

Mayo 2025

INFORME DE COYUNTURA

Situación del Comercio Rural de Navarra



Red de Servicio de Dinamización

*Comercio Rural de
Navarra*

ÍNDICE

Contenido

1.Introducción	3
2.Zona de estudio	4
4.Síntesis diagnóstica.....	9
5.Análisis	10
5.1. Caracterización del comercio de los entornos rurales de Navarra	10
5.2. Situación actual del comercio rural	14
5.3. Perspectivas del comercio rural.....	16
5.4. Índice de confianza.....	19
6.Conclusiones.....	21
7. Referencias	22

1.Introducción

Desde el año 2022 contamos con la Red de Dinamización del Comercio Rural, una iniciativa impulsada por la Dirección General de Comercio y Consumo de Gobierno de Navarra, en colaboración con los Grupos de Acción Local, entre los que se encuentra, Cederna Garalur, Consorcio Eder, Consorcio de Desarrollo Zona Media y Teder, es clave para el fortalecimiento del comercio en los entornos rurales de Navarra. El objetivo de la Red es apoyar, impulsar y contribuir en la mejora competitiva de los comercios, ayudando de esa manera al aumento del bienestar de la ciudadanía mediante el desarrollo sostenible de la actividad comercial.

El comercio de proximidad es una de las principales actividades de desarrollo económico de los entornos rurales de Navarra, pero también juega un papel fundamental en la cohesión social y en la vertebración del territorio. Con una visión hacia el futuro, la Red de dinamización del comercio rural trabaja para asegurar la sostenibilidad del sector, adaptándose a los cambios en el entorno comercial y fomentando el dinamismo del sector.

Este informe de coyuntura se enmarca en el seguimiento anual del sector, de modo que se ha elaborado un formulario, difundido entre los comercios de cada uno de los territorios. La información recabada permitirá conocer de manera más precisa las necesidades y dificultades por las que atraviesa el comercio, y de ese modo orientar los programas de la Dirección General de Comercio y Consumo de la forma más eficiente para el sector.

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.

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, y por último, se exponen las referencias bibliográficas utilizadas.

Este análisis busca proporcionar una visión general del estado del comercio rural en Navarra y que sirva de base como herramienta para la implementación de acciones que impulsen el desarrollo del sector.

2.Zona de estudio

Este informe de coyuntura sobre el comercio de proximidad, se centra en los entornos rurales de la Comunidad Foral de Navarra, excluyendo Pamplona/Iruñea y su cuenca. El área de estudio abarca cuatro zonas geográficas diferenciadas: la Montaña (desde Sakana hasta Pirineo y Prepirineo), Tierra Estella, Zona Media y Ribera de Navarra.

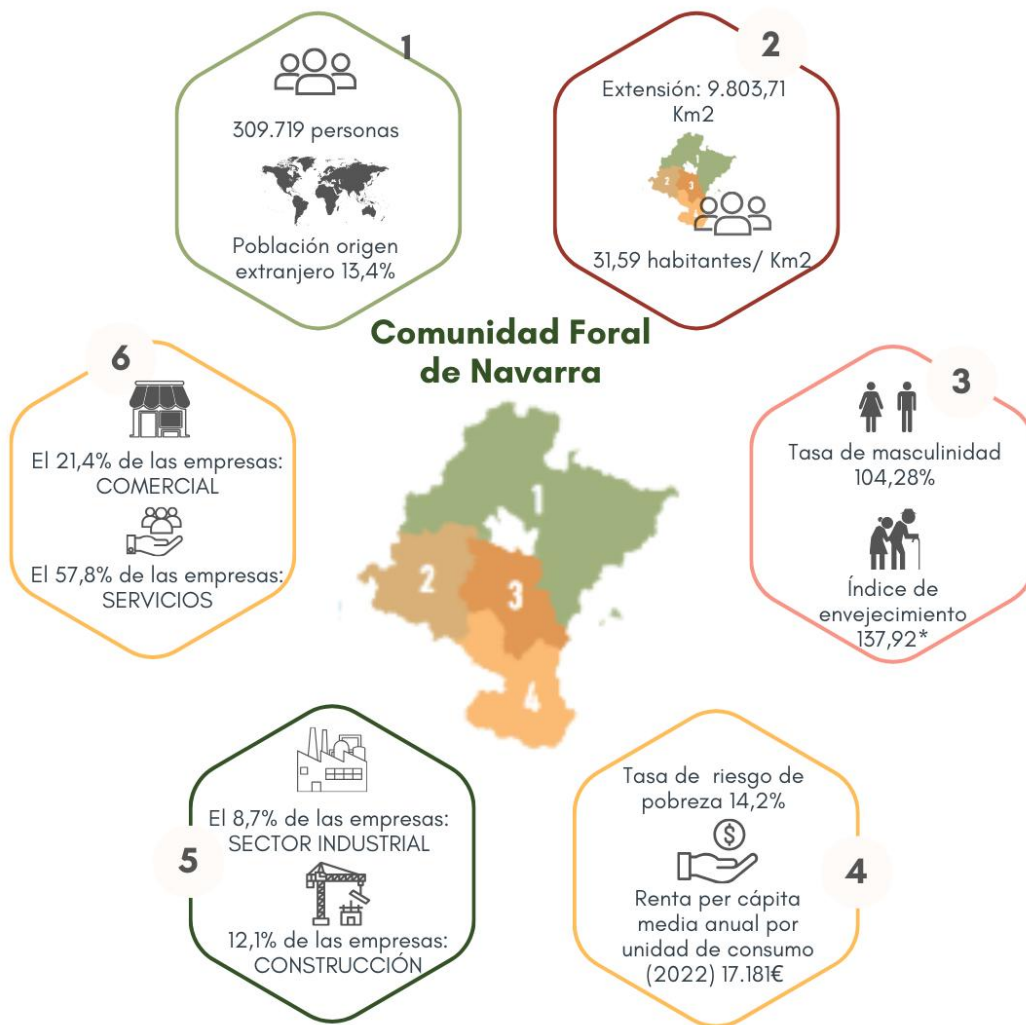
Esta delimitación territorial alberga una población total de 309.719 habitantes, representando una densidad de 31,59 habitantes por kilómetro cuadrado, esta cifra es inferior a la densidad de población global de Navarra al enfocarse únicamente en áreas rurales. El territorio objeto de estudio, presenta una extensión total de 9.803,71 kilómetros cuadrados, esto excluye los 587,29 kilómetros correspondientes a Pamplona/Iruñea y su cuenca, del total de 10.391 kilómetros cuadrados de la Comunidad Foral.

