TEMPORALES              | 1%      | 7%                  | 5%                 | 3%                 | 4%**     |
| GRANDES NEGOCIOS ESPECIALIZADOS | 1%      | 4%                  | 8%                 | 6%                 | 5%       |

\*Tanto comercio formal (3%) e informal (9%) para el total del 12%.

\*\*Considerando al comercio en Locales Temporales y un porcentaje del comercio en Centro Histórico como una expresión de comercio en informalidad, este se encontraría en un 28%.

14/12/2011

BOLETÍN DE PRENSA No. 85

#### 1.4. Preferencias, productos de temporada.

- Posadas:  
**Piñatas, fruta, dulces, velas. Artículos desechables (platos, vasos, servilletas).**
- Noche Buena:  
**Pavo, Carne de cerdo y res, Pollo, Vinos y licores, Adornos navideños, fruta y verduras.**
- Regalos de navidad:  
**Ropa, celulares, perfumes, ropa para niños, zapatos.**
- Fin de Año:  
**Pavo, Carne de cerdo y res, Pollo, Vinos y licores, Fruta y Verduras.**

#### 1.5. Giros que aumentan sus ventas durante la temporada.

| GIRO                               | AUMENTO |
|------------------------------------|---------|
| Vinos y Licores                    | 100%    |
| Juguetería                         | 82%     |
| Relacionada a la Telefonía celular | 70%     |
| Dulcerías                          | 70%     |
| Misceláneas y Abarrotes            | 69%     |
| Línea blanca y Electrodomésticos   | 65%     |
| Carnes y Pescados                  | 62%     |
| Chocolatería                       | 62%     |
| Ropa de temporada                  | 60%     |
| Velas decorativas                  | 54%     |
| Regalos                            | 52%     |
| Zapatos                            | 48%     |
| Recaudaría                         | 47%     |
| Panadería                          | 41%     |
| Perfumería                         | 41%     |
| Telas                              | 37%     |
| Florerías                          | 36%     |
| Tlapalería                         | 35%     |
| Papelería                          | 32%     |
| Autos                              | 30%     |
| Joyería                            | 28%     |

| SERVICIOS            | AUMENTO |
|----------------------|---------|
| Restaurantes         | 78%     |
| Bares                | 75%     |
| Líneas de autobuses  | 60%     |
| Hoteles              | 58%     |
| Agencias de viaje    | 45%     |
| Centros de diversión | 41%     |
| Cines                | 39%     |
| Teatros              | 25%     |

## 2. PERSPECTIVA DE LA TEMPORADA PARA EL PEQUEÑO COMERCIO.

### 2.1. Comportamiento de ventas para la temporada.

En comparación con el año pasado, durante esta temporada, se prevé que las ventas:

- Aumentaran según 56% de los encuestados.
- Disminuirán de acuerdo al 4% de los encuestados.
- Para 34% de los encuestados las ventas seguirán igual.
- 6% no contestó o no sabe.

### 2.2. Descripción del comportamiento.

|   |  |                                       |  |
|---|--|---------------------------------------|--|
| 56%<br>estiman<br>aumento<br>en sus<br>ventas | 24% dice que <b>aumentarán 20 por ciento las ventas</b>    | ↑<br>A qué<br>atribuyen<br>el aumento | 46% a tener <b>mejor surtido</b>                     |
|   | 22% dice que <b>aumentarán 60 por ciento las ventas</b>    |                                       | 22% a <b>mejores precios</b>                         |
|   | 20% dice que <b>aumentarán 40 por ciento las ventas</b>    |                                       | 16% a la <b>mejor atención personal</b>              |
|   | 20% dice que <b>aumentarán 80 por ciento las ventas</b>    |                                       | 6% a su <b>buena ubicación</b>                       |
|   | 8% dice que <b>aumentarán 5 por ciento las ventas</b>      |                                       | 4% a una <b>economía estable</b>                     |
|   | 5% dice que <b>aumentarán 10 por ciento las ventas</b>     |                                       | 3% a la <b>fidelidad de sus clientes</b>             |
|   | 1% dice que <b>aumentarán 100 por ciento de las ventas</b> |                                       | 2% a la <b>confianza en los productos que ofrece</b> |

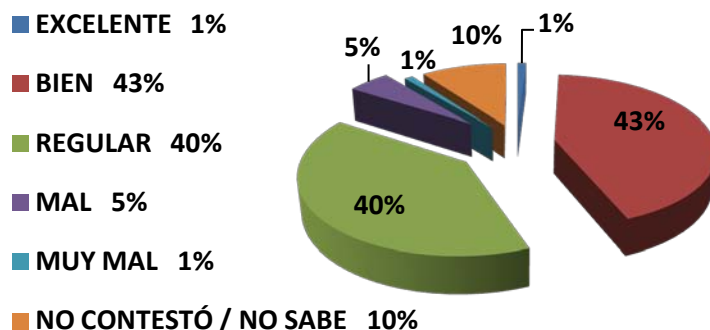
|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| 4%<br>estiman<br>disminución<br>en sus<br>ventas | 22% estima que las ventas <b>disminuirán 60 por ciento</b> | ↓<br>A qué<br>atribuyen la<br>disminución | 36% Por la <b>inseguridad</b>                       |
|  | 20% estima que las ventas <b>disminuirán 80 por ciento</b> |   | 22% <b>Prefieren comprar en autoservicios</b>       |
|  | 20% estima que las ventas <b>disminuirán 40 por ciento</b> |   | 20% Dice que <b>la genta ya no gasta como antes</b> |
|  | 24% estima que las ventas <b>disminuirán 20 por ciento</b> |   | 19% dice que los <b>costos se han elevado</b>       |
|  | 8% estima que las ventas <b>disminuirán 5 por ciento</b>   |   | 2% por las <b>obras públicas</b>                    |
|  | 5% estima que las ventas <b>disminuirán 10 por ciento</b>  |   | 1% <b>no tiene recursos para resurtir</b>           |
|  | 1% estima que las ventas <b>disminuirán 60 por ciento</b>  |   |   |

