

INFORMES PIMECO

CONJUNTURA MENSUAL (Desembre 2009)

+

CAMPANYA DE REBAIXES (Gener 2010)

Incloem l'“Informe de Conjuntura Mensual” corresponent al Desembre de 2009 i realitzat per PIMECO. Se tracta d'una enquesta a comerciants minoristes sobre les vendes i les comparatives amb el mes i l'any anteriors.

A més, també hi trobareu un informe sobre els tres primers dies de la campanya de rebaixes de gener de 2010.

RESULTADOS DICIEMBRE 2009

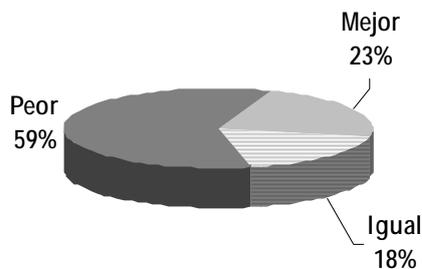
1.- VALORACIÓN MENSUAL RESPECTO AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR

La percepción de los comerciantes sobre las ventas de la totalidad del mes de diciembre respecto a las del mismo periodo del año anterior, presenta una valoración negativa, como puede apreciarse en el cuadro siguiente.

Opinión sobre ventas en diciembre 2009 respecto al mismo mes del año anterior			
	<i>Mallorca</i>	<i>Palma</i>	<i>Pobles</i>
Mejor	23%	25%	20%
Igual	18%	12%	24%
Peor	59%	63%	56%

Así, más de la mitad de los comerciantes de Mallorca considera que las ventas en el mes de diciembre han sido peores que las del mismo mes del año 2008.

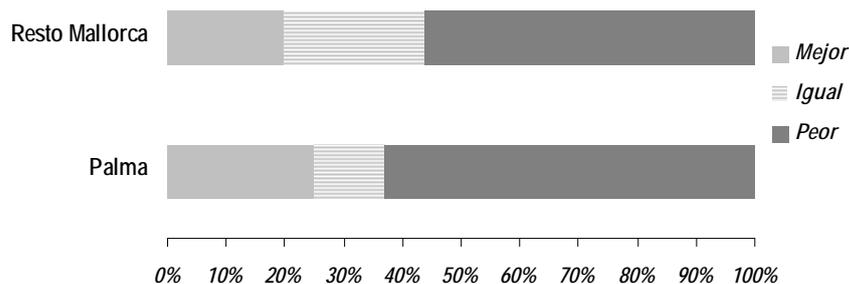
Mallorca:variación anual_diciembre 2009 / diciembre 2008



El 59 % de los comerciantes de Mallorca, considera que este mes de diciembre ha sido peor en ventas que el mismo mes del año anterior y el 18 % manifiesta que han sido igual que las del año 2008 y tan solo el 23 % las califica de mejores.

El gráfico siguiente ilustra la opinión de los comerciantes en Palma y en el resto de pueblos de Mallorca respecto al mismo mes del año 2008, en el que se aprecia un comportamiento en Palma ciudad ligeramente más negativo que en el resto de pueblos de Mallorca, si bien los que lo han considerado mejor, supera a los de los restantes pueblos de la isla.

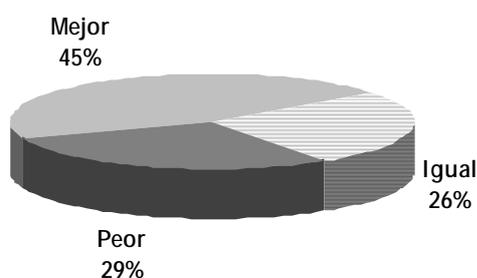
Diciembre 2009_ Comportamiento de las ventas respecto al mismo mes del año anterior.



2.- VALORACIÓN MENSUAL RESPECTO AL MES ANTERIOR

Respecto al mes de noviembre pasado, los comerciantes de Mallorca, opinan que durante el mes de diciembre las ventas se han incrementado. Así, un 45 % de los encuestados consideran que las ventas han sido mejores, el 26 % consideran que han sido iguales que el mes anterior y en torno al 29 % de los comerciantes consideran que han sido peores.

Mallorca: Variación mensual_ diciembre 2009 / noviembre 2009

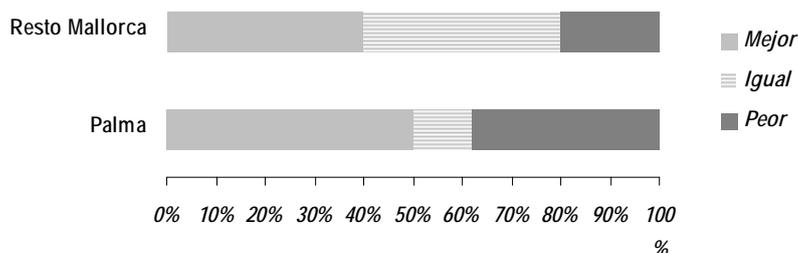


Mientras en Palma ciudad el 50 % de los comerciantes encuestados considera que han sido mejores, en el resto de Mallorca esta percepción se sitúa en torno al 40 %. En Palma ciudad el 38% considera que han sido peores y en el resto de pueblos de Mallorca, alcanza 1/5 parte de los encuestados. El 12% en Palma y el 40% en el resto de Mallorca, considera que las ventas de este mes se han comportado igual que el mes de noviembre anterior.