En cuanto a la composición demográfica, los territorios estudiados lo conforman 309.719 personas, siendo un 13,4% población de origen extranjero. Se observa una tasa de masculinidad de 104,28, indicando un ligero predominio del género masculino. Además, el territorio presenta una población envejecida, con una tasa de envejecimiento de 137.9, lo que implica que hay aproximadamente 138 personas mayores de 65 años por cada 100 menores de 15 años.

Desde la perspectiva económica, y aunque los datos de renta per cápita son generales para toda Navarra, en 2022 se registró una media anual de 17.181€ por unidad de consumo. La tasa de riesgo de pobreza se sitúa en el 14,2% señalando una situación de vulnerabilidad para una parte de la población, debido a que en esta proporción tienen unos ingresos relativamente bajos. Navarra destaca por tener una de las tasas más bajas de riesgo de pobreza de España, en comparación a comunidades vecinas como La Rioja o Aragón.

La distribución de comercios en el territorio estudiado muestra una notable concentración en la Ribera de Navarra, que acoge el 42% del total. Le siguen la Montaña (desde Sakana hasta Pirineo) con un 28%, Tierra Estella con un 18% y, finalmente, la Zona Media con un 12%. Esta distribución refleja la diversidad y particularidades de cada territorio.

A continuación, se reflejan los datos de una forma más esquemática y visual.



3.Ficha técnica

Calendario

Validación	Enero 2025
Trabajo de campo	Actualización de la Base de Datos: octubre 2024 Difusión de la encuesta: enero 2025 – febrero 2025
Difusión del informe	Mayo de 2025

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 0, y peor cuanto más cercano de 100 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: 2.541	Error muestral: 4.96% (nivel de confianza 95%)	Comercios contactados: 1.776
	Total respuestas: 320	Error muestral: 5.49% (nivel de confianza 97%)	Índice de respuesta relativo: 18,01%

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/Iruñea y la cuenca. Bajo ningún concepto se pretenden extraer particularidades.
--------------------------	--

4.Síntesis diagnóstica

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 320 comercios
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN RELATIVA: 1.776
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN: 2.541 comercios
MÉTODOS:

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



INDICADOR DE VENTAS

52,19



INDICADOR DE STOCK

50,47



INDICADOR DE LAS
EXPECTATIVAS DE VENTA

48,36

Indicador de Confianza: 50,34

01

Situación actual del comercio

El **54,4%** de los comercios encuestados opinan que su **nivel de ventas** es al menos **satisfactorio**.

El **58,10%** 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 2025

El **75%** de los comercios encuestados creen que su **nivel de ventas** será **igual o mejor** que en **2024**.

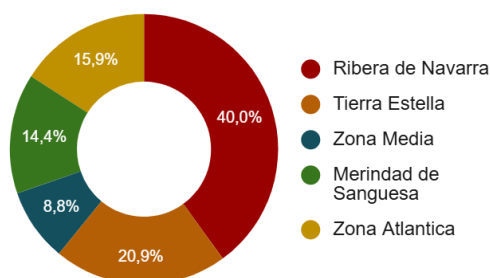
El **60,6%** de los comercios encuestados afirman que el **personal contratado** será **igual o mayor** que en **2024**.