14/12/2011

BOLETÍN DE PRENSA No. 85

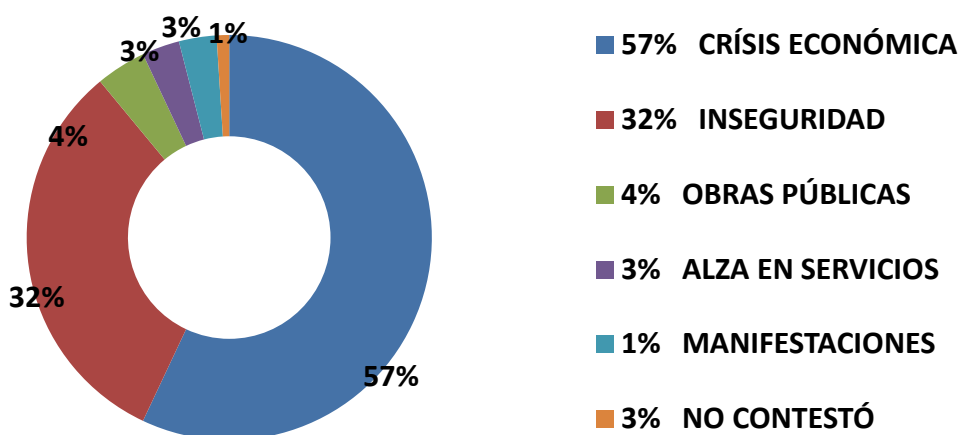
### 3. BALANCE ANUAL PARA EL PEQUEÑO COMERCIO.

#### 3.1. Como fue este año que termina.



#### 3.2. Afectaciones del pequeño comercio.

Durante el año, diversos factores y circunstancias afectaron al pequeño comercio, las más comunes fueron:



#### 3.3. Dinámica del pequeño comercio.

- El pequeño comercio en el Distrito Federal presentó en 2011, una tendencia mínima hacia de **crecimiento apenas del 3%** en comparación con 2010. De acuerdo al índice de altas, bajas, cambios de propietario, cambio de giro y renovaciones en los registros de **CANACOPE Servytur Cd. de México**.
- En el Distrito Federal, el **pequeño comercio MIPYME genera alrededor de un millón 50 mil empleos**.



14/12/2011

BOLETÍN DE PRENSA No. 85

### 3.4. Derrama económica.

- Se estima un gasto promedio para toda la temporada para una familia típica de 4 integrantes será de 5 mil 500 pesos.
- El gasto para reuniones en empresas, escuelas o agrupaciones con el fin de realizar comidas o convivios de fin de año, posadas, brindis, intercambios y otros festejos será alrededor de los 5 mil y 10 mil pesos por evento.
- La derrama económica para el Distrito Federal será de **14 mil millones mil pesos** para toda la temporada. De los cuales, **2 mil 400 millones pesos** serán para el pequeño comercio y prestadores de servicios de la ciudad.

### COMENTARIOS FINALES

Esta temporada representa una gran oportunidad para el comercio por lo que nuevamente invitamos a la población a acercarse a las MIPYMES y apoyarlas consumiendo los productos y servicios que frecen, lo que a la vez contribuye a la conservación de empleos directos de nuestras comunidades.

El pequeño comercio de la Ciudad de México ha tenido que sobrellevar una economía poco dinámica, principalmente frenada por la inestabilidad global que perturba a la economía interna. Por lo que nuevamente exhortamos al ejecutivo y legislativo, tanto local como federal, a superar el distractor que son las contiendas electorales del próximo año y contribuir con programas y leyes que permitan a México fortalecer la económica interna, para así enfrentar las adversidades que la globalidad nos traerá el próximo año.

Así mismo, invitamos a los empresarios a acercarse a nosotros e iniciar el año participando en los distintos cursos y programas que ofrecemos a través de nuestro **Departamento de Servicios** y nuestro módulo **México Emprende**.

Por último queremos desearles a nombre de todos nuestros afiliados y de quienes integramos la **Cámara de Comercios, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México**, una Feliz Navidad y prospero Año Nuevo 2012 en compañía de familiares y amigos.



#### Nota:

Estudio realizado en el Distrito Federal a un universo de 878 personas de 18 a 60 años, hombres y mujeres comerciantes del sector MYPIME. Del 14 al 25 de noviembre 2011.

## ANEXO.

**Derrama para la temporada decembrina 2011 en el Distrito Federal.**

|   | PROMEDIO      | DERRAMA                 |
|---|---------------|-------------------------|
| MERCADOS                                | 28%           | \$3,960,000,000         |
| TIENDAS DEPARTAMENTALES                 | 21%           | \$2,970,000,000         |
| CENTRO HISTÓRICO<br>(comercio formal)   | 3%            | \$424,000,000           |
| CENTRO HISTÓRICO<br>(comercio informal) | 9%            | \$1,273,000,000         |
| COMERCIO FORMAL MIPYME                  | 17%           | \$2,400,000,000         |
| COMERCIO INFORMAL                       | 13%           | \$1,838,000,000         |
| LOCALES TEMPORALES                      | 4%            | \$565,000,000           |
| GRANDES NEGOCIOS<br>ESPECIALIZADOS      | 5%            | \$707,000,000           |
|   | <b>*TOTAL</b> | <b>\$14,137,000,000</b> |

**\*Se redondea a 14 mil millones de pesos.**