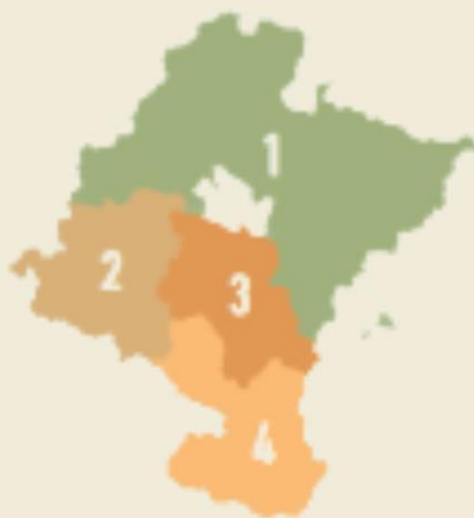


INFORME DE COYUNTURA

Situación del comercio rural en Navarra



Red de Servicio de
DINAMIZACIÓN

*Comercio Rural
de Navarra*

ÍNDICE

1.Introducción	3
2.Zona de estudio	4
4.Síntesis diagnóstica	8
5.Análisis.....	9
5.1. Caracterización del comercio de los entornos rurales de Navarra	9
5.2. Situación actual del comercio rural	13
5.3. Perspectivas del comercio rural	16
5.4. Indicador de confianza.....	18
6.Conclusiones.....	19
7. Referencias.....	23
8. Anexos.....	24

1.Introducción

Este informe de coyuntura se enmarca en las acciones previstas por la Red de Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra, iniciativa impulsada por la Dirección General Comercio y Consumo de Gobierno de Navarra, en colaboración con los Grupos de Acción Local (GAL), Cederna Garalur, Consorcio Eder, Zona Media y Teder.

Uno de los objetivos principales del Plan de Acción, es trabajar para la mejora competitiva de los comercios, para ello es necesario conocer y observar al sector en cada uno de los territorios objeto de actuación.

En esta línea, se han realizado dos acciones:

- La elaboración y actualización de la BBDD del comercio minorista, en las cuatro zonas de los GAL. Ha permitido recopilar una información muy relevante, en cuanto a conocer la situación de partida y cómo se distribuye el sector comercio en los territorios.
- La elaboración de un primer informe de coyuntura que tiene como objetivos, analizar, describir y monitorizar de forma adecuada y conjunta el sector comercial de los entornos rurales de Navarra, definiendo una serie de indicadores de coyuntura necesarios para la implementación de acciones encaminadas a la mejora de la competitividad del sector comercial.

El objetivo de este segundo informe ha sido conocer la situación actual y evolución respecto al año anterior de los comercios de proximidad de los entornos rurales de Navarra.

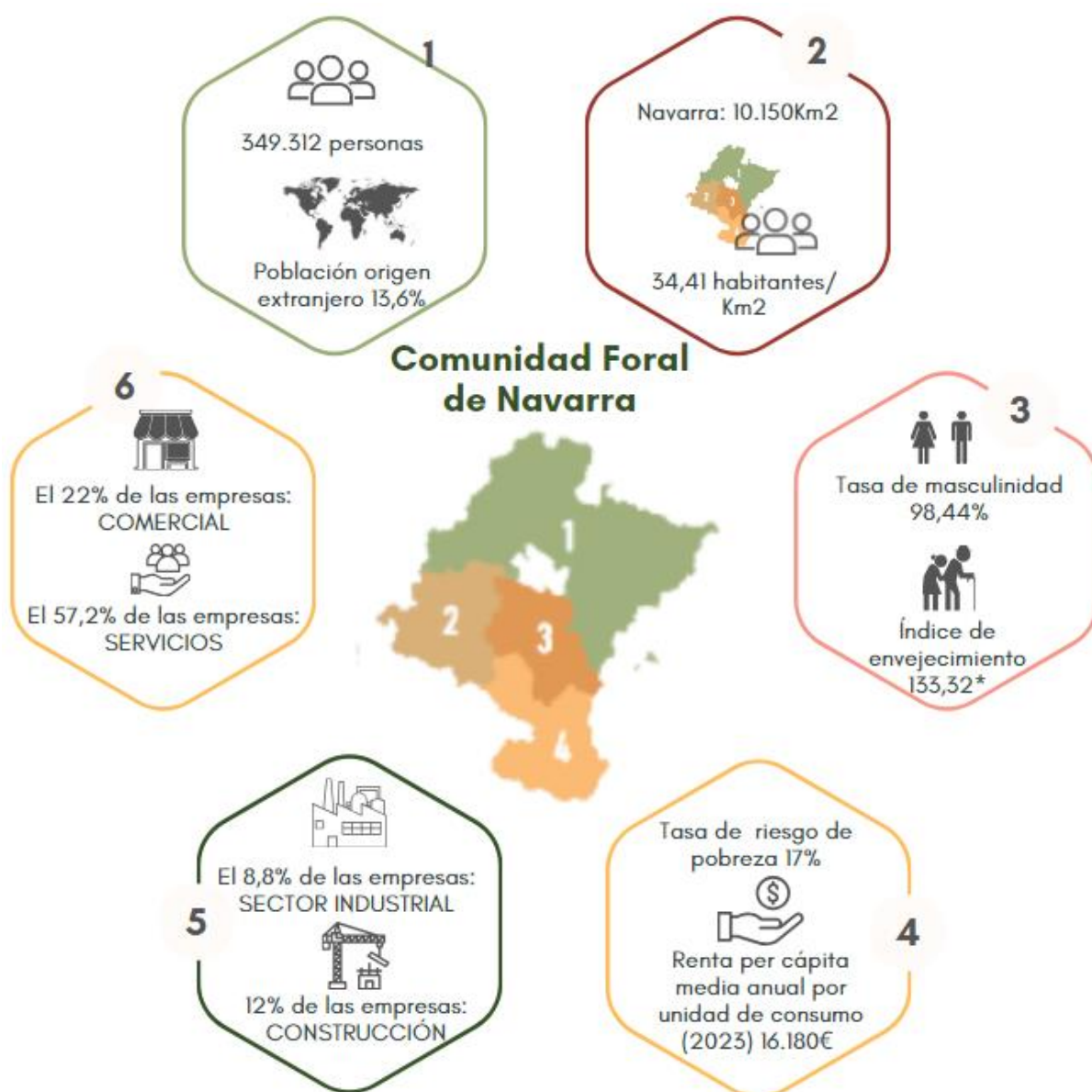
La información recabada permitirá conocer de manera más precisa las necesidades, dificultades que atraviesa el sector y orientar los programas de la Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo dirigidos a los comerciantes, a dar respuesta y apoyar sus actuaciones y para ello cuenta con la Red del Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra, desde los cuatro Grupos de Acción Local: Cederna Garalur, Eder, Zona Media y Teder,

Con el fin de presentar los principales resultados obtenidos y situarlos dentro del contexto característico de los entornos rurales de Navarra, este informe comienza caracterizando brevemente la zona de estudio. Después, se presenta la ficha técnica, con el fin de exponer las principales características estadísticas y metodológicas del estudio. Tras ello, se ofrece una síntesis diagnóstica del análisis realizado, para proceder posteriormente con un análisis más detallado. Finalmente, se recogen las principales conclusiones, se exponen las referencias bibliográficas utilizadas y se presentan los anexos pertinentes.