Opinión sobre Ventas en el mes de diciembre de 2009 respecto al mes de noviembre de 2009			
	Mallorca	Palma	Pobles
Mejor	45%	50%	40%
Igual	26%	12%	40%
Peor	29%	38%	20%

El gráfico siguiente ilustra la opinión de los comerciantes en Palma y en el resto de pueblos de Mallorca de los resultados del mes de diciembre respecto al mes de noviembre y en el que se aprecia el mejor comportamiento de las ventas en los comercios radicados en los pueblos de Mallorca.

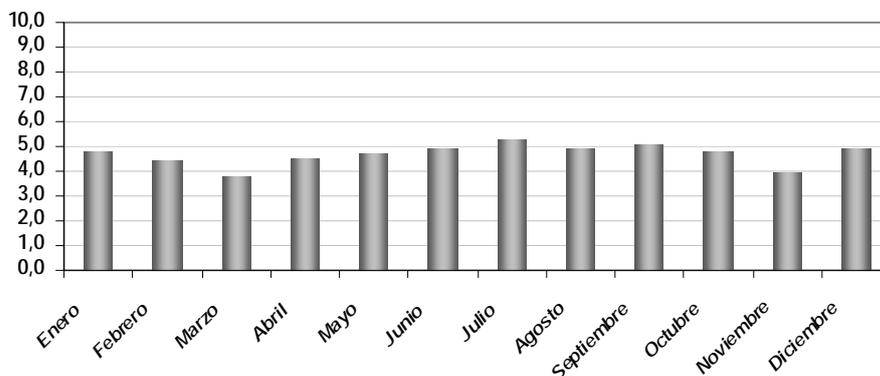
Diciembre 2009_Comportamiento de las ventas respecto al mes anterior



3.- ÍNDICE MENSUAL

La valoración global de la actividad comercial (venta realizada / afluencia de clientes) del mes de diciembre en el conjunto de Mallorca (4,9), experimenta un incremento de 1 punto respecto al mes de noviembre (3,9) y lo sitúa a 2 décimas por encima del promedio (4,7) de los últimos 12 meses.

Mallorca



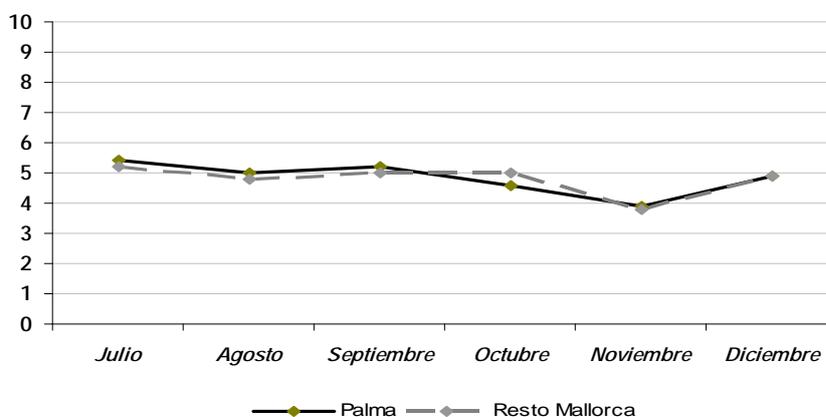
Por zonas, en Palma ciudad, la valoración global de la actividad comercial del mes de diciembre (4,9) crece 1 punto respecto al mes de noviembre, mientras que en los restantes pueblos de Mallorca, el indicador de actividad comercial crece 11 décimas (4,9) respecto al mes anterior (3,8)

En el cuadro siguiente se consigna la evolución del indicador de Palma y de los pueblos de Mallorca de los últimos 6 meses y se aprecian las variaciones mensuales en cada zona. En el caso de Palma (4,9) 1 décima por encima de su promedio semestral (4,8) y en los restantes pueblos de Mallorca (4,9) 1 décima por encima de su promedio semestral (4,8).

Índice mensual de los últimos 6 meses

	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<i>Palma</i>	5,4	5	5,2	4,6	3,9	4,9
<i>Otros</i>	5,2	4,8	5	5	3,8	4,9

En el gráfico siguiente se puede visualizar la evolución mensual de los indicadores de Palma y de los otros pueblos de la isla en los últimos seis meses.



