

Avance de los resultados de la encuesta realizada a los comerciantes 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

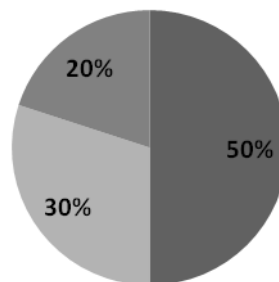
A la pregunta de cómo se habían comportado las ventas (mes de julio), el 50% de los comerciantes han contestado que estas se habían comportado mejor que en el mismo periodo del año 2015; un 30% que se habían comportado igual y un 20% manifiesta que las ventas han sido peores.

En el cuadro y gráfico siguientes se pueden apreciar los valores en términos porcentuales de las respuestas.

	Mejor	Igual	Peor
Mallorca	50%	30%	20%

Comportamiento de las ventas en rebajas del mes de julio respecto al mismo mes del año anterior

■ Mejor ■ Igual ■ Peor

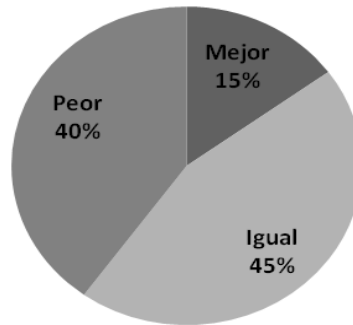


A la vista del resultado del mes de julio se les preguntaba a los comerciantes encuestados, su opinión de cómo evolucionaría la campaña de rebajas en el mes de agosto, respecto a su comportamiento del mes de julio.

El 15% de los comerciantes encuestados opina que el mes de agosto será mejor que el mes anterior, el 45% que las ventas serán iguales y el 40% que irán a peor.

	Mejor	Igual	Peor
Mallorca	15%	45%	40%

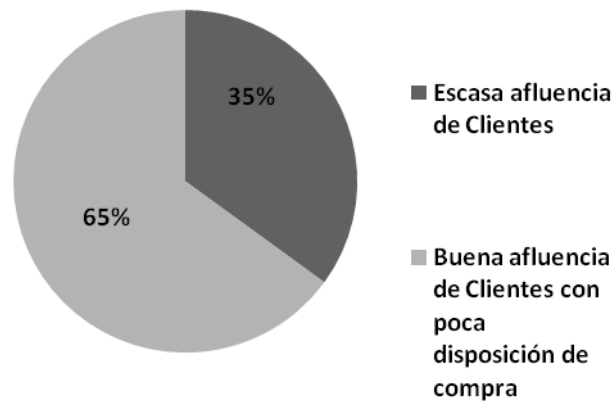
Previsión del comportamiento de las rebajas en el mes de agosto, respecto al mes de julio



A la pregunta de si en general, se habían cumplido las expectativas que habían depositado en las ventas en rebajas, el 60% consideró que estas se habían cumplido, mientras por otro lado el 40% consideró que no se habían cumplido.

De entre los que consideraban que las expectativas generadas antes del inicio de la campaña de rebajas, no se habían cumplido, el 35% lo achaca a la escasa afluencia de clientes y el 65% a la poca disposición de compra pese a la buena afluencia de clientes.

- Escasa afluencia de clientes 35%
- Buena afluencia de clientes y poca disposición de compra 65%



En cuanto a los precios ofertados en rebajas de los productos de temporada, respecto al tipo medio de descuento de la temporada anterior y en la misma fecha (mes de julio de 2015), el 10% dice que el tipo medio ha sido mayor, el 70% que ha sido igual o parecido que en la campaña de rebajas del año 2015 y el 20% que han sido inferiores.

Los resultados, nos indican que el comportamiento de las ventas en el mes de julio de la campaña de rebajas, en general ha respondido a las expectativas generadas antes del inicio de las mismas.

No obstante un significativo 40% no han visto cumplidas sus expectativas ya sea debido a la poca afluencia de clientela o a la escasa disposición de compra de la misma.

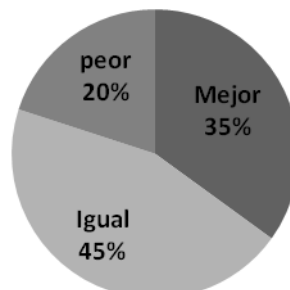
Cumplimiento de expectativas

■ Si ■ No



Antes del inicio de la campaña de rebajas, se preguntó a los comerciantes, cual era la percepción de cómo se desarrollaría la campaña de rebajas de verano- 2016, con respecto a la misma de 2015. Los resultados para el conjunto de Mallorca, arrojan los siguientes valores: el 35% consideraba que serían mejores que las del verano de 2015 y algo menos de la mitad (45%) consideró que serían iguales. El 20% consideraba que serían peores.

Previsión del comportamiento de la campaña de rebajas, antes del inicio de las mismas_Verano 2016, respecto Verano 2015



En el cuadro siguiente pueden apreciarse los valores porcentuales de las respuestas efectuadas por los comerciantes encuestados antes del inicio de la campaña, a la finalización del mes de julio y la previsión para el mes de agosto.

	Mejor	Igual	Peor
Previsión antes del inicio de la campaña	35%	45%	20%
Resultados del mes de julio	50%	30%	20%
Previsión del mes de agosto	15%	45%	40%

Como puede observarse, las ventas en rebajas del mes de julio en general han superado las expectativas depositadas por los comerciantes al inicio de la campaña; confirmando el comportamiento de los clientes que acuden a sus establecimientos para efectuar sus compras durante la campaña de rebajas y que se concentra principalmente en el primer mes.

Para el mes de agosto que ahora comienza, las previsiones apuntan a una ligera ralentización de las ventas de los productos rebajados y su progresiva sustitución por los productos expuestos como avance de temporada para el próximo otoño y que en los últimos años ha experimentado un considerable avance temporal, principalmente en las zonas donde el gasto comercial del turismo visitante, tiene un impacto más acusado sobre el flujo de caja.

El resultado de las ventas de productos de temporada rebajados, debe considerarse en el contexto de la liberalización de las rebajas que en los tres últimos años, está ocasionando un cambio sustantivo en las políticas comerciales de las grandes marcas y distribuidores del subsector de la confección y en el consiguiente comportamiento de los consumidores.

Los establecimientos comerciales unilocalizados y tradicionales, debido a este cambio en la regulación de las rebajas, están acusando una considerable pérdida de poder de mercado, en beneficio de las grandes corporaciones comerciales del ramo de la confección, calzado y complementos y no solo en las ventas durante la campaña de rebajas.

Tan solo el 16 % de los comerciantes encuestados considera que la liberalización de las rebajas, les ha beneficiado y un significativo 70% manifiesta que les ha perjudicado.

Campaña de rebajas liberalizadas

