

Informe monográfico

Informe Comercio Itinerante Zona Media

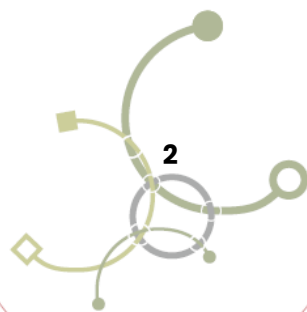
Comercio Rural de la
Zona Media de Navarra

Octubre 2025



Índice

Presentación	3
1.- Zona de Estudio	4
2.- Ficha técnica	5
3.- Análisis	6
4.- Metodología	7
5.- Características comercio itinerante en Zona Media	8
6.- Perfil comercio itinerante	10
7.- Foto que reporta el territorio	11
8.- Entrevista José Ramón Zala (Villa de Muruzábal)	14
9.- Conclusiones	19



PRESENTACIÓN

Este informe está realizado por el Consorcio de Desarrollo de la Zona Media y se enmarca en las acciones previstas en la Red de Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra, impulsada por la Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno de Navarra.

El presente documento recoge información de carácter coyuntural de la situación del comercio itinerante en la Zona Media de Navarra en el momento actual, y pone el foco en los *comercios del territorio que realizan venta itinerante*.

Esta observación, descripción y análisis se ha realizado en el segundo semestre de 2025 para valorar la situación del comercio itinerante y las acciones que han emprendido en las áreas citadas de inversiones, ayudas y digitalización.

Como se señalará, es una foto fija del mercado itinerante, aunque este sector fluctúa y es pertinente remarcar que puede verse modificado.



1.- Zona de estudio

La Zona Media de Navarra se encuentra situada en el



39.597 habitantes



1.415,80 km²



27,97 habitantes/km²



Población de origen
extranjero
10,9 %



Tasa de masculinidad
105,9 por cada 100
mujeres



Índice de
envejecimiento
162, 27



Tasa de actividad 57,84

Tasa de empleo 53,49%



2.432 empresas en territorio

2.187 explotaciones agrarias



10,49% de las empresas
pertenecen al sector industrial



15,39% de las empresas
pertenecen al sector
construcción



36% de las empresas
pertenecen al sector
comercio y hostelería



48,12% de las empresas
pertenecen al sector
servicios

2.- Ficha técnica

Calendario

Validación	Septiembre 2025
Trabajo de campo	Realizado los meses de junio, julio, agosto de 2025
Difusión del informe	Octubre 2025

Universo muestral

		Fuera del territorio	Del territorio
Comercios itinerantes en Zona Media	17	13	4
Fuente	Base de datos creada por comercio rural de la Zona Media, trabajo de campo y solicitud a entidades municipales.		
Recogida de datos	• Mailing dirigido a las Entidades Municipales. • Trabajo de campo con visitas a las distintas localidades. • Entrevistas personales.		
Tratamiento de datos	• Análisis cualitativo del comercio itinerante		

El informe monográfico busca recabar información sobre la situación del comercio itinerante en el la Zona Media de Navarra.

3.- Análisis

La definición de comercio no sedentario, a los efectos de la Ley Foral, es el realizado por comerciantes fuera de un establecimiento comercial permanente, en instalaciones desmontables, en espacios abiertos, o en vehículos-tienda, de acuerdo con las condiciones establecidas en la presente Ley Foral. LEY FORAL 13/1989, de 3 de julio, de comercio no sedentario.

El comercio itinerante en nuestro territorio lo regulan los propios Ayuntamientos. Por lo que hasta ahora, no había datos homogeneizados de los mismos. Tan sólo se partía de unos pocos datos conseguidos por medio de la ciudadanía de nuestro territorio y de los representantes políticos de las entidades municipales, aunque nos hemos encontrado con que muchas de las personas representantes no saben decirnos con exactitud los días o los comercios itinerantes que acuden a su localidad.

El trabajo de campo nos ha servido para homogeneizar esta información y realizar un pequeño censo de este tipo de comercio en nuestro territorio. Este trabajo nos proporciona una foto fija de un momento concreto, ya que es un sector que fluctúa mucho dependiendo de la demanda y de la oferta de estos comercios.

