

INFORMES PIMECO

CONJUNTURA MENSUAL (Gener 2010)

Incloem l'“Informe de Conjuntura Mensual” corresponent al Gener de 2010 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.

RESULTADOS ENERO 2010

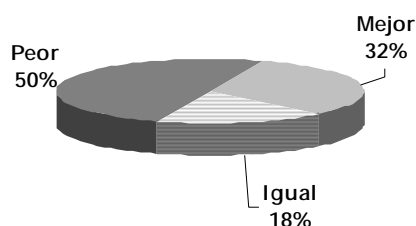
1.- VALORACIÓN MENSUAL RESPECTO AL MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR

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

Opinión de los comerciantes respecto a las ventas del mismo mes del año anterior			
	Mallorca	Palma	Resto Mallorca
Mejor	32 %	38 %	25 %
Igual	18 %	12 %	25 %
Peor	50 %	50 %	50 %

Así, la mitad de los comerciantes de Mallorca considera que las ventas en el mes de Enero han sido peores que las del mismo mes del año 2009.

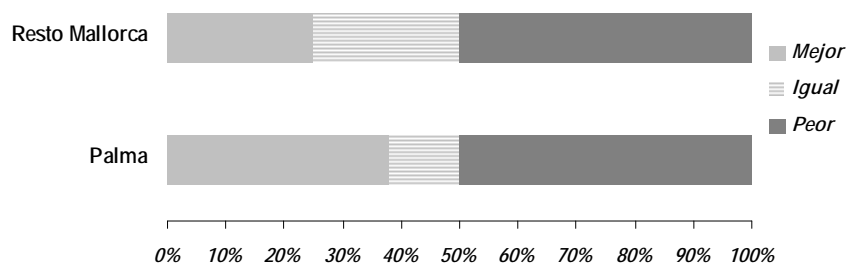
Mallorca: variación anual_enero 2010 / enero 2009



El 50 % de los comerciantes de Mallorca, considera que este mes de enero ha sido peor en ventas que el mismo mes del año anterior, el 32 % manifiesta que han sido mejores y el 18 % las califica de igual que las de enero del año 2009. Pese a la importante porción que considera que el volumen de ventas ha sido peor, es destacable que 1/3 de los comerciantes encuestados considera que este mes de enero ha sido mejor que el del año 2009.

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 2009, en el que se aprecia un comportamiento en Palma ciudad ligeramente más positivo que en el resto de pueblos de Mallorca, si bien los que lo han considerado peor, iguala a los de los restantes pueblos de la isla.

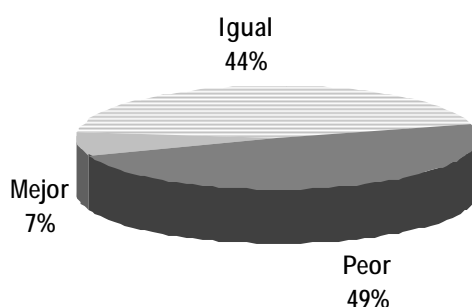
Enero 2010_ Comportamiento de las ventas respecto al mismo mes del año anterior.



2.- VALORACIÓN MENSUAL RESPECTO AL MES ANTERIOR

Respecto al mes de diciembre pasado, los comerciantes de Mallorca, opinan que durante el mes de enero las ventas se han estabilizado. Así, un 44 % de los encuestados consideran que las ventas han sido iguales, y tan solo el 7 % consideran que han sido mejores que el mes anterior y en torno al 49 % de los comerciantes consideran que han sido peores.

Mallorca: Variación mensual_ enero 2010 / diciembre 2009

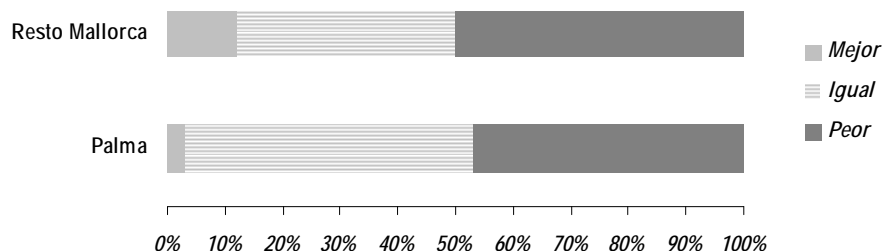


Mientras en Palma ciudad el 3 % de los comerciantes encuestados considera que han sido mejores, en el resto de Mallorca esta percepción se sitúa en torno al 12 %. En Palma ciudad el 47% considera que han sido peores y en el resto de pueblos de Mallorca, alcanza a la mitad de los encuestados. El 50% en Palma y el 38% en el resto de Mallorca, considera que las ventas de este mes se han comportado igual que el mes de diciembre anterior.

Opinión de los comerciantes respecto a las ventas del mes anterior			
	Mallorca	Palma	Resto Mallorca
Mejor	7 %	3 %	12 %
Igual	44 %	50 %	38 %
Peor	49 %	47 %	50 %

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 enero respecto al mes de diciembre y en el que se aprecia ligeramente el mejor comportamiento de las ventas en los comercios radicados en los pueblos de Mallorca.

