

Una bona campanya de Nadal per al retail

■ JOAQUIM DEULOFEU AYMAR

Contra los malos augurios, yo soy de los que pienso que tendremos una buena campaña de Navidad, y me baso en datos objetivos.

Como ya sabemos llevamos 14 años de crecimiento económico continuado, los datos más recientes son los del 2006 con un crecimiento del PIB del 3.9 y además el previsto para finales del 2007, de 3.8, dato que sigue siendo muy bueno, como lo es también el previsto para el 2008 con un 2.9. Estos datos los podemos considerar bastante positivos y más aún si los comparamos con la primera potencia económica del mundo, los EE.UU, donde estas cifras son respectivamente, 2.9, 1.7, 2.0 y en la zona euro 2.9, 2.5, 2.3.

Otro indicador clave es el de la evolución de la tasa de paro que si en 2004 era de 11.0, en 2006 ya fue del 8.5 y se prevé que a finales de este año 2007 sea del 8.0, idéntica cifra que se prevé para 2008.

Y por último, el indicador del crecimiento del consumo de los hogares que en 2006 fue de 3.7, con una previsión para finales de año de 3.2 y para el 2008, 2.7. En este último indicador podemos añadir la previsión de crecimiento del consumo para esta Navidad, que la consultora Deloitte, lo considera en un 5.1 respecto al año anterior, un año que ya tuvo un crecimiento bastante importante.

A todo ello podríamos añadir un comentario reciente del reconocido profesor de IESE, José Luís Bueno, que dice: "No van a ser unas Navidades negras en absoluto. Viendo la evolución del consumo de los últimos meses, el comportamiento es el habitual: Septiembre fue mal, Octubre fue mejor que el año pasado, y noviembre está siendo muy malo, como siempre".

Los que predicen malos augurios, lo vienen haciendo desde finales de verano, y a consecuencia de la crisis de las “subprime” de los EE.UU han iniciado su campaña de pesimismo y desencanto cuando no hay peor mal para la economía que la expectativa pesimista. Refuerzan sus argumentos, también con datos objetivos, como son, la tendencia a crecer cada vez es menor, el precio del petróleo no deja de subir, aumento de precios de productos alimenticios básicos i el aumento de los tipos de interés. Suponiendo que se cumpliesen estos malos augurios podría incluso ser una buena oportunidad para todas aquellas empresas que en estos momentos se encuentran en una posición competitiva aceptable, es decir, bien organizados y para aquellas que aún pueden mejorar, el 2008 puede ser un muy buen año para consolidar una organización interna.

Un mensaje final: Tendremos una buena campaña de Navidad y el 2008 señalar como una prioridad el fortalecimiento de vuestra organización.

¡ Buenas ventas ¡

Joaquim Deulofeu

Soci-Director de Qualitat, Serveis Empresarials, S.L.

26 de nov. de 2007