Los comercios itinerantes con domicilio en nuestro territorio son realmente escasos, aunque muchos de ellos cumplen una gran labor social y sean de los pocos recursos que combaten en primera línea la despoblación de las localidades más pequeñas de nuestro territorio. Realmente estos comercios son marginales pero como decimos tienen una gran importancia en los municipios a los que acuden, ya que son un canal tradicional de distribución comercial en alguna de nuestras localidades.

A su vez, a nivel social supone una actividad que dinamiza el pueblo y en muchas localidades supone una "excusa" para la socialización. El día en el que acuden alguno de estos comercios es un momento importante en estos municipios y para las personas que lo habitan, especialmente personas de edad avanzada que no tienen tanta facilidad para acudir a otras localidades cercanas de mayor envergadura para realizar sus compras.

Hay que tener en cuenta que estos comercios llevan años acudiendo a estas localidades, resistiendo el paso del tiempo y el crecimiento del comercio sedentario y las grandes superficies en localidades próximas.

A los municipios donde acuden son en general, localidades en las que no se encuentra comercio sedentario especializado en el sector en el que dan el servicio.

Estas localidades suelen ser de pequeño tamaño con una media de habitantes entorno a los 296 habitantes y distribuidos por toda la geografía de nuestro territorio.

Entre las potencialidades de este tipo de comercio están: La cercanía, el servicio que realizan a la población y especialmente a las personas de mayor edad y con dificultad para desplazarse y el lado emocional de socialización de estas pequeñas localidades.

4.- Metodología

La metodología empleada para la recolección de datos en este informe se centra en la recolección de datos a través de los y las representantes municipales, la ciudadanía en algunos casos, la observación directa, las entrevistas personales y el análisis de campo, con el objetivo de obtener una imagen realista de la situación del comercio Itinerante de la Zona Media de Navarra. En primer lugar, buscamos identificar las localidades a las que acudían este tipo de comercios, ya que, tras realizar este trabajo, queda claro que no se trata de un comercio convencional, sino de un servicio que los comercios brindan a las comunidades locales. Se ha contactado con los representantes de todas las entidades municipales de menos de 1.000 habitantes para conocer de primera mano los comercios que se desplazan a estas localidades o concejos.

Sin embargo, surgieron importantes dificultades en la recopilación de estos datos, ya que muchos representantes municipales no conocían con exactitud los días, las horas e incluso si continuaban acudiendo a su localidad. Una cuestión lógica ya que alguno de estos comercios no acuden con una temporalidad cerrada durante todo el año.

Ante esta situación, se decidió ajustar la metodología de recolección de datos y ampliarla a informadores clave en cada una de estas localidades. Además se realizó una entrevista en profundidad con uno de los comercios más importantes localizado en nuestro territorio y que nos brindó una información clave para entender la acogida, el nivel de negocio y la función tan importante de este tipo de comercio en las pequeñas localidades de nuestro territorio.

Número de comerciantes: En total se han podido detectar 17 comercios itinerantes en nuestro territorio. Todos se desplazan en furgonetas preparadas o en pequeños camiones, excepto el camión del Supermercado Villa de



Muruzábal que es un camión grande adaptado por dentro para ser un supermercado. Además de contabilizar el número de comercios, se ha realizado un listado de la tipología de productos de cada comercio.

Distribución de los comercios por tipología de productos: Se ha controlado la tipología de los productos de cada furgoneta, clasificándolos en diferentes categorías como pescadería, supermercado, panadería, calzado, heladería, butano, frutería y embutidos. Esto ha permitido obtener una visión clara sobre la diversidad de productos ofrecidos en cada comercio itinerante. Marcando una clara tendencia y es que estos comercios cubren una clara carencia de suministro de estos productos en las localidades o concejos donde acuden.

- Perfil demográfico de los comerciantes: se ha observado el perfil demográfico de los vendedores, recogiendo datos como el sexo de los comerciantes. Esto, ha sido clave para establecer el perfil más habitual del comerciante Itinerante.
- Participación y afluencia: aunque no ha sido posible recoger datos precisos sobre la afluencia de público, se ha consultado y realizado observación sobre la participación y clientela en cada pueblo.