El **68,4%** de los comercios encuestados creen que la **situación general** del comercio será **igual o mejor** que en **2024**.

5. Análisis

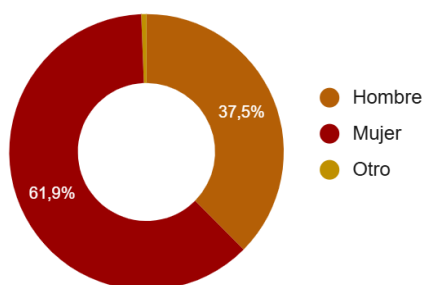
5.1. Caracterización del comercio de los entornos rurales de Navarra

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



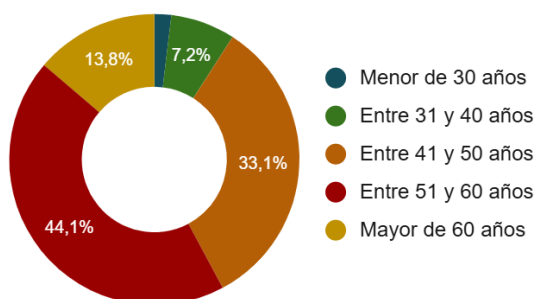
De los comercios encuestados, la distribución por territorios es la siguiente; el 40% corresponde a Ribera de Navarra, 20,9% Tierra Estella, 15,9% Zona Atlántica, 14,4% Merindad de Sangüesa y el resto (8,8%) Zona Media

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



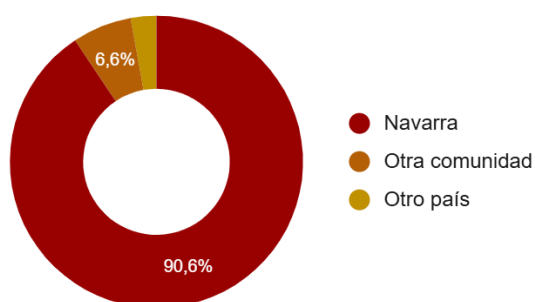
De los comercios encuestados, la persona titular del comercio en un 61,9% de los casos son regentados por mujeres, frente al 37,5% que indica que los titulares son hombres y el resto 0,6% no se identifica con ninguno de los sexos mencionados anteriormente.

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



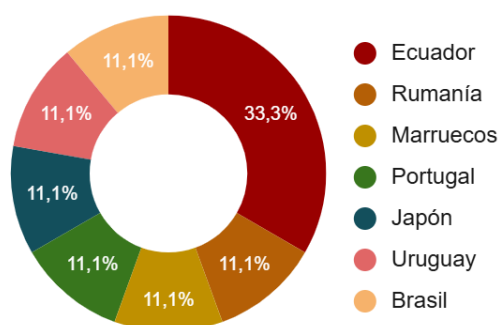
De los comercios encuestados, el 44,1% indica que la persona titular del comercio tiene entre 51 y 60 años, el 33,1% tiene entre 41 y 50 años. El 13,8% son mayores de 60 años. Sin embargo, tan sólo el 7,2% corresponden a titulares de negocios entre 31 y 40 años y el resto 1,9% son menores de 30 años.

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



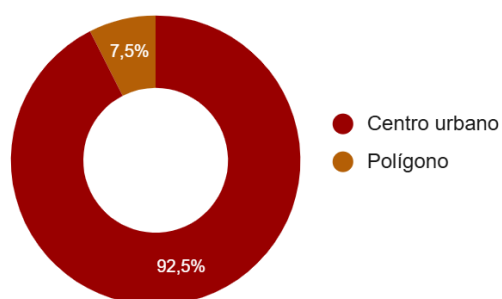
De los comercios encuestados el 90,6% el origen de la persona titular del establecimiento es de Navarra, el 6,6% procede de otra comunidad autónoma y el resto (2,8%) son originarios de otro país.

Gráfico 5: Distribución de los comercios de los entornos rurales en los cuales las personas propietarias son de origen extranjero



De los comercios encuestados, el origen de las personas titulares de los negocios de fuera del país, el 33,3% proceden de Ecuador, y en la misma proporción (11,1%), proceden de Rumanía, Marruecos, Portugal, Japón, Uruguay y Brasil.

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



De los comercios encuestados el 92,5% se ubican en el centro urbano, mientras que los comercios restantes, 7,5%, están situados en polígonos industriales o comerciales.