En relación al mismo mes del año anterior la valoración global del índice mensual de actividad comercial, experimenta un descenso del 2 % en el conjunto de Mallorca, siendo

más acusado en los pueblos de Mallorca (-7,6 %), mientras en Palma la diferencia porcentual presenta un ligero incremento (4 %). Estos datos deben tomarse con cautela ya que la comparación zonal puede presentar una considerable dispersión debido a la muestra y a la concentración comercial de Palma respecto al conjunto de Mallorca.

	Diciembre_09	Diciembre_08	diferencia	en %
Mallorca	4,9	5	- 0,1	- 2 %
Palma	4,9	4,7	0,2	4 %
Resto Mallorca	4,9	5,3	-0,4	- 7,6%

4.- CONCLUSIONES

La valoración global, para el conjunto de Mallorca (4,9) del índice continuo mensual experimenta una clara recuperación (1,0) respecto al mes anterior, y se sitúa a dos décimas de punto por encima del nivel de la valoración media de los últimos doce meses (4,7).

En Palma ciudad la actividad comercial en el mes de diciembre crece 1 punto respecto al mes de noviembre y se sitúa en el valor 4,9; dos décimas por encima del promedio de los últimos 12 meses (4,7).

En los Pueblos del resto de la isla, la actividad comercial crece con igual intensidad situándose en el valor, 4,9; tres décimas por encima del promedio de los últimos 12 meses (4,6).

Respecto al mes anterior (noviembre-2009) se constata un incremento de las ventas en los comercios de Mallorca, ya que casi la mitad de los comerciantes, manifiesta que en este mes, las ventas han sido mejores que en el mes anterior y ¼ parte ha considerado que han ido parejas, mientras alrededor del 29 % manifiesta que han sido peores.

Respecto al mismo mes del año 2008, en términos de ventas este mes de diciembre, sigue presentando resultados negativos, tanto en Palma como en los restantes pueblos de Mallorca con resultados adversos que se sitúan en torno al 59% de los comerciantes encuestados, siendo más acusado en Palma ciudad (63%) que en los pueblos de Mallorca (56 %).

Los datos del mes de diciembre corroboran por una parte el alcance de la retracción del consumo de bienes destinados a las personas ocasionados por una menor disposición de las rentas familiares destinadas a las compras y por la restricción del crédito destinado al consumo. Asimismo se observa un evidente cambio en los hábitos de compra de los consumidores, los cuales pese a seguir en líneas generales con la tradición del consumo propio de este mes, claramente influenciado por las festividades de navidad y año nuevo, se ha constatado un comportamiento más restrictivo y selectivo en el momento de rematar sus compras, incluso de aquellos productos que mediante promociones especiales han experimentado una considerable disminución del precio.

Avance de los resultados de la encuesta realizada a los comerciantes minoristas radicados en la isla de Mallorca, de establecimientos comerciales minoristas unilocalizados de los códigos 47.71 y 47.72 de la Clasificación Nacional de Actividades Empresariales (CNAE-2009). Ámbito muestral equivalente al del barómetro mensual del comercio minorista de PIMECO.

Resultados

A la pregunta de cómo se habían comportado las ventas en los tres primeros días de la campaña de rebajas, o de los cuatro si habían abierto el domingo (periodo del 7 al 9 de enero o del 7 al 10 de enero), los comerciantes radicados en Palma, contestaron que estas se habían comportado mejor que los mismos días del año 2009 en una proporción del 38 %, que se habían comportado igual el 36% y que las ventas habían sido peores el 26 %.

En el resto de los pueblos de Mallorca, el comportamiento de la campaña de rebajas, es percibido de forma más negativa ya que solamente el 25 % de los comerciantes encuestados considera que han comportado mejor que el año anterior y el 55 % que han sido peores que las ventas de los mismos días del año 2009. El 20 % considera que las ventas se han comportado igual que las del año 2009.

En el cuadro siguiente se pueden apreciar los valores en términos porcentuales de las respuestas según su ámbito territorial.

	Mejor	Igual	Peor
Palma	38%	36%	26%
Resto de Mallorca	25%	20%	55%

A la vista del resultado de estos primeros días se les preguntaba a los comerciantes encuestados, su opinión de cómo evolucionaría la campaña de rebajas en la primera quincena del mes con respecto a los resultados en el mismo periodo del año 2009.

En Palma, de los comerciantes encuestados, el 40 % respondía que las ventas se comportarían mejor, el 35 % igual y el 25 % que se comportarían peor.

En el resto de Mallorca, quienes consideraron que se comportarían mejor representaban el 20%, quienes consideraban que se comportarían igual alcanzan el 50 % y quienes consideran que se comportarán peor, suman el 30 %.