5.- CARACTERÍSTICAS DEL COMERCIO ITINERANTE EN LA ZONA MEDIA DE NAVARRA

El comercio itinerante en la Zona Media de Navarra se caracteriza por no tener una periodicidad fija. Podríamos hablar que hay comercios que tienen sus rutas fijas y no se salen de ellas teniendo marcadas las paradas con sus horas y los días que acuden al pueblo, siendo conocedora la población local del calendario y horario de su llegada. A su vez, se han detectado comercios que acuden al territorio sin una periodicidad fija. Los comercios que prestan sus servicios de manera semanal convierten su llegada a la localidad en una cita habitual para las personas residentes, ofrecen una alternativa a la salida de la localidad para conseguir estos productos y es un día de socialización.

Este tipo de compras suelen ser constantes, lo que asegura una continuidad en la oferta de productos que brindan estos comercios. Los productos que se ofrecen en estos comercios son variados, y responden en gran medida a la

demanda y necesidades de las personas de estas localidades y en especial en aquellas donde no existe oferta comercial. Los productos más comunes que podemos encontrar en este tipo de comercios son de alimentación, aunque también se cubren otro tipo de demandas:

- **Panadería:** Este es uno de los principales productos del comercio itinerante, ya que muchos de los pueblos a donde acude ya no existen panaderías. Desde Tafalla acude la panificadora San Sebastián a vender pan y productos de bollería todos los días a varios pueblos del territorio. Localidades como Beire, Muruarte de Reta, Leoz/Leotz Oloriz/Oloritz.
- **Frutería:** Este comercio acude de fuera del territorio concretamente de La Rioja y va a las localidades de Beire y San Martín de Unx de manera semanal.
- **Congelados:** Congelados Solrío es una empresa Alavesa que acude a vender productos de alimentación congelados a nuestro territorio, acude a las localidades de Leoz/ Leotz, Orisoain, Ujué/ Uxue y Beire.
- **Dulces:** Este comercio acude desde Olite/Erriberri una vez por semana a la localidad de San Martín de Unx.
- **Pescadería:** Se ha detectado un puesto de fuera del territorio que acude de manera semanal para la venta de pescado a las localidades de San Martín de Unx y de Ujué/Uxue.
- **Butano:** Desde la localidad de Tafalla se acerca el butanero a varias localidades cercanas como son San Martín de Unx y Ujué/ Uxue.
- **Embutidos, jamón y quesos:** Desde Soria acude a distintas localidades de la Zona Media "Casa Pichón" que vende embutidos, queso y jamones. No cuenta con una temporalidad fija, por lo que las personas de la localidad no saben exactamente cuando acude a la localidad.
- **Calzado:** Desde la provincia de La Rioja acude Mundo Calzado a vender calzado por varias localidades y también mercados ambulantes de nuestro territorio.
- **Supermercado:** Este es el comercio "estrella" de todos los negocios itinerantes de nuestro territorio. El Coviran Villa de Muruzabal, se desplaza a más de 8 localidades de nuestro territorio y otras tantas fuera de él. Con una periodicidad semanal, incluso repitiendo varios días por semana en

localidades donde la demanda es mayor. Este supermercado, acerca a estas poblaciones que cuentan con una característica en común entre ellos, y es que carecen de comercios de alimentación. Este camión supermercado facilita el acceso a una gran referencia de productos de todo tipo (producto fresco: frutería y verdura, droguería, congelados, embutidos, carne, bebidas y un largo etc...), ya que en este espacio recoge todo lo que puede tener un pequeño supermercado.

6.- PERFIL COMERCIOS ITINERANTES:

El perfil de las personas comerciantes que acuden a nuestro territorio es relativamente parecido. La mayoría de las personas que regentan estos comercios son hombres, mayores de 55 años y en algunos casos próximos a la jubilación. Se trata de un sector altamente masculinizado, con una representación mayoritaria de hombres. Aunque existen mujeres que participan activamente en este tipo de comercio, su presencia es notablemente menor en comparación con la de los hombres. Por otro lado, cabe destacar la falta de relevo para este tipo de negocios.

El perfil de las personas clientas que acuden a los comercios ambulantes es variado, aunque predominan las personas mayores, en su mayoría jubiladas y especialmente mujeres. Para muchos, estos comercios representan una alternativa cómoda y accesible para realizar sus compras sin necesidad de desplazarse a localidades más grandes del entorno. Además muchos productos del día a día que no se pueden comprar como es el pan, también son suministrados por los comercios.