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

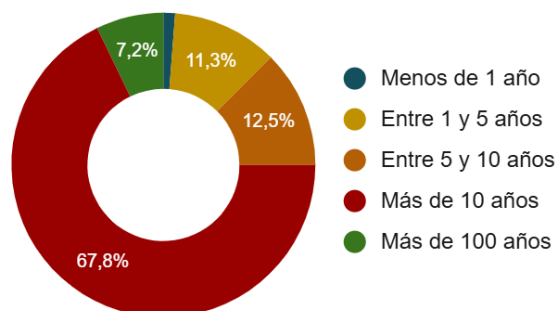


De los comercios encuestados, el 32,5% pertenecen al sector de la alimentación, el 21,9% tiene comercios relacionados con el textil, tanto de hogar como de moda, así como zapatos y complementos. El 16,3% pertenece a equipamiento para el hogar (ferretería, tienda de muebles, etc.).

Sin embargo, el 9,1% de los comercios encuestados tienen comercios relacionados con la salud (farmacias, ortopedias, etc..), el 8,4% a cultura y tecnología, y el 6,3% a floristerías y herboristerías.

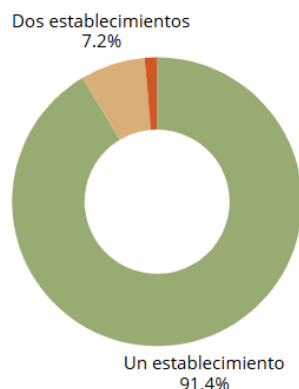
Destacar que el resto, pertenecen a sectores como droguería e higiene personal (2,2%), estancos (3,1%) y gasolineras (0,3%).

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



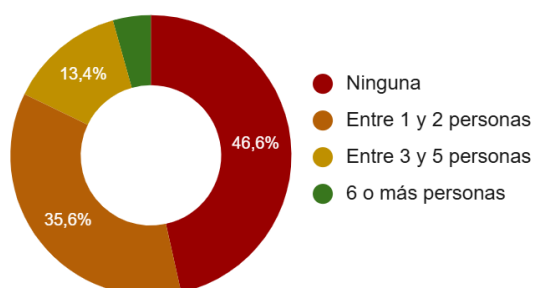
De los comercios encuestados el 67,8% tienen una antigüedad mayor a 10 años, el 12,5% entre 5 y 10 años. Sin embargo, el 11,5% tienen entre 1 y 5 años, el 7,2% una antigüedad de más de 100 años y el resto (1,3%) tienen una antigüedad inferior a un año.

Gráfico 9 : Distribución según el número de establecimientos comerciales



De los comercios encuestados, el 91,4% tiene un único establecimiento, tan sólo el 7,2% cuenta con dos comercios, y el 1,4% cuentan con tres o más establecimientos.

Gráfico 10: Distribución de los comercios de los entornos rurales según el número de personas contratadas

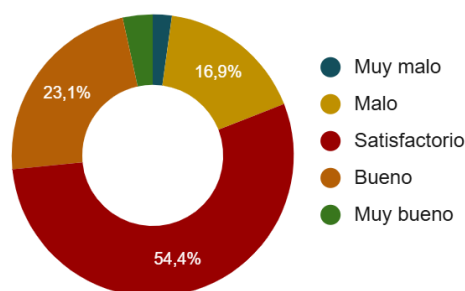


Con respecto a la distribución de los comercios según las personas contratadas en los mismos. El 46,5% afirman no tener ninguna persona contratada, el 35,6% entre 1 y 2 personas contratadas. El 13,4% dicen tener entre 3 y 5 personas contratadas y el resto (4,4%) seis o más personas contratadas.

5.2. Situación actual del comercio rural

Nivel de ventas

Gráfico 11: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre su nivel actual de ventas

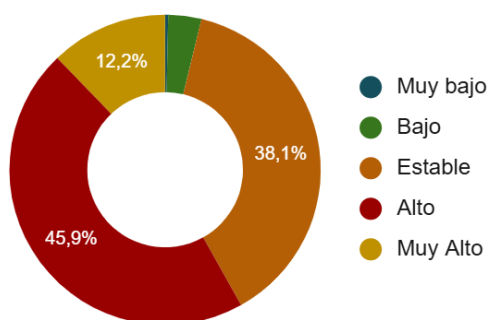


El 54,4% de los comercios encuestados califican su nivel de ventas actual como satisfactorio, el 23,1% como bueno y el 3,4% lo califica de muy bueno.

Sin embargo, el 16,9% de los comercios encuestados afirman que su nivel de ventas es malo y el 2,2% lo calificaron de muy malo.

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 2023

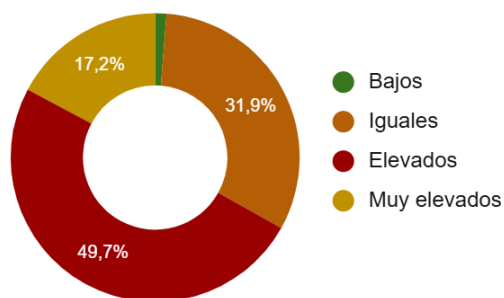


En relación a la percepción de la evolución de los precios de compra el 45,9% de los comercios encuestados considera que los precios de compra a sus proveedores con respecto a 2023 han sido más altos y el 38,1% afirma que no han variado y que por tanto se han mantenido estables.

