

COMERCIO. EL 47% DE LAS PERSONAS DECIDE FABRICAR SU DISFRAZ EN LUGAR DE COMPRARLO

¿Quiénes ganan con las tradiciones, dulces y festejos del 31 de octubre?

BOGOTÁ. La celebración de Halloween se convierte en la mejor ocasión para que el comercio en general se prepare con promociones y ofertas en cada uno de sus productos y servicios. Restaurantes, discotecas, bares, centros comerciales y confiterías se han venido preparando para aumentar sus ventas 18% este mes.

Según cifras reportadas por *Fenalco*, el número de visitas en centros comerciales será 38%, mientras que en los sitios de rumba y comida entre 30% y 40%. Por su parte, las confiterías mantienen sus expectativas porque desde el mes de octubre se inicia una buena racha que termina en fin de año con 30% más en sus ventas.

Los gustos para celebrar en la "Noche de brujas" son muy variados. De acuerdo a encuestas realizadas por *Fenalco*, 30% asistirá a un centro comercial con sus hijos, 28% irá a una fiesta o bar y 22% pedirá dulces con sus hijos en un restaurante.

"En cuanto a la adquisición del disfraz, 47% lo fabricará, 37% lo alquilará y el 16% lo comprará. Sin embargo, a la hora de disfrazar a sus hijos, 77% de los padres, prefieren comprarlos, 13% alquilarlos y 10% fabricarlos", asegura **Juan Esteban Orrego**, director ejecutivo de *Fenalco Bogotá*.

La venta de dulces también juega un papel importante en el negocio que se da para esta fecha. A pesar de que no tiene el mismo crecimiento del mes de diciembre, los productos protagonistas en las cadenas de almacenes son los dulces.

Por esta razón, las pequeñas y las grandes superficies, además de las compañías de confitería, aprovechan para lanzar promociones y productos bajo la temática de Halloween. El mes es tan importante para el sector que los fabricantes de dulces consiguen



CORTESÍA

La transformación que se ha venido dando con esta celebración ha obligado a que el comercio se prepare para brindar más opciones. Los centros comerciales son los grandes ganadores.

38 POR CIENTO

AUMENTAN LAS VISITAS DE COMPRADORES EN LOS DIFERENTES CENTROS COMERCIALES DE BOGOTÁ

entre 35% y 50% de las ventas anuales, de acuerdo a la encuesta de *Datexco* de 2010, que fue contratada por *Fenalco*.

Además de estos artículos, los expertos señalaron que los accesorios decorativos y la piñatería son productos que tienen éxito en esta época.

Sin duda, esta celebración ha venido transformándose con el

18 POR CIENTO

ES EL CRECIMIENTO QUE SE REPORTA EN LAS VENTAS, EN GENERAL, PARA ESTA FECHA

tiempo. En opinión del docente de historia de la *Universidad Externado de Colombia*, **Juan Pablo Quintero**, además de ser una fecha cultural es de negocio. "Las actividades culturales tienden a generar actividades económicas alrededor de ellas, es algo muy normal. Pero los centros comerciales y demás no solamente se nutren del Halloween, también lo alimenta

30 POR CIENTO

ES LA META DEL AUMENTO DE VENTAS DE LAS CONFITERÍAS AL FINALIZAR EL AÑO

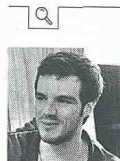
moda y las costumbres. Es un proceso retroactivo", dice.

Agrega que, el comercio no ha sido el artífice de un plan macabro para desplazar a los niños y modificar el ritual con el desalmado propósito de vender, simplemente que existe una necesidad y alguien tiene que ofrecer.

DAJIBY MARTÍNEZ ANAYA
dsmartinez@larepublica.com.co

Una día que se ha transformado culturalmente

Cada año la fiesta de Halloween se reinventa con las transformaciones culturales y el patrón de estilos de vida adoptados desde las subculturas. Esta celebración dejó de ser una fiesta para niños y se convirtió en un motivo más de integración para jóvenes y adultos. Su relación con la celebración del día de todos los santos y sus derivadas formas de fusión, apenas puede aclararse en el mundo occidental entre los siglos XVIII y XIX. Por esa época se comenzó a popularizar la fiesta de Halloween en Estados Unidos con el propósito de integrar a la comunidad y de ahí se dispersó por el resto del continente. Ya para el siglo XX se hizo popular entre los niños para recibir dulces



JUAN PABLO QUINTERO
PROFESOR DE LA UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

"El comercio se prepara para que las personas encuentren variedad de ofertas y productos en cada uno de los almacenes de la ciudad. Esto es una apuesta del mercado".



SÍGANOS EN:
www.larepublica.co
Con toda la información sobre el comportamiento de la economía en Halloween

COMERCIO. ALTERNATIVA PARA QUIENES COMPRAN EN EL EXTERIOR

Por los disfraces, el negocio de casilleros en el país crece 30%

BOGOTÁ. La celebración de la Noche de Brujas en las diferentes ciudades del país se convierte en todo un evento trascendental para los adultos, muchos de los cuales deciden comprar los mejores disfraces por fuera del país y contratar el servicio de casilleros que las empresas de envío ofrecen, para que su pedido les llegue seguro y con tiempo.

Este servicio se mueve mucho, pero para las empresas en esta fecha la oferta aumenta en un 30%. "El casillero virtual de 4-72 se convierte en la mejor opción para que las personas que quieran comprar cualquier tipo de producto por fuera del país puedan obtenerlo de manera segura.

Para nosotros esta temporada representa el inicio de la época de fin de año, en la cual se reflejan crecimientos significativos con relación al mes de septiembre", menciona **Adriana Barragán**, presidenta de 4-72.

Las promociones de algunos artículos, la variedad en cada uno de ellos y la disponibilidad de la mercancía en las tiendas online resultan los mejores atractivos para que las personas decidan adquirir su disfraz y pedirlo por este medio. Las ciudades que más lo utilizan son Bogotá, Medellín y Cali, y aunque existe una gran acogida en ellas, más de 25% de los envíos tienen como destino otras poblaciones

que no son catalogadas como ciudades principales.

"Esta tendencia ha venido aumentando porque la gente sabe que hoy es posible solicitar una mercancía en cualquier parte del mundo y que en corto tiempo la va a tener en su domicilio. Los medios de pago electrónicos, la logística internacional y los acuerdos arancelarios entre países, han hecho que los consumidores amplíen su red de proveedores con los beneficios en variedad, calidad, precio y marca que permiten la globalización", asegura **Diego Mantilla**, vicepresidente de TCC.

Según la presidenta de 4-72, los disfraces que más compran



CORTESÍA

En lo que va corrido del mes, cerca de 1.000 usuarios han utilizado este servicio para traer sus disfraces de Halloween.

son de superhéroes y dibujos animados. Se destacan también los disfraces para mascotas.

Para la utilización de este servicio es importante tener en

cuenta que se debe analizar el costo y los tiempos de entrega, de acuerdo con las necesidades.

DAJIBY MARTÍNEZ ANAYA
dsmartinez@larepublica.com.co