Los comercios itinerantes de nuestro territorio se han convertido en un punto de encuentro habitual y de socialización en determinadas localidades. Donde no solo se adquieren productos, sino que también se fomenta la interacción social, el acompañamiento y se combate la sensación de soledad. Este momento de compra trasciende la mera transacción comercial y se convierte en un momento de relación entre los vecinos y las personas comerciantes. Estos encuentros son una oportunidad para socializar, y fortalecer los lazos comunitarios. Además, los comerciantes itinerantes no solo venden productos, sino que también desempeñan un papel fundamental

como proveedores de servicios, especialmente para las personas mayores. Entre sus labores adicionales, destacan la entrega de medicamentos, la gestión de encargos de productos no disponibles en sus furgonetas o la realización de recados para otros vecinos, lo que refuerza su papel como apoyo esencial en las pequeñas localidades

7.-La foto que nos reporta nuestro territorio del comercio itinerante:

La gran mayoría de los comercios itinerantes que hemos podido observar son de compra venta. No suelen acudir productores de venta directa. Así como en ferias de artesanía o alimentación artesana que podemos observar en nuestro territorio y a las que sí acuden productores, estos no lo hacen como comercio itinerante.

En la siguiente tabla podemos observar las localidades de la zona media donde acuden comercios itinerantes y el tipo de productos que venden. La frecuencia cambia dependiendo de las estaciones. En verano hay una mayor demanda porque sube la población de todas las localidades del territorio, debido a las familias que cuentan con segundas residencias en nuestras localidades.

Localidad	Comercio	Tipo	Procedencia
Berbinzana	Helados Mendoza	Heladería, bebidas y chucherías	Fuera del territorio (Cárcar)
Tiebas	Supermercado Villa de Muruzábal	Supermercado alimentación	Del territorio (Muruzábal)
Muruarte de Reta	Panificadora San Sebastián	Panadería, bollería y huevos	Del territorio (Tafalla)
Beire	Panificadora San Sebastián	Panadería, bollería y huevos	Del territorio (Tafalla)
	Frutero	Fruta	Fuera del territorio (La Rioja)
	Congelados Solrio	Pescado y congelados	Fuera del Territorio (Oion Álava)



	Butanero	Butano	Del territorio (Tafalla)
Campanas	Supermercado Villa de Muruzábal	Supermercado alimentación	Del territorio (Muruzábal)
Leoz/Leotz	Panificadora San Sebastián	Panadería, bollería y huevos	Del territorio (Tafalla)
	Congelados Solrio	Pescado y congelados	Fuera del Territorio (Oion Álava)
Orísoain	Congelados Solrio	Pescado y congelados	Fuera del Territorio (Oion Álava)
Adiós	Supermercado Villa de Muruzábal	Supermercado alimentación	Del territorio (Muruzábal)
Tirapu	Supermercado Villa de Muruzábal	Supermercado alimentación	Del territorio (Muruzábal)
Olóriz	Panificadora San Sebastián	Panadería, bollería y huevos	Del territorio (Tafalla)
San Martín de Unx	Frutero de Falces (jubilación próxima)	Fruta y verdura	Fuera del territorio (Falces)
	Pescadería Echeverri	Pescado	Fuera del territorio (Sangüesa)
	Casa Pichón	Jamones y embutidos	Fuera del territorio (La Rioja)
	-	Dulces	Del territorio (Olite/ Erriberri)
Eneriz	Supermercado Villa de Muruzábal	Supermercado alimentación	Del territorio (Muruzábal)
Biurrun	Supermercado Villa de Muruzábal	Supermercado alimentación	Del territorio (Muruzábal)
Unzué/Untzue	Supermercado Villa de Muruzábal	Supermercado alimentación	Del territorio (Muruzábal)
Ujué/Uxue	Frutero-Verdadero	Frutería	Fuera del territorio (Muruzábal)
	Pescadería Echeverri	Pescado	Fuera del territorio (Sangüesa)
	Congelados Solrio	Pescado y congelados	Fuera del Territorio (Oion Álava)
	Butanero	Butano	Del territorio (Tafalla)
Barásoain	Mundo Calzado	Calzado	Fuera del territorio (La Rioja)

En las localidades de la Zona Media que acuden camiones y furgonetas que venden pescado, frutas, pan, verdura y también reparto de butano.