2.Zona de estudio

La zona de estudio comprende la Comunidad Foral de Navarra, ubicada en el norte del Estado español y dividida en cuatro entornos rurales distintivos: la Montaña (desde Sakana hasta Pirineo y Prepirineo), Tierra Estella, Zona Media y Ribera de Navarra.

A continuación, se muestran datos relevantes sobre el territorio objetivo de estudio:



¹Índice de envejecimiento

¹ Este índice se sitúa en 133,32, lo que significa que hay aproximadamente 133 personas mayores de 65 años por cada 100 menores de 15 años en la zona objeto de estudio.

3.Ficha técnica

Calendario

Validación	junio de 2023
Trabajo de campo	Elaboración de la Base de Datos: julio 2023 Difusión de la encuesta: julio 2023 - febrero de 2024.

Difusión del informe	junio de 2024.
-----------------------------	----------------

Conceptos y definiciones

Nivel de stock	Conjunto de mercancías almacenadas por una empresa, tanto materias primas como productos finales.
Gastos fijos	Gastos que una empresa debe pagar independientemente de su nivel de actividad.
Actividad económica	Valor añadido generado mediante la producción de bienes y servicios.
Personal asalariado	Número total de personas que trabajan en la empresa en una fecha determinada y perciben una remuneración salarial.
Precio final	Precio que incluye los impuestos, tasas, incrementos o descuentos que sean de aplicación. Para la actividad comercial coincide con el precio final de venta al público (PVP).
Volumen de ventas	Número de unidades vendidas en un periodo determinado de tiempo.
Índice del Nivel de Ventas	Índice que mide la percepción de los comercios respecto a su volumen de ventas actual. Para calcularlo se realiza un indicador por cada GAL mediante una media aritmética ponderada donde a cada una de las posibles respuestas se le asigna un peso de: • Nivel de ventas muy bueno: 100 • Nivel de ventas bueno: 75 • Nivel de ventas satisfactorio: 50 • Nivel de ventas malo: 25 • Nivel de ventas muy malo: 0

El valor del índice oscila entre 0 y 100, siendo mejor la percepción de los comercios respecto a su nivel de ventas actual cuanto más se acerque el índice a 100 y peor cuanto más cercano de 0 se encuentre.

Índice del Nivel de Stock

Índice que mide la percepción de los comercios respecto a su nivel de stock actual. Para calcularlo se realiza un indicador por cada GAL mediante una media aritmética ponderada donde a cada una de las posibles respuestas se le asigna un peso de:

- Nivel de stock muy reducido: 100
- Nivel de stock reducido: 75
- Nivel de stock adecuado: 50
- Nivel de stock excesivo: 25
- Nivel de stock muy excesivo: 0

El valor del índice oscila entre 0 y 100, siendo mejor la percepción de los comercios respecto a su nivel de stock actual cuanto más se acerque a 100, y peor cuanto más cercano de 0 se encuentre.

Índice de perspectiva del volumen de ventas

Índice que mide las expectativas de los comercios respecto a su volumen de venta esperado en 2024. Para calcularlo se realiza una media aritmética ponderada donde a cada una de las posibles respuestas se le asigna un peso de:

- Volumen de ventas muy creciente: 100
- Volumen de ventas creciente: 75
- Volumen de ventas estable: 50
- Volumen de ventas decreciente: 25
- Volumen de ventas muy decreciente: 0

El valor del índice oscila entre 0 y 100, siendo mejor las expectativas de los comercios respecto a su volumen de ventas en 2024 cuanto más se acerque a 100, y peor cuanto más cercano de 0 se encuentre.

Conceptos y definiciones

Indicador de Confianza

Media aritmética entre el Índice del Nivel de Ventas, el Índice del Nivel de Stock y el Índice de Perspectivas del Volumen de Ventas.

El valor del indicador oscila entre 0 y 100, siendo mayor el grado de confianza de los comercios cuanto más se acerque a 100, y peor cuanto más cercano de 0 se encuentre.

Universo muestral

BBDD de los comercios de los entornos rurales de Navarra

Total comercios: 2.362

Error muestral:

Comercios contactados: 1.491

5,88% (nivel de confianza 95%)

Total respuestas: 249

Error muestral:

Índice de respuesta relativo: 16,7%

6,50% (nivel de confianza 97%)

Fuente

Base de datos del comercio rural de los entornos rurales de Navarra y encuesta de carácter coyuntural sobre la situación del comercio

Métodos

Recogida de datos

- Mailing dirigido a los comerciantes (encuesta en Google Forms)
- Mailing dirigido a las asociaciones de comerciantes (encuesta en Google Forms)
- Publicación en RRSS

Tratamiento de datos

Todos los datos se han volcado en una hoja Excel.

Para calcular las variables porcentaje de población de origen extranjero, tasa de masculinidad, índice de envejecimiento, renta pc anual por unidad de consumo y tasa de pobreza se ha realizado una media ponderada por el peso poblacional de los distintos GAL.

Para calcular las variables porcentaje de empresas industriales, porcentaje de empresas del sector de la construcción, porcentaje de empresas comerciales y porcentaje de empresas del sector servicio se ha hecho una media ponderada por el peso de las empresas con sede social de cada GAL respecto al total.

Para calcular la población total, la superficie, el número de empresas con sede social en los entornos rurales y el número de polígonos industriales se han agregado los datos de los cuatro GAL.

La densidad poblacional se ha calculado dividiendo el número de habitantes total entre la superficie total.

Nota metodológica

El objetivo de este informe es representar la situación del comercio rural para el total de Navarra, excluyendo a Pamplona y la cuenca. Bajo ningún concepto se pretenden extraer particularidades.

4. Síntesis diagnóstica

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 249 comercios
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN RELATIVA: 1.491
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN: 2.362 comercios
MÉTODOS:

- Encuesta online (Google Forms)
- Publicación en Redes Sociales



INDICADOR DE VENTAS

49,30



INDICADOR DE STOCK

49,40



INDICADOR DE LAS
EXPECTATIVAS DE VENTA

45,28

Indicador de Confianza: 48

01

Situación actual del comercio

El **73,10%** de los comercios encuestados opinan que su **nivel de ventas** es al menos **satisfactorio**.

El **81,10%** de los comercios encuestados **han notado un incremento** en los **precios de sus proveedores**.

El **78,70%** de los comercios encuestados creen que su **stock** es **suficiente o reducido**.

02

Expectativas del comercio en la segunda mitad del 2023

El **68,70%** de los comercios encuestados creen que su **nivel de ventas** ha sido **igual o mejor** en **2023**.

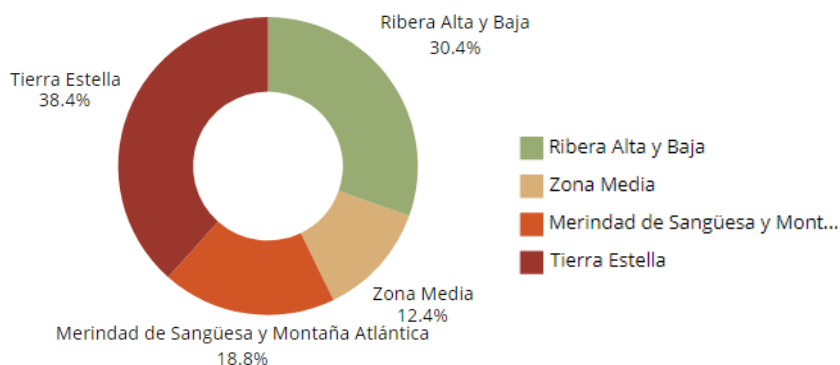
El **75,50%** de los comercios encuestados afirman que el **personal contratado** será **igual o mayor** en **2023**.