Por el contrario, el 12,2% de los comercios encuestados tienen la percepción que han sido muy altos, el 3,4% bajos y el resto (0,3%) muy bajos.

Gastos fijos

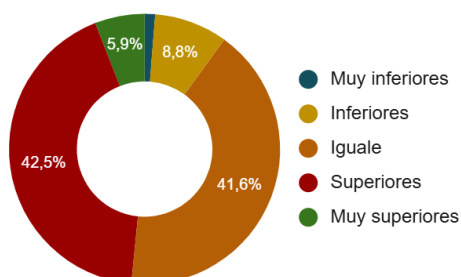
Gráfico 13: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los gastos fijos con respecto a 2023.



El 49,7% de los comercios encuestados aseguran que los gastos fijos con respecto a 2023 se han elevado y un 17,2% consideran que se han elevado mucho estos gastos, el 31,9% de los comercios encuestados afirman que se han mantenido. Tan sólo un 1,3% tiene la percepción de que estos gastos han bajado en relación a otros años.

Precios de venta

Gráfico 14: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los precios de venta con respecto a 2023

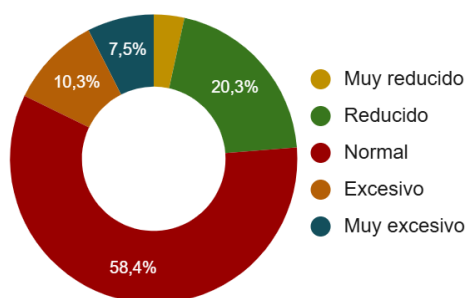


El 48,4% de los comercios encuestados indican que sus precios de venta en 2024 con respecto a 2023 han sido superiores. El 41,6% indican que estos se han mantenido o han sido iguales.

Sin embargo, el 8,8% asegura que estos precios de venta han descendido.

Nivel de stock

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

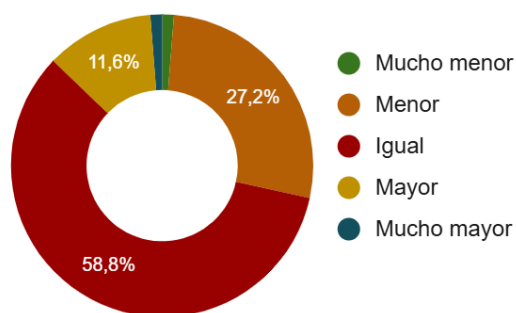


El 58,4% de los comercios encuestados indica que el nivel de su stock actualmente es normal, el 20,3% afirma que es reducido y el 3,4% de los comercios perciben que su stock es muy reducido. El 10,3% tiene un stock excesivo y el 7,5% lo perciben como muy excesivo.

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 2025

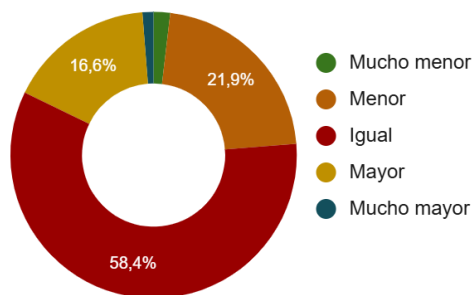


El 58,8% de los comercios encuestados indican que esperan que durante 2025 el volumen de pedidos a sus proveedores sea igual al año anterior, el 27,2% esperan que sean menores y el 11,6% esperan que estos aumenten.

Sin embargo, un pequeño porcentaje (1,3%) aseguran que los pedidos serán mucho menores y con el mismo porcentaje 1,3% de los comercios se muestran más optimistas y perciben que la evolución de los pedidos será más positiva.

Volumen de ventas

Gráfico 17: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución de ventas estimadas durante 2025

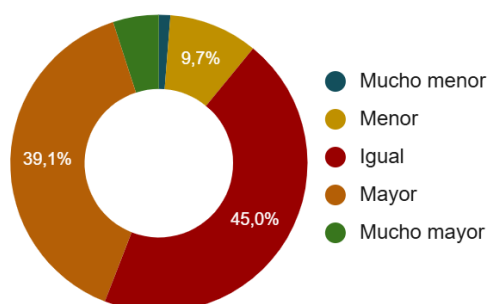


El 58,4% de los comercios encuestados indican que durante 2025 esperan que su volumen de ventas sea el mismo que el pasado año. La percepción del 21,9% es que estas ventas serán menores. Por otro lado, el 16,6% de los comercios encuestados entienden que estas serán mayores.