A su vez, hay un camión supermercado que acude a 12 localidades, casi todos ellos en nuestro territorio y que ofrece una gran variedad de productos.

Prácticamente la totalidad de los comercios itinerantes, venden los mismos productos durante todo el año. Si observamos la distribución general de los productos en el comercio itinerante, un gran porcentaje de los puestos corresponden a productos de alimentación de primera necesidad como verdura, pescadería, frutería y pan. En algunas ocasiones acuden zapaterías o venta de dulces y encurtidos. Las modificaciones en los productos están condicionadas a los productos de temporada.

La mayoría de los comercios itinerantes son de fuera del territorio. En la Zona Media tan sólo existen tres comercios de los cuales podemos excluir uno (venta y distribución de butano) que son del propio territorio. La Panadería San Sebastián de Tafalla que suministra pan, huevos y bollería a bastantes localidades del entorno y el camión Villa de Muruzábal que se podría decir es la estrella de estos comercios itinerantes y un ejemplo de servicio fundamental en muchas de las localidades de nuestro territorio.

En total, por lo observado, la actividad del comercio ambulante en nuestro territorio rondará la decena de comercios y en torno a 15 personas una cantidad de personas muy poco representativa. A su vez el comercio ambulante da otra oportunidad de negocio incluso a comercios sedentarios como se puede observar en el caso de varios viveros y floristerías en nuestro territorio.

Casa Pichón (La rioja), <https://jamonescasapichon.es/>

Mundo Calzado https://www.instagram.com/mundocalzado_calahorra/

Congelados Egea <https://congeladosegea.es/>



8.-Entrevista personal José Ramón Zala

Comerciante Villa de Muruzábal: Entrevista



Buenos días, José Ramón muchas gracias por dedicarnos este tiempo y espacio. Tu labor con el supermercado itinerante es realmente admirable, especialmente en estos tiempos donde el comercio rural se enfrenta a tantos desafíos. Nos gustaría que nos contaras un poco más sobre tú día a día y la importancia de tu servicio para los pequeños pueblos de nuestro territorio a los que acudes.

1. Alcance y Ruta:

-Para empezar, me gustaría que nos explicaras un poco sobre tu operativa. ¿A cuántos pueblos sueles acudir regularmente a lo largo de la semana o del mes? ¿Hay alguna ruta fija o va variando según la demanda o las necesidades de los pueblos?

Regularmente voy a 12 pueblos e incluso paro un poco en Enériz, aunque al tener un comercio de alimentación no me suele gustar estar mucho allí. En ocasiones, acudo dos veces por semana a Campanas y Tiebas, ya que hay mayor demanda en estas localidades. Tengo una ruta fija, con un horario y unos días concretos por la mañana, para que las personas de la localidad lo sepan también. Toco la bocina por costumbre pero no hace falta.

Tengo un servicio en el cual las personas me mandan por whatsapp la lista de la compra y yo les llevo el pedido preparado. No lo creé yo, si no que se ha impuesto. No lo ofrezco pero hay gente mayor que lo hacen, incluso los hijos e hijas en algunas localidades y viviendas me dejan las llaves del frigorífico

(personas que van al centro de día) y yo les guardo la compra en la nevera o en el frigorífico (Clientela que se han convertido en amigos).

2. Oferta de productos:

-Hablando de los productos que ofreces, ¿Qué tipo de artículos sueles llevar en tu supermercado?

El producto fresco lo compro en Larraga en Radvi, en ocasiones en Berriosuso lechugas de aquí, suele ser casi todo local especialmente en temporada. Para la parte de droguería, compro en otras partes del estado (Aragón o Murcia) y mucho producto son de la cadena Coviran.

¿Hay algún producto estrella o alguna sección que sea especialmente demandada por tus clientes?

Los productos más demandados son los frescos, los productos que más vendo son la fruta y la verdura. También el aceite de Arroniz que es muy demandado y que yo compro por palets. En la actualidad, en el camión cuento con más de 5.000 referencias en productos.

¿Intentas priorizar productos locales o de cercanía?

Intento fomentar el producto local, vendo este aceite y el vino suelo vender de Añorbe de la marca Nekeas o de Iñurrieta de Falces. Así que sí en todo lo que puedo lo intento fomentar aunque también soy una franquicia de supermercado y en algunas cosas te condiciona.