El **69,40%** de los comercios encuestados creen que la **situación general** del comercio ha sido **igual o mejor** en **2023**.

5. Análisis

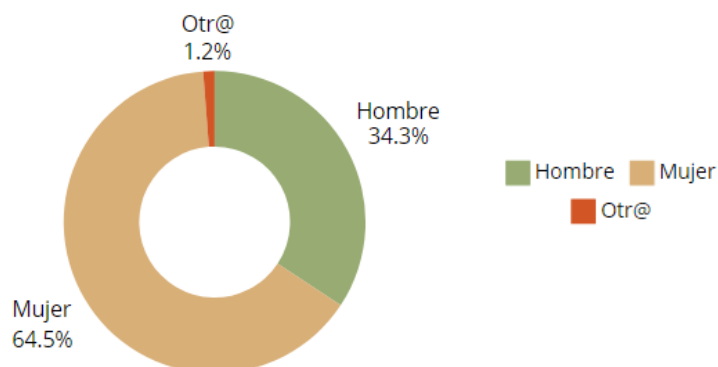
5.1. Caracterización del comercio de los entornos rurales de Navarra

Gráfico 1: Distribución de los comercios de los entornos rurales según la zona donde se ubica.



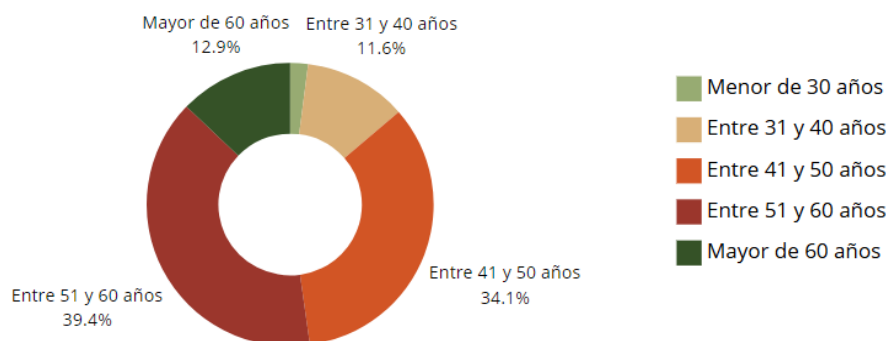
La distribución de los comercios de los entornos rurales encuestados es la siguiente; Ribera Alta y Baja el 30.4%, Tierra Estella el 38.4%, Zona Media el 12.4% y Merindad de Sangüesa y Montaña Atlántica el 18.8%.

Gráfico 2: Distribución de los comercios de los entornos rurales según el género de la persona titular del establecimiento.



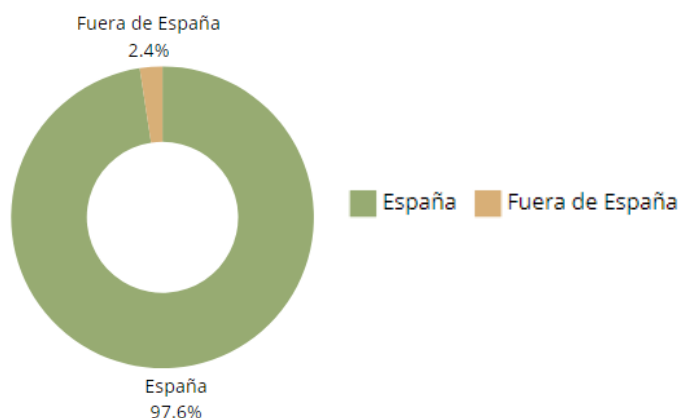
De los comercios encuestados, el 64.5% indican que la persona titular es una mujer, frente al 34.3% que indica que la persona titular es un hombre y 1.2% que no se identifica ni con hombre ni como mujer. Se agudiza el perfil femenino del comercio rural de Navarra respecto al año anterior donde el 55% eran mujeres y el 44% hombres.

Gráfico 3: Distribución de los comercios de los entornos rurales según la edad de la persona titular del establecimiento.



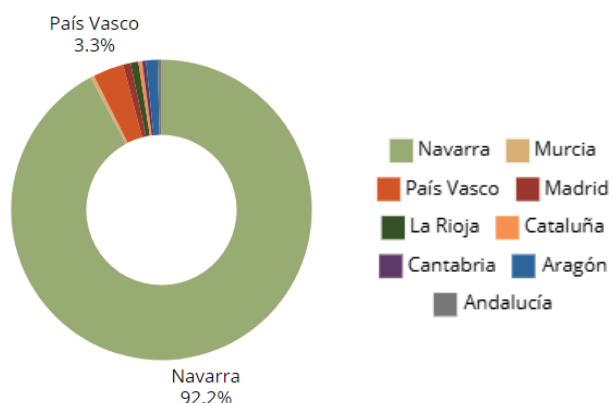
De los comercios encuestados, el 11.6% indica que la persona titular tiene entre 31 y 40 años, siendo el 34.1% quienes afirman tener entre 41 y 50 años. Le sigue el 39.4% que tiene entre 51 y 60 años. El 12.9% mayor de 60 años. Datos que coinciden con el año anterior.

Gráfico 4: Distribución de los comercios de los entornos rurales según zona geográfica de origen de la persona titular del establecimiento



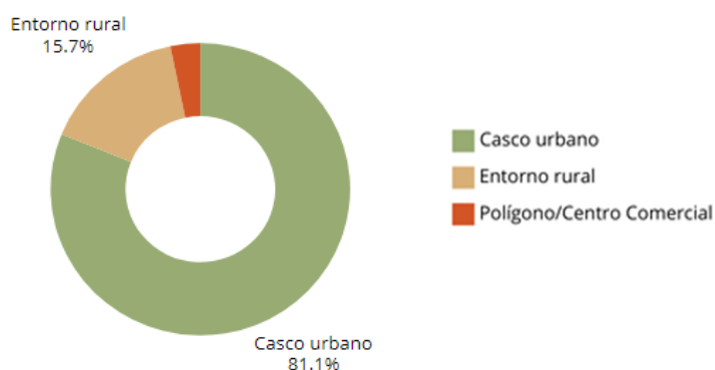
De los comercios encuestados el 97.6% el origen de la persona titular del establecimiento es España y el 2.4% son de fuera de España.

Gráfico 5: Distribución de los comercios de los entornos rurales según la Comunidad Autónoma de origen



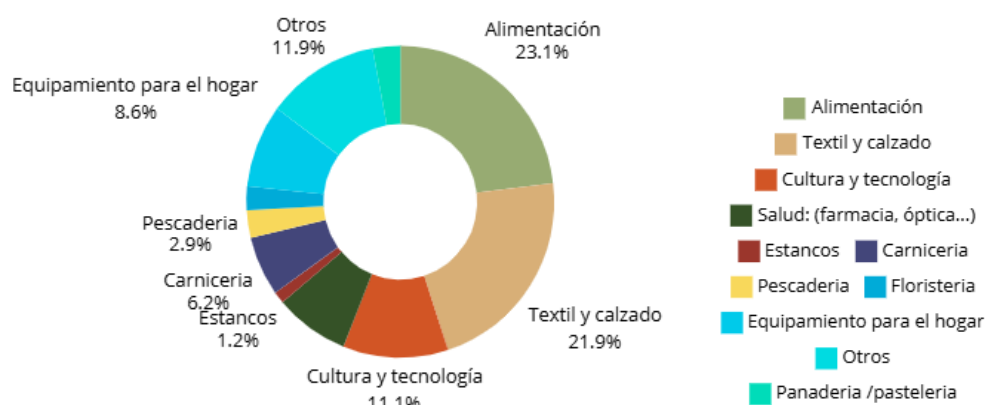
De los comercios encuestados la mayoría son de origen navarro, ascendiendo al 92,2%, vascos hacen un total de 3,3%, seguidos de aragoneses, siendo los datos más significativos. Mientras que el resto (murcianos, madrileños, riojanos y andaluces) hacen un total del 3.3%.