Tan sólo un pequeño porcentaje perciben que estas ventas serán mucho peores (1,9%) o que las mismas serán mucho mayores (1,3%).

Precio de venta

Gráfico 18: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución del precio de venta durante 2025

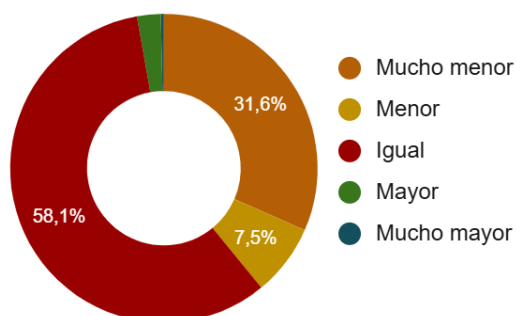


El 45,0% de los comercios encuestados, esperan que el precio de venta de sus productos sea igual, el 39,1% que sea mayor y mucho mayor 4,9%.

Por otro lado, un pequeño porcentaje 9,7% estima que será menor el precio de venta y también un 1,3% considera que este será mucho menor.

Número de personas contratadas

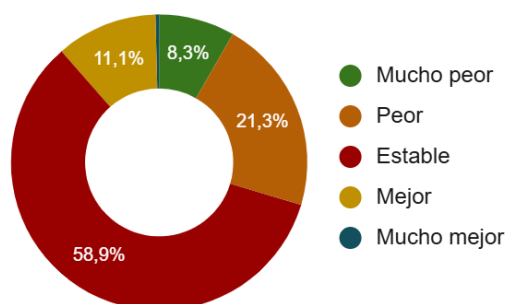
Gráfico 19: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución del personal contratado durante 2025



El 58,1% de los comercios encuestados perciben que el número de personas contratadas durante 2025 será el mismo que en 2024, el 31,6% entienden que contratarán a muchas menos personas, el 7,5% de los comercios entienden que las contrataciones de personal serán menores que en años anteriores. Tan sólo un 2,8% de los comercios encuestados, estiman que serán mayores o mucho mayores.

Situación general del comercio rural

Gráfico 20: Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre evolución de la situación general del comercio durante 2025



El 58,9% de los comercios encuestados esperan que la situación general del comercio no varíe con respecto al año anterior, mientras que el 21,3% perciben que la situación empeorará y por el contrario, un 11,1% se muestran más optimistas y afirman que mejorará.

También existe una percepciones muy optimistas 0,4% o muy pesimistas un 8,3% de los comercios encuestados con respecto a la evolución general de la situación de los comercios.

5.4. Índice 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	INDICADOR DE LAS PERSPECTIVAS DEL VOLUMEN VENTAS
52,19	50,47	48,36
Índice de confianza = 50,34		

El indicador del Nivel de ventas en el panel de entornos rurales de Navarra tiene un valor de 52,19, y respecto al Indicador del Nivel de stock, este tiene una puntuación de 50,47 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, 48,36 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 50,34 puntos, un nivel insatisfactorio, y podría ser mejorable.

A finales del 2023, el sector comercio de los entornos rurales de Navarra presentaba señales claras de debilidad, con indicadores que reflejaban un panorama pesimista y una notable insatisfacción por parte de los comerciantes. El Indicador del Nivel de Ventas (49,30) y el Indicador del Nivel de Stock (49,40) y preocupante era el Indicador de las Perspectivas del Volumen de Ventas, con solo 45,28 puntos, lo que indicaba un pesimismo respecto al futuro, reflejado en el Índice de Confianza (48 puntos), una percepción generalizada de insatisfacción en el sector.

A finales de 2024, los indicadores muestran una ligera mejoría en comparación con el año anterior. El Indicador del Nivel de Ventas es de 52,19 un aumento de (2,89 puntos), indica una tendencia positiva en el nivel de ventas que alientan un ligero optimismo. Este repunte sugiere que el comercio rural navarro ha comenzado a experimentar una recuperación parcial en sus ventas, lo cual puede ser el reflejo de una mejor adaptación a las condiciones del mercado por parte de los comercios o un aumento en la demanda local. Aunque este incremento es notable, aún no se han alcanzado niveles satisfactorios.

El Indicador del Nivel de Stock, 50,47 puntos, se ha producido un ligero aumento (1,07 puntos) que refleja una gestión más eficiente y adecuada de los inventarios. Este leve incremento indica que las personas comerciantes están siendo más estratégicas en sus compras y aprovisionamiento de

productos, lo cual es esencial para evitar el exceso de inventarios para una buena gestión del comercio.

El Indicador de las Perspectivas del Volumen de Ventas también creció (3,08 puntos), alcanzando 48,36 puntos, refleja un cambio positivo en las expectativas del futuro inmediato. Este incremento indica que las personas comerciantes tienen una visión más optimista respecto a sus ventas, posiblemente como resultado de las acciones implementadas durante el último año o la percepción de un posible repunte económico a nivel local. A pesar de esta mejora, aún es necesaria una mayor consolidación de las expectativas para asegurar un crecimiento sostenido.

