

eempresario.mx La Comunidad PYME de EL ECONOMISTA

Creemos en tu negocio.

Casos de éxito Vídeos Aula empresarial Tecnología Plan de inversión Financiamiento Sparknews Talento laboral Nuevos mercados

Inicio

Que el Halloween no te asuste las ventas

Escrito por Zyanya López el 25 Oct 2016

Aunque parezca ser un negocio donde las ganancias lleguen únicamente en temporadas específicas, la realidad es que una tienda de disfraces es un establecimiento que ofrece una rentabilidad de hasta 14 por ciento en todo el año.

Si bien los ingresos varían dependiendo de la época, la venta de productos alternos como maquillaje, pelucas, artículos infantiles, y la actualización del inventario, impiden que el negocio vaya a la baja. "Definitivamente octubre es el mes más fuerte, sin embargo, nuestro producto se vende en todas las temporadas, según el tipo de festividad que haya", mencionan desde la franquicia Disfraces DePeli, la cual es liderada por las integrantes del grupo CV7, Mariana Cenosa y Érika Zaba.

Aunque es en la temporada de Halloween y Día de Muertos, cuando este tipo de establecimientos presentan incrementos de entre 50 y 80% en ventas, según datos de la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México (Canacope-CDMX).



foto: Notimex



Calendario de Eventos

octubre 2016

Dom	Lun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sáb
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Próximos eventos

- 17** **Expo Pymes CDMX 2016**
WTC Ciudad de México
<http://www.sedece.cdmx.gob.mx/ventos/evento/expo-pymes-cdmx-2016>
- 18** **NewCo CDMX**
70 empresas participantes
<http://fedem.newco.org/>
- 19** **Expo ALADI México 2016**
Toluca, Estado de Coahuila, México.
<http://www.expoaladi.org/>
- 06** **Expo Pymes Digital 2016**
Auditorio de Technopolis en el IPN unidad Cuicatlan
<http://centnotimex.com/plaza/epopymes2016/>

LAS TIENDAS DE DISFRACES EN MÉXICO

En el país hay cerca de 7,118 establecimientos que ofrecen atuendos para ocasiones especiales, los cuales elevan sus ingresos entre 50 y 80% durante la celebración de Halloween y Día de Muertos.



Top 5 por estado (NÚMERO DE TIENDAS)



- 97.4% de las tiendas en México tienen máximo cinco empleados.
- Entre \$100 y \$1,200 es el costo de los disfraces en el mercado.
- 29% de los ciudadanos planea invertir en un disfraz.
- Entre 50 y 80% incrementan las ventas de este tipo de establecimientos.

1,081 millones de pesos es la derrama estimada en la Ciudad de México para la celebración del 2016.

7,118 tiendas de disfraces, vestimenta regional y vestidos de novia hay en México.

\$700 es el gasto promedio básico de una familia de cuatro personas en esta época.

FUENTE: INEGI CANACOPE-CDMX

GRÁFICO DE: STAFF

Calidad y ubicación, las claves del éxito

Si la apuesta es unirse a las 7,118 tiendas de disfraces, vestimenta regional y vestidos de novia que hay en México, según las cifras del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), hay que estar conscientes de lo demandante que puede ser el negocio. Para empezar en la elección de disfraces:

“ Nosotros nos involucramos en cada producto exhibido, todos los años acudimos a una convención internacional para elegir cada uno de los artículos que se ponen a la venta”, comentó Érika Zaba durante la apertura de la tienda número 13 de Disfraces DePeli.

Y es que no basta con seleccionar a un proveedor y esperar a que llegue la mercancía, la empresaria agregó que aunque se le está apostando a un mercado poco explotado en el país, hay que ofrecer calidad a los consumidores. En el caso de la franquicia, 90% de sus productos son importados, lo que demanda una inversión de 2,000 dólares de inventario.

Además, hay que asegurarse de tener las licencias originales, ya que el decomiso del producto sin el respaldo legal es considerado un delito.

Otro factor a tomar en cuenta antes de abrir un local es la ubicación. Disfraces DePeli se inclinó por los centros comerciales cuando inició operaciones: “Arrancamos con un pequeño local de 12 metros cuadrados en Plaza Pedregal y 15 días después abrimos la segunda sucursal en Tecamachalco”, recuerdan. Ahora también están en avenidas principales.

Sin duda el éxito del negocio depende del lugar dónde se encuentre, así que habrá que asegurarse de estar en una calle transitada, cerca de instituciones educativas o áreas de recreación.

Una figura relevante en la tienda de disfraces es el vendedor, que si bien no es necesario que cuente con un alto grado de estudios, sí tendrá que demostrar conocimientos de personajes de películas, series y caricaturas, además de habilidades sociales.

“ Buscamos gente joven, dinámica y con iniciativa. Nosotros nos encargamos de la capacitación para que sepa atender las necesidades de nuestro público”, indica Joaquín Llopert, director de América Latina de Eurekakids, tienda que cuenta con un sector específico de disfraces.

Por último, no hay que olvidar la promoción de los artículos. Tanto Disfraces Del Peli como Eurekakids optan por darse a conocer en las redes sociales debido al gran impacto que tienen en el consumidor. Aunque la recomendación para los primerizos es promocionarse directamente en escuelas, estudios y academias de teatro, cine y televisión. No hay que olvidar la apertura de una página web y la creación de un catálogo virtual.

Celebración en la CDMX

El 28% de los mexicanos celebra la temporada de Halloween y Día de Muertos. De éstos, 29% compra por lo menos un disfraz. La Cámara de Comercio, Servicios y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México (Canacope-CDMX) revela que, en promedio, el consumidor de la capital del país gasta 100 pesos en un atuendo, aunque hay quienes invierten más de 1,200 pesos en el mismo.

“ Este año se espera un aumento en la compra de productos importados, principalmente máscaras, maquillaje y látex para caracterizaciones”, indican desde la cámara.

Este consumo puede generar una derrama económica de hasta 1,081 millones de pesos en la ciudad, cifra 5% mayor a la presentada en 2015.

arochar100

communications & public affairs

Responsable de Gabinete de Prensa.

lilianaarocha@arochar100.net

tels. 5616.4258 cel. 555454.7433

Medio: El Economista

Elaboración y gestión de Publireportaje por arochar100.

Publicación Núm-1-Octubre,26.2016