3. Servicios Adicionales y Valor Añadido:

-“Más allá de la venta de productos, ¿ofreces algún otro servicio que sea útil para la comunidad? Por ejemplo, ¿recoges algún encargo, haces algún tipo de gestión, o sirves como punto de información o recogida de paquetería?

Como te he comentado, recojo encargos de la clientela por whatsapp. Los preparo la víspera y cuando acudo a estas localidades, los reparto casi siempre a domicilio.

No recojo otro tipo de encargos de paquetería, ni tengo este servicio pero sí que sí ha habido algún fallo en los pedidos me desplazo con la furgoneta a cambiarlo o a enmendarlo.

¿Cómo crees que estos servicios complementan tu actividad principal?

Es un servicio que lo ha creado la clientela, yo no lo ofertaba pero se ha impuesto por necesidad. Ahora es cuando me doy cuenta la función social que realiza mi comercio.

4. Función Social del Supermercado:

Es evidente que tu presencia en estos pueblos va más allá de una simple transacción comercial. ¿Cómo describirías la función social que desempeña tu supermercado itinerante?

La gente agradece mucho esta labor y el servicio

¿Crees que eres un punto de encuentro para la gente, o que contribuyes a mantener viva la vida rural de alguna manera?

Mi comercio es un punto de encuentro, en verano es un poco de stress ya que hay más gente en los pueblos, pero en invierno es un claro punto de encuentro en determinadas localidades. El hecho de tener una ruta fija y clientes habituales hace que muchas veces conozcas muchas de las cuestiones familiares y del pueblo y mucha gente se pueda acercar a contarte, especialmente en invierno. A veces somos como un confesionario, oír, ver y callar. Incluso en ocasiones tengo que recordar que voy a otras localidades en ese mismo día.

5. Apoyos institucionales:

Dada la importancia de tu trabajo, me pregunto si recibes algún tipo de ayuda o subvención por parte de las instituciones, ya sea a nivel local (ayuntamientos), foral (Gobierno de Navarra) o incluso estatal. ¿Crees que hay suficiente reconocimiento y apoyo para este tipo de iniciativas?

Vendo mucho pero es un gasto excesivo. Debería ser como en Alemania, que hay camiones como el mío y están subvencionados aunque luego la explotación sea privada. Un vehículo es mucho gasto, cada cinco años batería que está cerca de los 8.000 euros y los camiones que llevo tres

cuestan más de 200.000 euros. Mantener los precios competitivos con todos los gastos que supone un vehículo, hace que el margen disminuya.

Algún tipo de ayuda debería de haber, algún descuento en luces o en baterías o incluso en el carburante. La cuestión es que mi local se va desvalorizando con el uso, en lugar de valorizarse como puede ser un comercio no itinerante o al uso.

6. Viabilidad y visión del Negocio:

Desde tu experiencia, ¿Consideras que es un modelo rentable a pesar de las particularidades de la venta itinerante? ¿Cuáles son los mayores desafíos y las mayores satisfacciones que encuentras en tu día a día?

¿Cómo valoras la viabilidad y el funcionamiento general de tu negocio?

El funcionamiento del negocio es una forma de vida. Comenzó mi abuela antes de la guerra civil llevando huevos a Pamplona en un carro tirado por caballos. Durante la guerra le confiscaron el carro y pasado el tiempo retomó mi padre que compró un camión pequeño de la marca Ebro. Hablando con un amigo me comentó que en los países bajos existían los autobuses autoservicio y cuando volví de la mili me animé a meterme. El negocio es viable pero requiere de implicación y horas de trabajo. Yo trabajo 12 horas al día. Llevo en este negocio desde los 17 años. Empiezo en el almacén por la mañana en Muruzábal haciendo la preparación de los pedidos y la reposición de los alimentos. Para ello tengo contratada dos personas que me ayudan.

¿Depende el volumen de venta de la población del pueblo?

No hay una relación directa, hay pueblos que se vende muy bien, depende del pueblo pero se vende muy bien. Úcar, Tiebas, Biurrun se vende muy bien, campanas cuesta un poco más ya que es más largo pero no me quejo de la venta en ningún pueblo de los que acudo.