El índice de Confianza es de 50,34 puntos, aumentó 2,34 puntos. Este incremento muestra una ligera mejora, lo cual es un indicio de que el sector del comercio rural empieza a recuperar parte de la confianza perdida. Sin embargo, este incremento, aunque positivo, aún mantiene la confianza por debajo del nivel considerado satisfactorio (55 puntos), lo que señala que la percepción del sector sigue siendo de incertidumbre y que persisten desafíos.

Aunque los indicadores muestran una ligera mejora y una recuperación moderada ya que la mejora en las ventas y la gestión de stocks es un avance positivo, los niveles actuales siguen estando por debajo de los estándares satisfactorios. La falta de confianza en el sector sigue siendo un reto para alcanzar un nivel de estabilidad y crecimiento sostenido.

6.Conclusiones

El comercio rural en Navarra atraviesa una situación caracterizada por **una recuperación moderada en términos de ventas y confianza**, aunque persisten desafíos importantes que requieren atención. El Índice de Confianza del Comercio Rural ha registrado un aumento de 2,34 puntos en 2024, alcanzando los 50,34 puntos. Sin embargo, este valor sigue por debajo del umbral de satisfacción (55 puntos), lo que refleja una **percepción general de incertidumbre** y cautela en el sector. En cuanto a las ventas, la gran mayoría las considera al menos satisfactorias.

En cuanto a la gestión de inventarios, aunque la mayoría de los comercios informan niveles de stock equilibrados, un número considerable de ellos presenta desajustes que reflejan la **necesidad de mejorar la planificación y rotación de inventarios** para evitar pérdidas por exceso o falta de productos.

Perspectivas

Las perspectivas para 2025 son principalmente estables, aunque con ciertos signos de preocupación. Un 59% de los comercios prevé mantener el mismo nivel de pedidos a sus proveedores y piensa que las ventas se mantendrán similares a las de 2024. El 24% espera una caída de las ventas y por lo tanto una disminución en los pedidos, lo que refleja cautela ante la evolución de la demanda. Esto indica que las personas comerciantes están adoptando una postura conservadora frente a un panorama incierto, con pocas expectativas de crecimiento (17%). Respecto a los precios de venta, se anticipa una ligera tendencia al alza, con un 39% de los comercios planeando aumentar sus precios en respuesta a los costos operativos crecientes.

Respecto al personal contratado, más de la mitad de los comercios asegura que mantendrá su plantilla durante el próximo año. El resto, estima que reducirá su personal, lo cual puede ser indicativo de estrategias de contención de costes.

A pesar de la ligera mejora en el índice de confianza y en algunos indicadores clave, como el nivel de ventas y la gestión de inventarios, el comercio rural en Navarra sigue enfrentando una serie de desafíos.

La cautela ante la evolución de la demanda, la presión sobre los márgenes de beneficio debido a los aumentos de costos, y las perspectivas de reducción de personal indican que el sector **debe continuar adaptándose a un entorno económico volátil**.

Vista la coyuntura actual del sector comercial en entornos rurales de Navarra, la Red de Servicio de Dinamización del Comercio propone las siguientes sugerencias que puedan ayudar a contribuir en la mejora de la competitividad:

- **Profundizar en la gestión económica del comercio:** Capacitación de las personas comerciantes en la gestión de ingresos, costos y márgenes mediante herramientas adaptadas a su contexto, para mejorar la rentabilidad y la gestión económica.
- **Planificación y rotación de stock:** Promover el uso de controles básicos de inventarios que ayuden a equilibrar las existencias y minimizar pérdidas por falta o exceso de productos.
- **Observar el comportamiento de las personas consumidoras:** Incentivar la recopilación de información detallada sobre las necesidades y preferencias de las

personas consumidoras para mejorar la oferta y ajustar el inventario a las demandas reales.

7. Referencias

Ep Data. (13 de febrero de 2025). *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%C3%ADstica>

Instituto de Estadística de Navarra. (31 de julio de 2024). El número de empresas con actividad en Navarra a 1 de enero 2024 disminuye un 0.7% con respecto al año anterior situándose en 38.676. 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	
Estimada persona comerciante: Desde el Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra, queremos invitarle a contestar la encuesta de carácter coyuntural para poder orientar mejor los programas y ayudas existentes. Por ello, solicitamos su colaboración. Todos los datos recogidos recibirán un tratamiento privado y adecuado. Agradecemos de antemano su colaboración.	
1. CARACTERIZACIÓN DE LA PERSONA TITULAR DEL COMERCIO	
1	Persona de contacto (nombre y apellidos)
2	Sexo de la persona titular ☐ Hombre ☐ Mujer ☐ Otro
3	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
4	Origen ☐ Navarra ☐ Otra comunidad ☐ Otro país
5	Tiempo que la persona titular lleva residiendo en España ☐ Menos de 1 año ☐ De 1 a 5 años ☐ De 5 a 10 años ☐ Más de 10 años
2. CARACTERIZACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL	
6	Nombre comercial
7	Municipio en el que se ubica el comercio
8	Entorno en el que se ubica el comercio

