

ACTIVITAT COMERCIAL NADALENCA A MALLORCA

Informe PIMECO 2008

Incloem un breu informe realitzat per l'Associació del Petit i Mitjà Comerç de Mallorca (PIMECO) referit al comportament de l'activitat comercial en els tres primers mesos de la temporada tardor-hivern i previsió de desembre, campanya de Nadal i Cap d'Any.

Comportamiento de la actividad comercial en los tres primeros meses de la temporada otoño-invierno y previsión de diciembre, campaña de navidad y fin de año 2008

Una vez cerrados los tres primeros meses de la temporada otoño-invierno 2008-2009, iniciada la primera semana del mes de diciembre, interesaba conocer la evolución de la temporada y la opinión de los comerciantes minoristas del comercio urbano y de proximidad que comercializan productos destinados a las personas en Mallorca.

En la primera semana de diciembre, se ha efectuado una encuesta complementaria a la que habitualmente se efectúa para conocer la opinión de los comerciantes y efectuar los indicadores mensuales de actividad comercial y de ventas en este tipo de establecimientos.

Con la encuesta complementaria, se pretendía conocer el previsible comportamiento del comercio durante el mes de diciembre respecto al mismo mes del año 2007 y además la opinión de cual sería el comportamiento de las ventas en el periodo festivo de navidad y año nuevo.

Los resultados de la encuesta se reflejan en el apartado 2.

1.- Análisis del entorno.

El comportamiento del comercio minorista urbano y de proximidad orientado a satisfacer las necesidades de las personas en lo que va de temporada (septiembre a noviembre) se ha caracterizado por la debilidad de la demanda y ha seguido la senda descendente que se viene constatando desde el año 2006, que fue particularmente acusada el año 2007, debido a los factores climatológicos, particularmente adversos para la adquisición de prendas, calzado y complementos de otoño invierno. Situación climática extremadamente suave que no cambió hasta bien entrado el mes de diciembre de 2007.

Los meses de septiembre, octubre, noviembre y lo que llevamos de diciembre en este año, desde la variable climatológica presenta una considerable diferencia respecto al año anterior, lo cual en principio debería haber ocasionado un cambio sustancial en el comportamiento de los consumidores y propiciar un incremento en las ventas de los productos de temporada. Comportamiento que no se ha materializado, sino que incluso se ha caracterizado por una mayor retracción en la disposición de compra, tal como evidencia la evolución del indicador de actividad comercial del barómetro mensual de los últimos tres meses, respecto al mismo periodo del año 2007.

	sep 08/07	oct 08/07	nov 08/07
Mallorca	-7,15%	-26,47%	-15,69%
Palma	-12,75%	-31,43%	-21,15%
Pobles	-3,45%	-20,00%	-10%

Retracción de compra que parece responder por una parte a factores psicológicos generados por los mensajes que reciben de las autoridades económicas nacionales e internacionales, sobre la marcha de la economía mundial, la cual está sufriendo desde el año 2007 un proceso continuado de deterioro debido a la crisis financiera, que ha desembocado en un auténtico tsunami para la economía real y de otra por una más que evidente disminución de la capacidad de renta neta disponible para efectuar compras de este tipo de bienes.

Los datos que día tras día, se ofrecen en los medios de comunicación generalistas y especializados en economía, están generando una elevada confusión, con mensajes contradictorios sobre las medidas que paulatinamente van adoptando las autoridades económicas de los países desarrollados y que en algunos casos, son abandonadas antes de haberse puesto en funcionamiento.

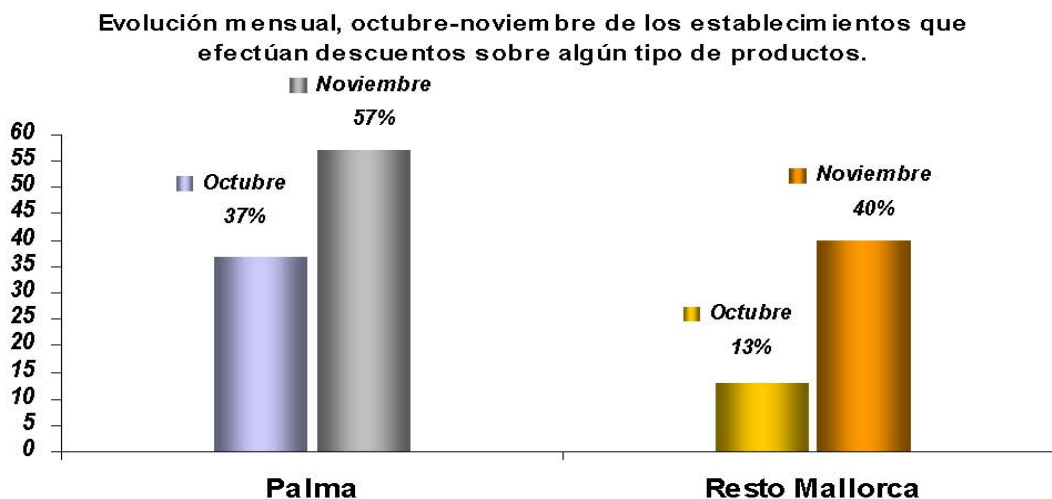
La percepción de los ciudadanos ante esta situación de desconcierto, está generando una disminución generalizada del consumo de bienes, pese a unas condiciones climáticas i facilitadoras para la compra y por una estela de ofertas en la rebaja de los precios de los productos de temporada puestos a su disposición.