{2} nota de alcance

En el cuadro siguiente se pueden apreciar los valores en términos porcentuales de las respuestas según su ámbito territorial

	Mejor	Igual	Peor
Palma	40%	35%	25%
Resto de Mallorca	20%	50%	30%

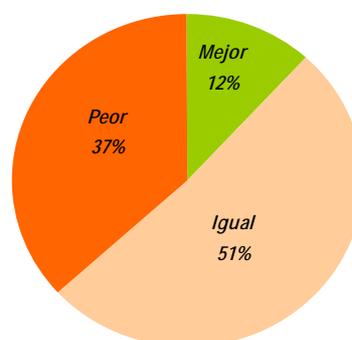
Los resultados, nos indican por una parte que el comportamiento de las ventas en los primeros días de la campaña de rebajas, responden al comportamiento esperado, que se viene manifestando en todas las campañas de rebajas, en las que los comercios de Palma ciudad ejercen de atractor de las primeras compras y donde se concentra el mayor flujo de ventas del conjunto de Mallorca.

A la pregunta de cómo interpretaban el nivel y ritmo de ventas, fue cual fue la valoración efectuada, adquiere relevancia el factor climático y la afluencia de clientela y pierde consistencia el factor económico.

El factor climático adquiere aspectos positivos y negativos, asociado al rigor del tiempo, ya que si por una parte a favorecido las compras de prendas y calzado de abrigo, por otra, se manifiesta que el mal tiempo de estos primeros días, ha impedido una mayor afluencia de clientes. Los comerciantes encuestados, sea cual sea su ubicación territorial, son de la opinión mayoritaria que el nivel de descuento de los productos ofertados en rebajas, han estimulado el remate de las compras.

De todo ello podemos deducir que pese a unas condiciones climáticas adversas el resultado de estos primeros días, han sido mejores de lo esperado si nos atenemos a las previsiones que tenían los comerciantes, antes del inicio de la campaña.

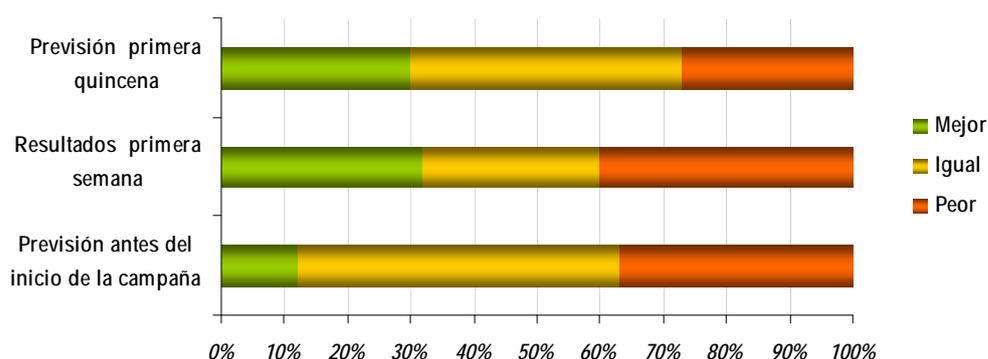
En el cuestionario del barómetro de PIMECO correspondiente al mes de diciembre de 2009, se preguntó a los comerciantes, cual era la percepción de cómo se desarrollaría la campaña de rebajas de 2010, con respecto a la misma de 2009. En esta, los resultados para el conjunto de Mallorca, arrojan los siguientes valores: apenas el 12 % consideraba que serían mejores que las del invierno de 2009 y algo más de la mitad (51%) considera que serían iguales. El 37% consideraba que serían peores.



Como puede observarse de los datos de los primeros días de la campaña y pese a las inclemencias del tiempo, estos son mejores, incluso los manifestados en los pueblos de Mallorca, que son peores que los de Palma ciudad; lo cual nos permite deducir que pese a la más que evidente variación del comportamiento de los consumidores que se habían retraído de forma notable en el consumo de los últimos meses, al menos en estas primeras semanas, las ventas de productos rebajados, experimentarán cuanto menos el mismo volumen de unidades que las pasadas rebajas del mes de enero de 2009, si bien el volumen de negocio experimentará una disminución considerable, debido a la mayor tasa de descuento que se ha aplicado a los productos rebajados.

En el cuadro y gráfico siguientes pueden apreciarse los valores porcentuales de las respuestas efectuadas por los comerciantes encuestados antes del inicio de la campaña, a la finalización de la primera semana y la previsión de la primera quincena de la campaña de rebajas.

	Mejor	Igual	Peor
Previsión antes del inicio de la campaña	12%	51%	37%
Resultados primera semana	32%	28%	40%
Previsión primera quincena	30%	43%	27%



No obstante deberemos esperar a los resultados de la primera quincena de la campaña, para conocer si las previsiones que han manifestado los comerciantes se cumplen fehacientemente.