Gráfico 6: Distribución de los comercios de los entornos rurales según la ubicación del establecimiento



De los comercios encuestados, el 81.1% se ubican en el centro urbano y el 15.7% en el entorno rural. Tan solo el 3.2% se sitúan en un polígono o centro comercial.

Gráfico 7: Distribución de los comercios de los entornos rurales según el sector de actividad

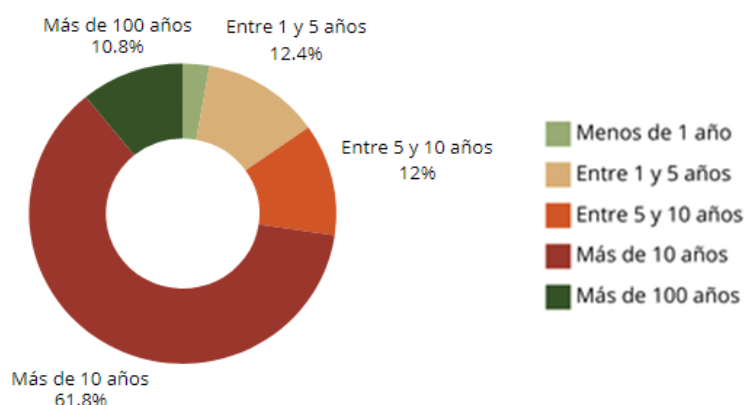


De los comercios encuestados el 22.5% pertenecen al sector de alimentación, el 21.3% tiene comercios relacionados con el textil, calzados y complementos, el 10.8% a cultura y tecnología.

Sin embargo, tan sólo el 7.6% de los encuestados tiene comercios relacionados con Salud, el 6% a carnicería y el 8.4% a otros sectores.

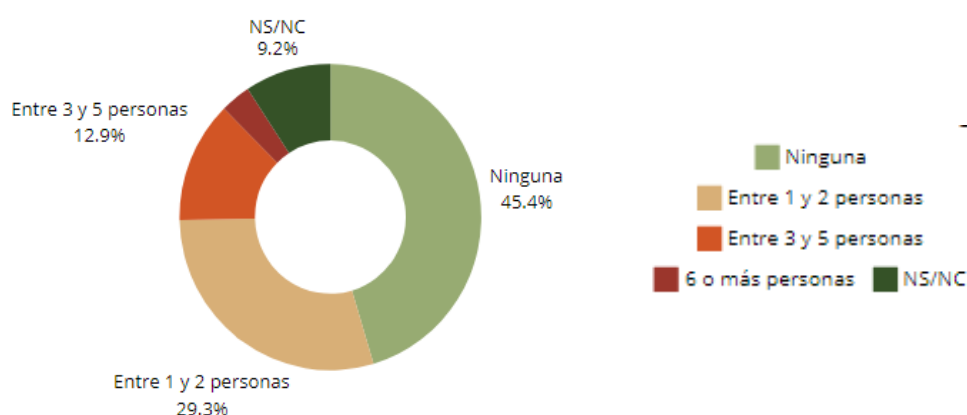
Cabe destacar que el resto pertenecen a sectores como panadería y pastelería, estancos, ferretería, pescadería, floristería, droguería e higiene personal, no ascendiendo a más del 3% cada uno de ellos. Si comparamos los datos del año anterior, las respuestas han sido muy similares.

Gráfico 8: Distribución de los comercios de los entornos rurales según su antigüedad



De los comercios encuestados, el 10.8% tienen una antigüedad superior a 100 años, el 61.8% tienen una antigüedad más de 10 años, el 12% tienen una antigüedad de entre 5 y 10 años y el 12.4% tienen una antigüedad de entre 1 y 5 años. Solo el 3% lleva menos de 1 año con su actividad. Para el análisis actual se han añadido datos de los comercios que llevan más de 100 años de actividad.

Gráfico 9: Distribución de los comercios de los entornos rurales según el número de personas contratadas

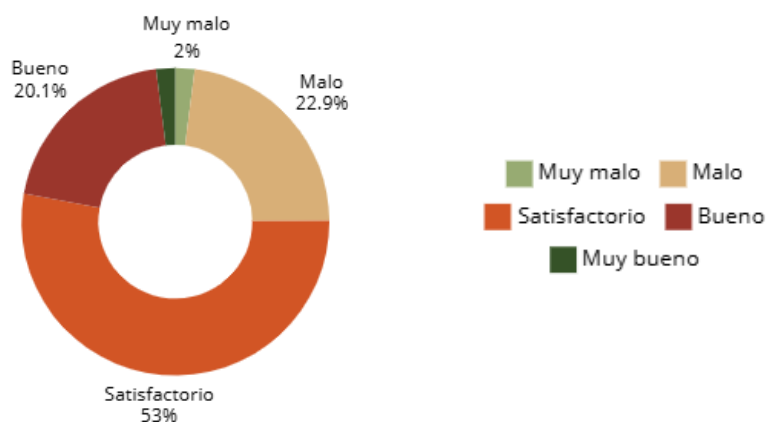


De los comercios encuestados, el 45.4% afirman no tener ninguna persona contratada, frente al 29.3% que tienen entre una y dos personas contratadas. El 12.9 % dicen tener entre tres y cinco personas contratadas y solo el 9.2% no proporcionan respuesta. Únicamente el 3.2% asegura tener contratadas a 6 o más personas.

5.2. Situación actual del comercio rural

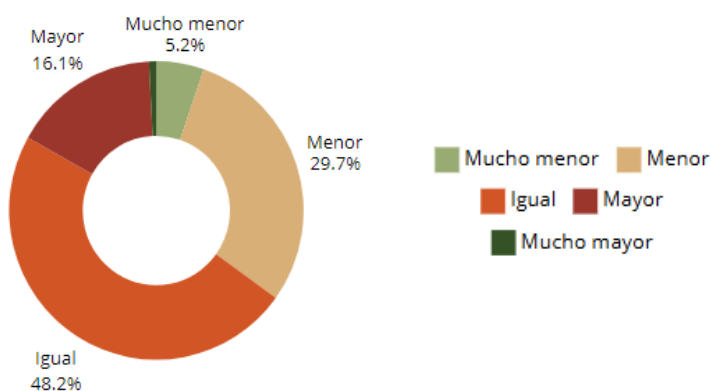
Nivel de ventas

Gráfico 10: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre su nivel actual de ventas



El 53% de los comercios encuestados califican su nivel de ventas actual como satisfactorio, el 20.1% lo califican como bueno. Por otro lado, el 22.9% afirman que es malo y el 2% que es muy malo. La percepción del nivel de ventas ha empeorado sensiblemente respecto al año anterior, donde el 57% de los comercios encuestados calificaron su nivel de ventas como satisfactorio y un 24% lo calificaba como bueno.

