



SAN VALENTÍN, INICIO DEL CALENDARIO SOCIAL Y COMERCIAL EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Página:

1

La festividad del 14 de Febrero, “Día de San Valentín”, está totalmente incorporada a la vida cotidiana de la ciudad de México y prácticamente marca el inicio de las actividades sociales y comerciales a nivel popular. En las Redes Sociales, que ya representan un interesante termómetro sobre el comportamiento e interés de la población, desde el primer día del mes, se comenzaron a establecer tendencias sobre este festejo, lo que nos permite advertir una gran participación de los capitalinos.

Para los comerciantes y pequeños empresarios, este festejo, está cada vez más consolidado como una fecha importante y que puede impulsar la actividad económica atareada por la cada vez más extensa “cuesta de enero”.

En ese contexto, la **Cámara de Comercio Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México**, presenta una breve revisión de las tendencias y características de la temporada comercial para el sector que representa, a través del estudio realizado por nuestro departamento de Comunicación e Imagen Institucional.

LA CELEBRACIÓN

El fervor de las expresiones populares alrededor de San Valentín parece impulsar el ánimo y las expectativas en cuanto a la actividad comercial relacionada al festejo; según datos de nuestra investigación, el 70 por ciento de los dueños y encargados de negocios, consideran que este año sus ventas pueden aumentar cerca del 20 por ciento.

Comparado con un día normal, la expectativa San Valentín es:

- **70% Prevé que sus ventas Aumentarán.**
- **26% Prevé que sus ventas Serán Iguales.**
- **4% Prevé que sus ventas Disminuirán.**





Para quienes prevén que las ventas bajaran para este 14 de febrero, lo atribuyen a las siguientes causas:

- **La gente ya no gasta como en otros años: 26%**
- **Los precios han aumentado: 18%**
- **Comercio informal: 18%**
- **Por Inseguridad, la gente limita sus salidas: 18%**
- **Prefieren comprar en autoservicios o tiendas departamentales: 16%**
- **Pocos recursos para surtir el negocio: 3%**
- **Otras causas: 1%**

Página:

2

Para este año, la tendencia sobre quién es más activo en las compras de San Valentín, se destaca que el sector femenino toma mayor relevancia para la organización de eventos y la compra de productos y servicios:

- | | |
|---|--|
| Quién compra más productos y servicios relacionados con San Valentín: | <ul style="list-style-type: none"> • 59% Mujeres. • 41% Hombres. |
|---|--|

Por otro lado, el rango de edad más propenso a consumir para San Valentín este 2014 se encuentra entre los 23 y los 30 años, seguidos muy de cerca por quienes hombres y mujeres de entre 16 y 22 años.

- | | |
|---|--|
| Rango de edad de quienes compran para San Valentín: | <ul style="list-style-type: none"> • 23 a 30 años: 34% • 16 a 22 años: 31% • 31 a 40 años: 20% • 10 a 15 años: 7% • 41 a 50 años: 7% • Más de 51 años: 1%. |
|---|--|





CELEBRACIÓN DE SAN VALENTÍN EN LA CIUDAD DE MÉXICO

- 98 por ciento de los entrevistados considera tener algún tipo de festejo con su pareja.
- Se estima que el gasto promedio base para una pareja será de 800 pesos, lo cual incluirá, eventualmente el intercambio de un presente, una comida o un encuentro romántico en casa o en algún lugar especial.

Página:

3

EL CONSUMO EN SAN VALENTÍN

Giros comerciales y de servicios que presentaran mayor actividad por la celebración de San Valentín:

GIROS COMERCIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Florerías • Venta de regalos y peluches • Dulcerías • Venta de Lencería y Corsetería • Venta de Ropa para dama y caballero • Perfumerías • Joyería y Relojería • Telefonía celular • Papelerías • Sex-Shops • Vinaterías • Farmacias 	SERVICIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles y Moteles • Restaurantes • Cines • Cafeterías • Teatros • Salones de Belleza y Estéticas • Grupos Musicales, Tríos y Mariachis
--------------------------	---	------------------	--

Los productos que tendrán mayor demanda para ser regalados en San Valentín, de acuerdo sondeo de opinión a encargados y dueños de comercios en la ciudad de México, serán:

PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA PARA SAN VALENTÍN	<ul style="list-style-type: none"> • Flores • Chocolates • Peluches • Perfumes • Dulces • Accesorios de vestir • Artículos de cuidado personal • Teléfonos celulares (smartphones) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ropa • Vinos y Licores • Gadgets • Tarjeta virtual • Artículos electrónicos • Joyas • Zapatos • Relojes • Otro
---	--	--



Sobre la forma en la que se espera festejar este día, a decir los consultados, arroja los siguientes datos:

- **29% Planean dar un Regalo a su pareja.**
- **27% De las parejas acudirán a un Restaurante.**
- **20% De las parejas irán al Cine o Teatro.**
- **12% De las parejas planean tener un Encuentro Romántico.**
- **12% De las parejas irán a Bailar.**

Página:

4

DERRAMA ECONÓMICA

La derrama estimada para la temporada comercial de San Valentín, que tendrá su mayor auge los días: viernes 14, sábado 15 y domingo 16 de febrero, será de alrededor de **Mil 360 millones de pesos**, para los pequeños comercios y prestadores de servicios de la ciudad de México; lo que representa un aumento del 9 por ciento en comparación con 2013, sin considerar la inflación acumulada.

Finalmente, reiteramos el llamado a los consumidores para preferir a los comercios escala micro, pequeña y mediana empresa de la capital del país, apoyándolos con su consumo y contratación de servicios, se impulsará al mercado interno, revitalizando y permitiendo que la economía local se recupere de este inicio de año aletargado.



Nota: 560 sondeos de opinión a hombres y mujeres mayores de 18 años, dueños o encargados de pequeños comercios y negocios prestadores de servicios en el Distrito Federal. Realizadas del 29 de enero al 3 de febrero 2014.