	• Centro urbano • Polígono
9	Sector de la actividad
	• Alimentación (carnicería, pescadería, panadería, frutería, ...) • Cultura y tecnología (papelería/librería) • Droguería e higiene personal • Equipamiento para el hogar (ferretería, tienda muebles, electrodomésticos, ...) • Estanco • Salud (farmacia, óptica) • Textil (hogar y moda, mercería) y zapaterías y complementos • Floristería (semillas, plantas...) / herboristería
10	Antigüedad del comercio
	• Menos de 1 año • Entre 1 y 5 años • Entre 5 y 10 años • Más de 10 años • Más de 100 años
11	Número de establecimientos comerciales
	• Un establecimiento • Dos establecimientos • Tres o más establecimientos
12	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	
13	¿Cómo es su nivel de ventas actualmente?
	☐ 1. Muy malo ☐ 2. Malo ☐ 3. Satisfactorio ☐ 4. Bueno ☐ 5. Muy bueno
14	¿Cómo ha sido su nivel de ventas en 2024?
	☐ 1. Muy malo ☐ 2. Malo ☐ 3. Satisfactorio ☐ 4. Bueno ☐ 5. Muy bueno
15	¿Cómo ha sido el precio de compra de sus mercancías en 2024?
	☐ 1. Muy Bajo ☐ 2. Bajo ☐ 3. Estable ☐ 4. Alto ☐ 5. Muy Alto
16	¿Cómo han sido los gastos fijos de su comercio en 2024?
	☐ 1. Muy bajos ☐ 2. Bajos ☐ 3. Iguales ☐ 4. Elevados ☐ 5. Muy elevados
17	¿Cómo han variado los precios de venta de su comercio durante 2024?
	☐ 1. Muy inferiores ☐ 2. Inferiores ☐ 3. Igual ☐ 4. Superiores ☐ 5. Muy superiores
18	¿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	
19	¿Cómo cree que va a ser la <u>cantidad de pedidos</u> que realiza a sus proveedores durante <u>2025</u>?
	☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
20	¿Cómo cree que va a ser su <u>volumen de ventas</u> durante <u>2025</u>?
	☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
21	¿Cómo cree que va a ser su <u>precio de ventas</u> durante <u>2025</u>?
	☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
22	¿Cómo cree que va a ser el <u>número de personas contratadas en su negocio</u> durante <u>2025</u>?
	☐ 1. Mucho menor ☐ 2. Menor ☐ 3. Igual ☐ 4. Mayor ☐ 5. Mucho mayor
23	¿Cómo cree que va a ser <u>la situación general de su comercio</u> durante <u>2025</u>?
	☐ 1. Mucho peor ☐ 2. Peor ☐ 3. Estable ☐ 4. Mejor ☐ 5. Mucho mejor
5. CONTACTO	
Para poder tener nuestra base de datos actualizada y poder informarle de las próximas ayudas y programas orientados al comercio (relevo generacional, digitalización, formación...), le rogamos que nos indique la formación de contacto.	
24	Correo electrónico
25	Teléfono
Confirmando que he leído y acepto los términos y condiciones de la política de Protección y Tratamiento de Datos.	
GRACIAS POR PARTICIPAR	

INDICADOR DE CONFIANZA		
Nivel de ventas	Nivel de stock	Perspectivas sobre el nivel de ventas
52,19	50,47	48,36
Índice de confianza = 50,34		

ÍNDICE DEL NIVEL DE VENTAS			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios 4 GAL	Resultado del índice
Muy bueno	100	11	3,44
Bueno	75	74	17,34
Satisfactorio	50	174	27,19
Malo	25	54	4,22
Muy Malo	0	7	0,00
TOTAL		320	52,19

ÍNDICE DE LA PERSPECTIVA SOBRE EL NIVEL DE VENTAS			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios 4 GAL	Resultado del índice
Mucho mayor	100	4	1,25
Mayo	75	53	12,42
Igual	50	187	29,22
Menor	25	70	5,47
Mucho menor	0	6	0,00
TOTAL		320	48,36

ÍNDICE DEL NIVEL DE STOCK			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios 4 GAL	Resultado del índice
Muy excesivo	0	24	0,00
Excesivo	25	33	2,58
Normal	50	187	29,22
Reducido	75	65	15,23
Muy Reducido	100	11	3,44
TOTAL		320	50,47