Gráfico 11: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre su nivel de ventas con respecto a 2022

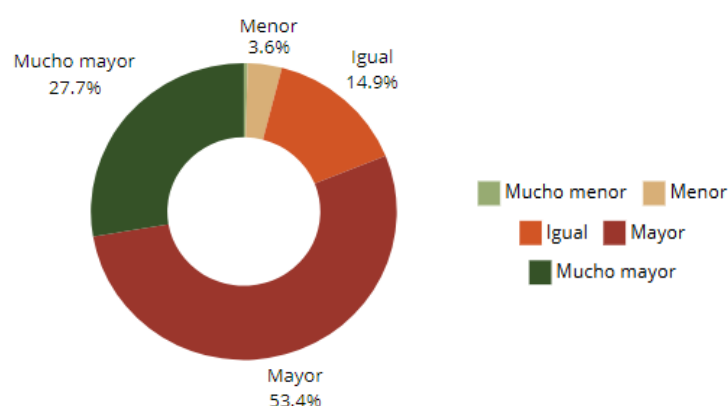


El 48.2% de los comercios encuestados califican su nivel de ventas con respecto al año 2022 igual, el 29.7% lo califican como menor, lo califican como mayor un 16.1% y el 5.2% cómo mucho menor.

Sin embargo, tan sólo el 2% de los encuestados indican que su nivel de ventas con respecto a 2022 aseguran que ha sido mucho mayor.

Precios de compra y provisiones

Gráfico 12: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los precios de compra a proveedores respecto a 2022

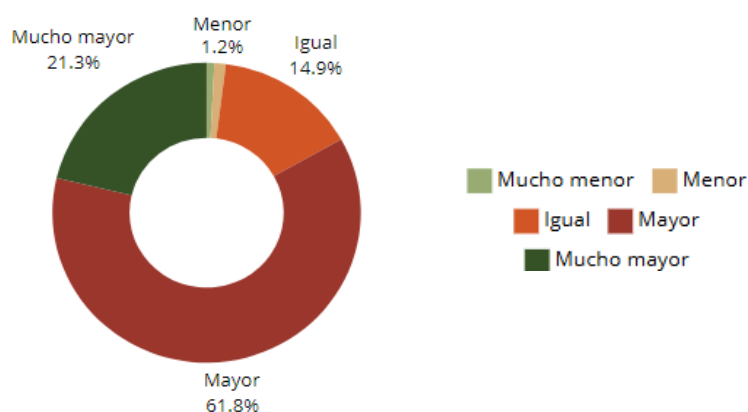


El 53.4% de los comercios encuestados considera que los precios de compra a sus proveedores con respecto a 2022 han sido mayores y el 27.7% mucho mayores.

Sin embargo, el 14.9% de los encuestados afirman que no han variado y el 3.6% consideran que han sido menores.

Gastos fijos

Gráfico 13: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los gastos fijos con respecto a 2022.

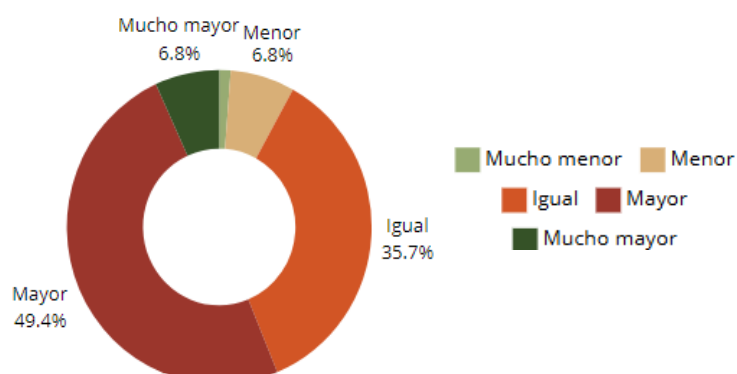


El 61.8% de los comercios encuestados indican que los gastos fijos con respecto a 2022 han sido mayores y el 21.3% mucho mayores.

Sin embargo, el 14.9% de los comercios encuestados aseguran que no han variado y el 1.2% ha respondido que han sido menores. Y el resto (0.8%) manifiestan que han sido mucho menores.

Precios de venta

Gráfico 14: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los precios de venta con respecto a 2022

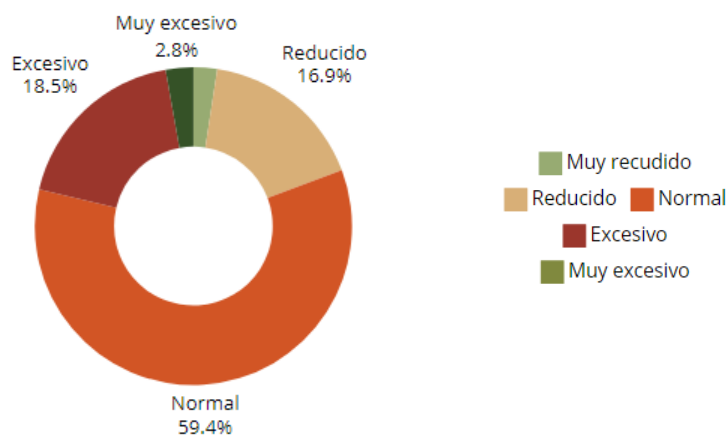


El 49.4% de los comercios encuestados indican que su precio de venta con respecto a 2022 ha sido mayor y el 35.7% manifiesta que lo ha mantenido igual.

Sin embargo, el 6.8% de los encuestados afirma que ha sido mayor, el 6.8% mucho mayor y únicamente el 1.2% mucho menor.

Nivel de stock

Gráfico 15: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre su nivel de stock actual.



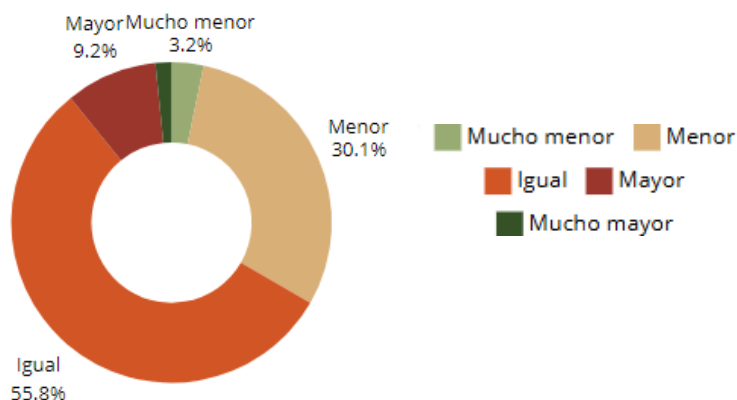
El 59.4% de los comercios encuestados indica que el nivel de stock que tiene actualmente es normal, el 18.5% afirma que es excesivo y el 16.9% reducido.

Sin embargo, el 2.8% y el 2.4% afirman que es muy excesivo y muy reducido respectivamente.

5.3. Perspectivas del comercio rural

Pedidos a proveedores

Gráfico 16: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de pedidos estimados durante la segunda mitad de 2023.