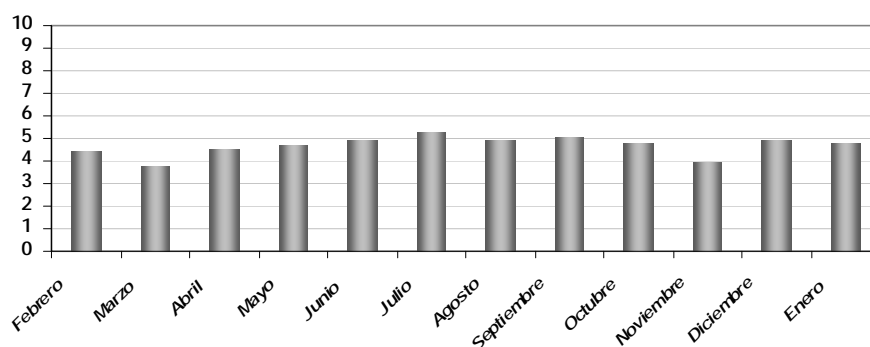
Enero 2010_Comportamiento de las ventas respecto al mes anterior



3.- ÍNDICE MENSUAL

La valoración global de la actividad comercial (venta realizada / afluencia de clientes) del mes de enero en el conjunto de Mallorca (4,8), experimenta un ligero retroceso de 1 décima de punto respecto al mes de diciembre (4,9) y lo sitúa a 1,3 décimas por encima del promedio (4,67) de los últimos 12 meses.

Mallorca

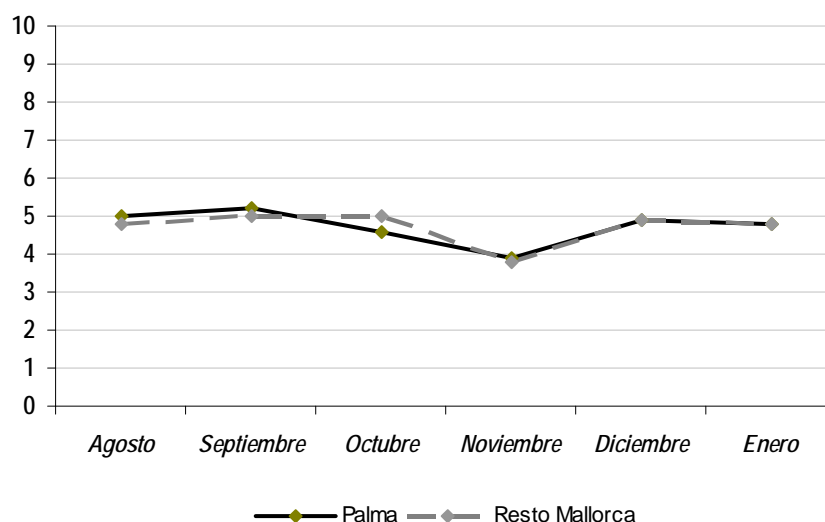


En el cuadro siguiente se consigna la evolución del indicador de Palma y de los pueblos de Mallorca de los últimos 6 meses y se aprecian las variaciones mensuales en cada zona. En el caso de Palma (4,8) 1 décima por encima de su promedio semestral (4,7) y en los restantes pueblos de Mallorca (4,8) 1 décima por encima de su promedio semestral (4,7).

Índice mensual de los últimos 6 meses

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

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, se mantiene estabilizado aunque este dato debe 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 y

que se agrava especialmente en el mes de enero, al incorporar el inicio de la campaña de rebajas.

	ene-10	ene-09	diferencia	en %
Mallorca	4,8	4,8	0	0,00%
Palma	4,8	4,8	0	0,00%
Resto Mallorca	4,8	4,8	0	0,00%

4.- CONCLUSIONES

La valoración global, para el conjunto de Mallorca (4,8) del índice continuo mensual experimenta una ligera disminución (0,1) respecto al mes anterior, y se sitúa a 1,3 décimas de punto por encima del nivel de la valoración media de los últimos doce meses (4,67).

Respecto al mes anterior (diciembre-2009) se constata una estabilización 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 iguales que en el mes anterior y tan solo el 7% ha considerado que han ido mejores, mientras alrededor del 49 % manifiesta que han sido peores.

Respecto al mismo mes del año 2009, en términos de ventas este mes de enero, sigue presentando resultados negativos, tanto en Palma como en los restantes pueblos de Mallorca con resultados adversos que se sitúan en torno al 50% de los comerciantes encuestados.

Los datos del barómetro del mes de enero, deben tomarse con cautela ya que si bien corroboran 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, pueden estar parcialmente sesgados por las especiales características de este mes. Por una parte incorporan los últimos días del periodo festivo de Navidad, Año Nuevo y Reyes y por otra el primer periodo de la campaña de rebajas, periodos con comportamientos de compra no comparables mensualmente con el resto del año.