7. El futuro del Negocio y Relevo Generacional:

Mirando hacia el futuro, imagino que habrás pensado en el momento de tu jubilación. ¿Crees que cuando llegue ese momento tu comercio tendrá un relevo?

Estoy intentando implicar a mi hija y también algún chaval del pueblo para que me ayude. A su vez, hay una chica que vive al lado de la nave y que me

ha mostrado interés en continuar con el negocio cuando me jubile, me encantaría que fuera así, ya que mis hijos creo que no continuarán con el negocio.

¿Hay interés por parte de las nuevas generaciones en continuar con este tipo de iniciativas, o ves que es un modelo que tiende a desaparecer?

En la actualidad se jubila una de las trabajadoras que me ayuda en el almacén y hay una chica del pueblo pero que en la actualidad está en Brasil, que quiere sustituirla. Tengo una chica que trabaja tres horas a la mañana y un chico que repone el camión. Con un socio o una socia este comercio sería muy viable y se podría disfrutar más, ya que apenas cojo puentes, ni festivos.

¿Cuáles son los desafíos mayores a los que se enfrenta tu comercio?

Para mí el relevo comercial y encontrar gente con ganas de trabajar para seguir con el comercio hasta mi jubilación y entre todo esto, también está el desafío de que estas localidades sigan contando con este servicio.

¿Qué plantearías a la Dirección General de comercio del Gobierno de Navarra en relación al comercio itinerante?

La luz es muy cara casi 1.000 euros al mes en el almacén. Con respecto a la accesibilidad creo que no hay sitio material para hacer accesible el camión.

Alguna otra aportación para trasladar

¿Ayudas o solicitudes?

¿Ayudas?, en la actualidad no me cobran por poner el bus, aunque antes sí que lo hacían. Por otro lado, los pueblos también tienen detalles para las comidas populares de Tiebas me compran todo el material y el pasado año tiré el cohete de fiestas junto con el panadero de Imárcoain.

La gente es muy agradecida, pero carezco de ayudas.

Bolsa de relevo

Se le transmite su existencia y se explica el servicio. Llegado el momento y si no tiene relevo le interesaría participar.

Hay muchos pueblos que me solicitan acudir, pero yo no puedo dar el servicio, porque no doy para más. El negocio es muy viable y el servicio a los pueblos muy importantes.

Pues con esto ya hemos terminado José Ramón, agradecerte este rato que nos has dedicado.

9.- Conclusiones

La realidad de los comercios itinerantes en la Zona Media, a partir de la muestra de comercios que hemos podido analizar, se presenta como un sector que a diferencia del mercado sedentario está bastante masculinizado en nuestro territorio. Se calcula que en los distintos puestos de comercio itinerante cerca del 80% están regentados por personas de sexo masculino. El sector del comercio itinerante cuenta en nuestro territorio con unos 20 comercios que se reparten a lo largo y ancho de la Zona Media de Navarra.

El perfil generalizado de las personas que regentan este tipo de comercios es varón de mediana edad entre los 50 y los 60 años y de origen de fuera del territorio, aunque hay excepciones.

Muchas de las personas de las que regentan los comercios, son de origen autóctono a diferencia de los puestos de mercado ambulante que como se cita en el anterior informe sobre mercado ambulante en Zona Media de 2024 realizado por la Red de Dinamización del Comercio Rural en Navarra gran parte son de origen extranjero. Muchos de los comercios itinerantes detectados acuden de fuera del territorio⁹. A su vez, muchos de estos son de fuera de nuestra provincia especialmente de la Rioja o Soria.

El ejemplo es, que en algunas localidades que no cuentan con estos comercios y acuden a diario comercios itinerantes que vende pan, localidades como Uterga, Tiebas, Unzué/Untzue, Muruarte de Reta y en ocasiones suministra también huevos y magdalenas. Por otro lado, a estas localidades diariamente acude el autobús Villa de Muruzábal, que lleva una gran variedad de productos (más de 5.000 referencias) a las localidades donde no existen este tipo de establecimientos. Este camión supermercado acude a localidades donde no hay supermercado y tanto en Tiebas como en Campanas acude dos veces a la semana. Tiene ruta marcada y pasa por varias localidades de nuestro territorio en la misma jornada.

Video José Ramón Zala

<https://www.youtube.com/watch?v=Yf3L6MtfJbY>