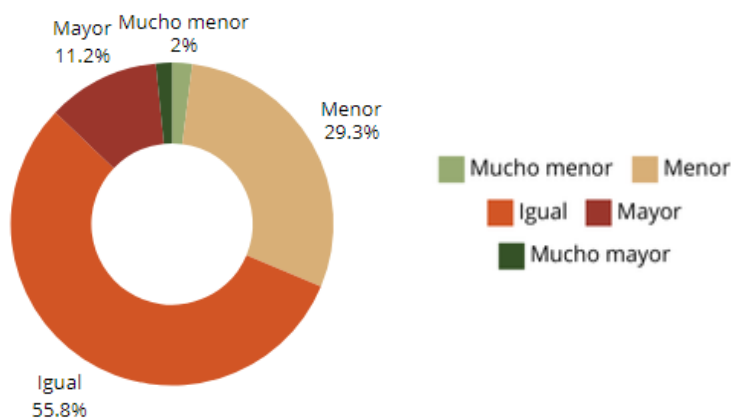


El 55.8% de los encuestados indican que esperan que durante la segunda mitad de 2023 su volumen de pedidos estimados no varíe, el 30.1% consideran que van a ser menores y el 9.2% esperan que sean mayores.

Sin embargo, el 3.2% consideran que esperan que sean mucho menores y el resto mucho mayo

Volumen de ventas

Gráfico 17: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución de ventas estimadas durante la segunda mitad de 2023.

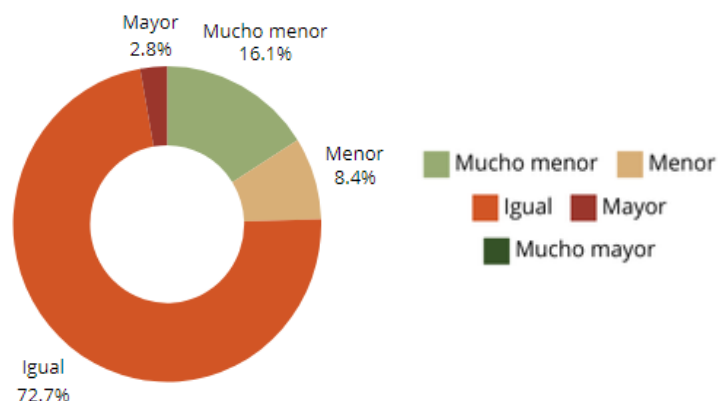


El 55.8% de los encuestados indican que durante la segunda mitad de 2023 esperan que su volumen de ventas sea el mismo, el 29.3% menor y el 11.2% mayor.

Sin embargo, el 2% estiman que serán mucho menores y el resto, 1.7% mucho mayor.

Precio de venta

Gráfico 18: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución del precio de venta durante la segunda mitad de 2023

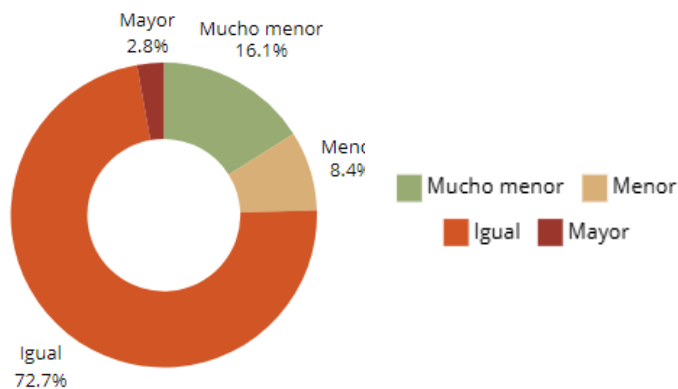


El 72.7% de los comercios encuestados, esperan que el precio de venta de sus productos sea el mismo, el 16.1% sea mucho menor y el 8.4% menor.

Sin embargo, el 2.8% considera que serán mayores.

Número de personas contratadas

Gráfico 19: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución del personal contratado durante la segunda mitad de 2023.

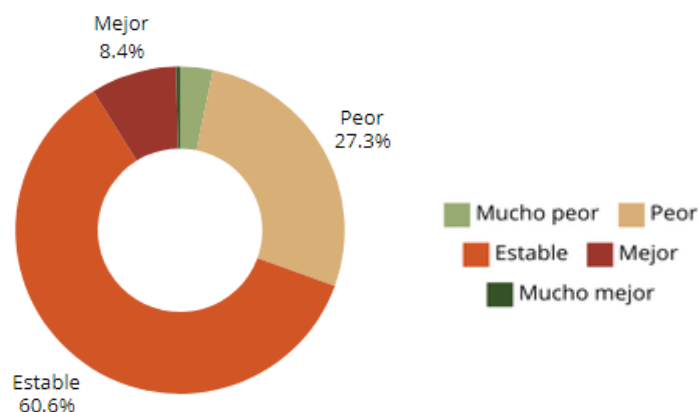


El 72.7% de los encuestados estiman que el número de personas contratadas durante la segunda mitad de 2023 será igual, el 16.1% mucho menor y el 8.4% menor.

Sin embargo, el 2.8% esperan que sean mayores. Ningún comercio encuestado espera tener un mayor número de personas contratadas.

Situación general del comercio rural

Gráfico 20: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución de la situación general del comercio durante la segunda mitad de 2023



El 60.6% de los encuestados esperan que la situación general de comercio no varíe en la segunda mitad de 2023, el 27.3% estiman que será peor y el 8.4% mejor.

Sin embargo, el 3.2% considera que será mucho peor y el resto (0.4%) que serán mucho mayor.

5.4. Indicador de confianza

El Índice de Confianza está compuesto por tres indicadores básicos: (1) Indicador del Nivel de Ventas, (2) Indicador del Nivel de Stock y, (3) Indicador de las Perspectivas del Volumen de Ventas. En la Tabla se muestra el valor para los tres indicadores del conjunto de Navarra.

Indicador del Nivel de Ventas, Indicador del Nivel de Stock e Indicador de las Perspectivas del Volumen de Ventas de los comercios de los entornos rurales de Navarra.

INDICADOR DEL NIVEL DE VENTAS	INDICADOR DEL NIVEL DE STOCK	INDICADOR DE LAS PERSPECTIVAS DEL VOLUMEN VENTAS
49,30	49,40	45,28
Índice de confianza = 48		

El Indicador del Nivel de ventas en el panel de entornos rurales de Navarra tiene un valor de 49,30, y respecto al Indicador del Nivel de stock, este tiene una puntuación de 49,40 ambos insatisfactorios y mejorables.

El Indicador de las Perspectivas del volumen de ventas, hace alusión a las expectativas. En este caso, la puntuación es mucho menor, 45,28 puntos, muy inferior a los indicadores de confianza del nivel de ventas y el nivel de stock.

El Índice de Confianza surge de la media aritmética entre los tres indicadores expuestos, 55 puntos es considerado un nivel satisfactorio. El valor del Índice de Confianza de los comercios de los entornos rurales de Navarra es de 48 puntos, un nivel insatisfactorio y podría ser muy mejorable.

6.Conclusiones

El análisis de los datos del Panel de comercio revela varias tendencias y **características** clave del sector en los entornos rurales:

Predominan las mujeres como titulares de comercios y la mayoría de titulares son de origen nacional, principalmente de origen navarro. La mayoría de los comercios están ubicados en centros urbanos, con una significativa presencia en áreas rurales. Cabe mencionar las características de los centros urbanos de las zonas rurales, donde la mayoría no supera los 5.000 habitantes.

De los comercios encuestados, los sectores de alimentación y textil, calzados y complementos son los más representativos, concentrando juntos el 43.8% del total. Existe una diversidad significativa en los sectores de actividad, aunque algunos como salud y carnicería tienen una representación menor. Un grupo de sectores minoritarios se distribuye de manera dispersa, cada uno con una participación baja pero colectiva que suma a la diversidad del comercio local.