La política de ventas vía disminución de precios para estimular la compra iniciada en el mes de octubre por los grandes distribuidores comerciales, se nos presenta como una evidencia de la debilidad de la demanda y de la retracción de las compras por parte de los consumidores. La decisión de los grandes operadores, ha provocando un efecto arrastre en los pequeños comercios que a mediados de octubre incorporaron este tipo de practicas y que se han incrementado durante el mes de noviembre; escenario generalizando en todo el territorio español, tal como lo vienen reiterando los medios de comunicación.

2.- Resultados de la encuesta

2.1.- A la pregunta de si habían modificado su política de ventas respecto a la temporada anterior, vía precios mediante descuentos en alguna línea o producto de temporada, en Palma ciudad, el 57% contestaba afirmativamente, 20 puntos por encima del resultado del mes de octubre y en los restantes pueblos de Mallorca el 40 %; 27 puntos por encima del resultado del es de octubre.

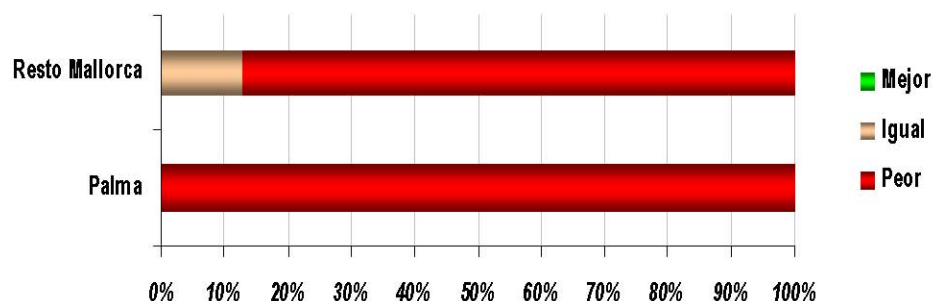
El gráfico siguiente ilustra las respuestas en Palma ciudad y en el resto de Mallorca.



2.2.- A la pregunta de cual era la percepción que tienen los comerciantes ante el comportamiento de las ventas del mes de diciembre en Palma ciudad el 100 % consideran que serán peores que las del mismo mes del año anterior. En el resto de los pueblos de Mallorca la percepción es menos negativa ya que los que consideran que serán peores (87%) se sitúan un 13% por debajo, los cuales consideran que serán iguales que el mes de diciembre de 2007. En el conjunto de Mallorca, ningún comerciante encuestado considera que serán mejores que los del año anterior.

El gráfico siguiente ilustra la percepción de los comerciantes ante el comportamiento de las ventas

Expectativas sobre el mes de diciembre de 2008 respecto al mismo mes del año 2007



2.3.- A la pregunta de que a la vista de la evolución de la temporada cual es la percepción que tienen sobre el comportamiento de las ventas durante el periodo festivo de navidad y año nuevo, en Palma ciudad el 76 % considera que serán peores, mientras que los que consideran que serán iguales (14%) y mejores (10%) alcanza el 24%.

En los restantes pueblos de Mallorca los comerciantes se muestran menos optimistas que en Palma ciudad ya que tan solo el 5 % considera que serán mejores, el 13 % que serán igual que el año anterior y el 82 % considera que serán peores

El gráfico siguiente ilustra los resultados de la percepción que manifiestan los comerciantes ante las ventas de los días abiertos al público que giran en torno a las festividades de navidad y año nuevo

Opinión de los comerciantes de como se comportara la campaña de navidad y año nuevo de 2008, respecto al año 2007