Existe una notable proporción de comercios con una antigüedad considerable, lo que refleja la tradición y arraigo en la comunidad. Un alto porcentaje de comercios no tienen personas empleadas contratadas. La mayoría de los comercios con personas empleadas tienen una pequeña plantilla, destacando el predominio de microempresas en el sector. Tierra Estella y Ribera Alta y Baja son las zonas con mayor concentración de comercios, seguida de, Zona Media y Montaña de Navarra. El porcentaje medio de encuestas contestadas en todo el territorio ha sido del 16,70%.

En resumen, el sector comercio en entornos rurales de Navarra muestra una diversidad demográfica y una estructura empresarial mayoritariamente compuesta por personas empresarias individuales y pequeñas empresas. La presencia femenina en la titularidad de los comercios es notable, al igual que la antigüedad y arraigo de muchos establecimientos en las comunidades locales. Sin embargo, persisten desafíos en términos de empleo y en la distribución equitativa en las áreas rurales frente a los centros urbanos más grandes.

Tras analizar el indicador de confianza, cabe destacar que la confianza de los comercios de los entornos rurales de Navarra en el desarrollo de la actividad comercial es muy bajo (48 puntos), ya que el índice de Confianza alcanza niveles satisfactorios (a partir de 55 puntos).

Dentro de los indicadores que forman el índice, es el relativo a las expectativas sobre el volumen de ventas el que peor puntuación obtiene (45,28 puntos), lo que muestra la preocupación e incertidumbre sobre el futuro del comercio. El resultado de este indicador es preocupante y también el de los dos indicadores que evalúan la situación presente (el indicador del nivel de ventas actual es de 49,30 puntos y el indicador del nivel de stock actual de 49,40 puntos), las expectativas a futuro están mermadas, lo que puede ser un desincentivo a la hora de modernizar los negocios comerciales y adaptarlos a los nuevos hábitos.

El análisis de los datos proporcionados revela **la situación actual del sector comercial**: Más de la mitad de los comercios (53%) califican su nivel de ventas actual como satisfactorio, el 20.1% de los comercios reportan tener un nivel de ventas bueno lo que sugiere una situación general estable para una parte considerable del sector. Sin embargo, un considerable 22.9% de los comercios indican que su nivel de ventas es malo, y un pequeño porcentaje (2%) lo percibe como muy malo, señalando desafíos significativos para algunos negocios.

Comparativa con el Año 2022:

Casi la mitad de los comercios (48.2%) consideran que su nivel de ventas es igual que en 2022, lo que refleja una estabilidad relativa en los ingresos para una parte considerable del sector. Un 16.1% de los comercios han logrado aumentar sus ventas con respecto al año anterior, aunque solo un pequeño porcentaje (2%) describe este aumento como mucho mayor, lo que sugiere cierto incremento, pero no significativo.

El 29.7% de los comercios experimentaron una disminución en sus ventas en comparación con 2022, indicando presiones económicas o condiciones de mercado menos favorables, como puede ser el descenso del poder adquisitivo en las familias debido a una alta inflación arrastrada desde años anteriores.

En resumen, aunque una mayoría de comercios reportan niveles de ventas satisfactorios o buenos, una parte significativa enfrenta desafíos con ventas consideradas malas o muy malas. La comparación con el año anterior muestra una diversidad de experiencias, con una parte importante manteniendo estabilidad, pero también con un número considerable experimentando disminuciones. Este análisis subraya la heterogeneidad en el desempeño del sector comercial, reflejando la variabilidad en las condiciones económicas y de mercado que afectan a los negocios encuestados.

Más del 80% de los comercios encuestados indican que han experimentado aumentos en los precios de compra con respecto a 2022, siendo significativamente altos para un 27.7% de ellos. Esto sugiere presiones inflacionarias en los costos de aprovisionamiento para la mayoría de los negocios. Una minoría reporta estabilidad o disminuciones en los precios de compra, lo cual podría estar relacionado con estrategias de negociación efectivas o cambios en la oferta del mercado.

La mayoría de los comercios (83.1%) informan que han enfrentado incrementos en sus gastos fijos en comparación con el año anterior, destacándose un 21.3% con incrementos considerables. Esto refleja una carga adicional en la estructura de costos operativos de los negocios. Un pequeño porcentaje de comercios logró mantener o reducir sus gastos fijos, lo cual podría ser resultado de eficiencias en la gestión o ajustes estratégicos implementando herramientas como la digitalización y prácticas sostenibles entre otras.

Respecto a los precios de venta, casi la mitad de los comercios (49.4%) aumentaron sus precios en comparación con 2022, mientras que una proporción considerable (35.7%) los mantuvo estables. Esto sugiere estrategias para mitigar los aumentos en los costos operativos. Un pequeño pero notable porcentaje (13.6%) experimentó disminuciones en los precios de venta, lo que podría indicar estrategias competitivas o ajustes de mercado.

La mayoría de los comercios (59.4%) tienen un nivel de stock normal, lo cual es crucial para mantener la disponibilidad de productos sin excesos ni faltantes. Existe una proporción significativa (18.5%) con niveles de stock considerados excesivos, lo que podría indicar problemas de gestión de inventario o cambios en la demanda del mercado.

En resumen, el sector comercial enfrenta desafíos significativos relacionados con aumentos en los costos de aprovisionamiento y gastos fijos. A pesar de ello, estrategias de ajuste en los precios de venta y gestión adecuada del inventario son cruciales para mantener la competitividad y la rentabilidad. Las variaciones en estos indicadores reflejan adaptaciones continuas frente a un entorno económico dinámico y en evolución.

El análisis de **las perspectivas del comercio rural para la segunda mitad de 2023** muestra un panorama variado y algunas preocupaciones significativas:

La mayoría de los comercios (55.8%) no esperan variaciones significativas en sus pedidos a proveedores, lo que indica cierta estabilidad en la demanda de consumos. Sin embargo, un considerable 30.1% anticipa una reducción en los pedidos, reflejando posibles ajustes en las estrategias de aprovisionamiento.

Más de la mitad de los comercios (55.8%) prevén que su volumen de ventas se mantenga igual, lo que sugiere una expectativa de estabilidad en los ingresos. Un notable 29.3% anticipa una disminución en las ventas, señalando posibles desafíos económicos o de mercado.

La mayoría (72.7%) espera que los precios de venta se mantengan, una estrategia “vital” para mantener la competitividad. Sin embargo, un 16.1% prevé reducciones significativas en los precios, posiblemente como respuesta a presiones competitivas o cambios en la demanda.

La mayoría (72.7%) no planea cambios en el número de personas contratadas, reflejando una postura cautelosa en la gestión de recursos humanos. Un porcentaje significativo (16.1%) espera reducir el personal, lo que podría estar relacionado con ajustes en los costos operativos.

Aunque la mayoría (60.6%) anticipa que la situación general del comercio no varíe, un preocupante 27.3% percibe un posible empeoramiento. Existe una pequeña proporción (8.4%) que vislumbra una mejora, indicando expectativas optimistas limitadas en el contexto actual.

En resumen, el comercio rural enfrenta un panorama mixto con tendencias hacia la estabilidad, pero también con desafíos significativos como la reducción en las ventas y las expectativas de empeoramiento general en algunos casos. Las estrategias de manejo de costos, precios y personal serán cruciales para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y mantener la resiliencia en este sector clave de la economía rural así como la adaptación de los modelos de negocio con el uso de nuevas tecnologías, reformas y modernizaciones pertinentes en los locales comerciales para ser más competitivos.

7. Referencias

Ep Data. (26 de febrero de 2024). *Navarra-Pobreza (Encuesta de Condiciones de Vida del INE) por CCAA, estadísticas, gráficos y datos*. Obtenido de <https://www.epdata.es/datos/pobreza-encuesta-condiciones-vida-ine-ccaa-estadisticas-graficos-datos/96/navarra/307#:~:text=El%2017%20por%20ciento%20de,del%20Instituto%20Nacional%20de%20Estad%20C3%ADstica>

Instituto de Estadística de Navarra. (16 de agosto de 2023). *El número de empresas con actividad en Navarra a 1 de enero 2023 aumenta un 1,1% con respecto al año anterior situándose en 38.941*. Obtenido de https://nastat.navarra.es/documents/5122306/18425210/dena_nastat.pdf/31d62ac7-6060-0887-9561-a99324fe2511?t=1692173059897#:~:text=El%20peso%20del%20Comercio%20tambi%C3%A9n,y%20los%20intermediarios%20del%20comercio

Navarra.es. (s.f.). *Ingresos, gastos y consumo de los hogares*. Obtenido de <https://nastat.navarra.es/es/operacion-estadistica/-/tag/estadistica-renta>

Navarra.es. (s.f.). *Sistema de indicadores de Navarra (SIEN)*. Obtenido de <https://nastat.navarra.es/es/indicadores/sistema-de-indicadores-de-navarra>

8. Anexos

ENCUESTA SITUACIÓN DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD EN NAVARRA

Estimada persona comerciante:

Desde el Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra, una iniciativa impulsada por la Dirección General de Comercio y Consumo de Gobierno de Navarra en colaboración de los Grupos de Acción Local (Cederna Garalur, Consorcio EDER, Zona Media y Teder), queremos invitarle a contestar a la segunda encuesta de carácter coyuntural para poder orientar mejor los programas y ayudas existentes.

Por ello, volvemos a solicitar su colaboración. Todos los datos recogidos recibirán un tratamiento privado y adecuado.

Agradecemos de antemano su participación.

1. CARACTERIZACION DE LA PERSONA TITULAR DEL COMERCIO

1	Persona de contacto (nombre y apellidos)
2	Municipio de residencia
3	Sexo de la persona titular
	☐ Hombre ☐ Mujer ☐ Otr@
4	Edad de la persona titular
	☐ Menor de 30 años ☐ Entre 31 y 40 años ☐ Entre 41 y 50 años ☐ Entre 51 y 60 años ☐ Mayor de 60 años
5	País de nacimiento
	☐ España ☐ Fuera de España
6	Comunidad autónoma de nacimiento
	☐ Andalucía ☐ Aragón ☐ Canarias ☐ Cantabria ☐ Comunidad foral de navarra ☐ Comunidad valenciana ☐ Extremadura ☐ Galicia ☐ Islas baleares ☐ Islas canarias ☐ La Rioja ☐ País vasco ☐ Principado de Asturias ☐ Región de Murcia ☐ Ceuta ☐ Melilla

7	País de nacimiento de la persona titular
2. CARACTERIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL	
8	Nombre comercial
9	Municipio en el que se ubica el comercio
10	Entorno en el que se ubica el comercio ☐ Centro urbano ☐ Entorno rural ☐ Polígono/Centro Comercial
11	Sector de la actividad ☐ Alimentación ☐ Cultura y tecnología ☐ Droguería e higiene personal ☐ Equipamiento para el hogar ☐ Estanco ☐ Salud (farmacia, óptica) ☐ Textil, calzado y complementos ☐ Otra:
12	Antigüedad del comercio ☐ Menos de 1 año ☐ Entre 1 y 5 años ☐ Entre 5 y 10 años ☐ Mas de 10 años ☐ Mas de 100 años
13	Número de establecimientos comerciales ☐ Un establecimiento ☐ Dos establecimientos ☐ Tres o más establecimientos
14	Número de personas contratadas ☐ Ninguna ☐ Entre 1 y 2 personas ☐ Entre 3 y 5 personas ☐ 6 o más personas
3. SITUACIÓN ACTUAL DE SU COMERCIO	
15	¿Cómo es su nivel de ventas actualmente? ☐ 1. Muy malo ☐ 2. Malo ☐ 3. Satisfactorio ☐ 4. Bueno ☐ 5. Muy bueno
16	¿Cómo ha variado su nivel de ventas respecto a 2022? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
17	¿Cómo ha variado el precio de compra de sus mercancías respecto a 2022? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
18	¿Cómo han variado sus gastos fijos de su comercio respecto a 2022? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
19	¿Cómo han variado los precios de venta de tu comercio con respecto a 2022? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor

20	P22. ¿Cómo es su nivel de existencias (stock) actualmente? ☐ 1. Muy reducido ☐ 2. Reducido ☐ 3. Normal ☐ 4. Excesivo ☐ 5. Muy excesivo
4. EXPECTATIVAS SOBRE LA SITUACIÓN DEL COMERCIO	
21	P23. ¿Cómo cree que va a ser la <u>cantidad de pedidos</u> que realiza a sus proveedores durante la <u>segunda mitad de 2023</u>? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
22	¿Como cree que va a ser su <u>volumen de ventas</u> durante la segunda mitad de 2023? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
23	P.25 ¿Cómo cree que va a ser su <u>precio de ventas</u> durante la <u>segunda mitad de 2023</u>? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
24	¿Cómo cree que va a ser el <u>número de personas contratadas en su negocio</u> durante la <u>segunda mitad de 2023</u>? ☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
25	¿Cómo cree que va a ser la <u>situación general de su comercio</u> durante la <u>segunda mitad de 2023</u>? ☐ 1. Mucho peor ☐ 2. Peor ☐ 3. Estable ☐ 4. Mejor ☐ 5. Mucho mejor
5. CONTACTO	
Para poder tener nuestra base de datos actualizadas y poder informarte de las próximas ayudas y programas orientados al comercio (relevo generacional, digitalización, formación...), le rogamos que nos indique la formación de contacto.	
26	Correo electrónico
27	Teléfono
GRACIAS POR PARTICIPAR	

INDICADOR DE CONFIANZA

Nivel de ventas	Nivel de stock	Perspectivas sobre el nivel de ventas
-----------------	----------------	---------------------------------------

49,30 **49,40** **45,28**

Índice de confianza = 48

ÍNDICE DEL NIVEL DE VENTAS

Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número comercios 4 GAL	de	Resultado índice	del
Muy bueno	100	5		2,01	
Bueno	75	50		15,06	
Satisfactorio	50	132		26,51	
Malo	25	57		5,72	
Muy Malo	0	5		0,00	
TOTAL		249		49,30	

ÍNDICE DEL NIVEL DE STOCK

Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número comercios 4 GAL	de	Resultado índice	del
Muy excesivo	0	7		0,00	
Excesivo	25	46		4,62	
Normal	50	148		29,72	
Reducido	75	42		12,65	
Muy Reducido	100	6		2,41	
TOTAL		249		49,30	

ÍNDICE DE LA PERSPECTIVA SOBRE EL NIVEL DE VENTAS

Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número comercios 4 GAL	de	Resultado índice	del
Mucho mayor	100	4		1,61	
Mayo	75	28		8,43	
Igual	50	139		27,91	
Menor	25	73		7,33	
Mucho menor	0	5		0,00	
TOTAL		249		49,30	