

Informe de Coyuntura del Comercio en el espacio Rural de Navarra



Gobierno de Navarra  Nafarroako Gobernua



Comercios de Navarra
Nafarroako dendak

Teder 


cedema garalur

consorcio
EDER



ZONA MEDIA
GRUPO DE ACCIÓN LOCAL

Índice

Introducción	3
1.- Zona de estudio	4
2.- Ficha técnica	5
3.- Síntesis diagnóstica	7
4.- Análisis	8
Caracterización del comercio rural	8
Situación actual del comercio rural	11
Perspectivas del comercio rural	13
Indicador de confianza	15
5.- Conclusiones	16
6.- Referencias	19
Anexos	20
Anexo I. Encuesta	
Anexo II. Cálculo del indicador de confianza	

Introducción

Este informe 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** de Gobierno de Navarra, en colaboración con los **Grupos de Acción Local (GAL)**, entre los cuales se encuentra la **Asociación Cederna Garalur, Consorcio de Desarrollo de la Zona Media, Consorcio EDER y Tierra Estella Desarrollo Rural**. El objetivo de la Red es apoyar e impulsar la mejora competitiva de los comercios, contribuyendo al bienestar de la ciudadanía mediante el desarrollo sostenible de la actividad comercial.

El presente informe, que recoge información de carácter coyuntural, sirve como una primera aproximación a la situación del comercio de proximidad situado en los **entornos rurales de Navarra**, quedando excluida Pamplona y la cuenca. La importancia de realizar este análisis durante la primera mitad de 2023 reside en la necesidad de implementar una línea base que permita seguir la evolución de la situación del comercio de proximidad de los entornos rurales a lo largo del tiempo.

Resulta oportuno establecer dicho seguimiento ahora, ya que el comercio de proximidad se encuentra en una etapa decisiva que determinará el grado de recuperación final del sector tras la pandemia de COVID-19, así como el éxito o fracaso al afrontar la actual crisis económica de carácter inflacionista, junto con la superación o no de algunos de los retos más acuciantes: falta de digitalización, escasa sostenibilidad, pérdida de competitividad y/o dificultad para establecer dinámicas sostenibles de relevo generacional o de asociacionismo.

Con el fin de presentar los principales resultados obtenidos y situarlos dentro del contexto característico de los entornos rurales de Navarra, este informe comienza presentando la ficha técnica, con el fin de exponer las principales características estadísticas y metodológicas del estudio. Tras ello, se ofrece una caracterización zonal y 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.

1.- Zona de estudio



La Comunidad Foral de Navarra se encuentra situada en el norte de España, quedando dividida en cuatro entornos rurales: Montaña de Navarra, Ribera de Navarra, Tierra Estella y Zona Media.



292.639 habitantes



8.988 km²



32,56 habitantes/km²



Población de origen extranjero/total
11,89%



Tasa de masculinidad
106,62



Índice de envejecimiento (>64/<15 años)
225,33



Renta per cápita media anual por unidad de consumo (2020): 19.035,95€

Tasa de pobreza (2020): 23,99%



16.530 empresas con sede social en los entornos rurales de Navarra

111 polígonos industriales



12,02% de las empresas pertenecen al sector industrial



13,82% de las empresas pertenecen al sector de la construcción



25,08% de las empresas pertenecen al sector comercial



47,79% de las empresas pertenecen al sector servicios



2.- Ficha técnica

Calendario

Validación	Diciembre de 2022.
Trabajo de campo	Elaboración de la Base de Datos Inicial: septiembre de 2022 - enero de 2023, con frecuencia diaria. Difusión de la encuesta: diciembre 2022 - febrero de 2023.
Difusión del informe	Junio de 2023.

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	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 <p>Para calcular el índice general se realiza una media ponderada de los cuatro índices individuales por el peso de los comercios de cada zona respecto al total. 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.</p>
Índice del Nivel de Stock	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none">• 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 <p>Para calcular el índice general se realiza una media ponderada de los cuatro índices individuales por el peso de los comercios de cada zona respecto al total. 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.</p>

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 y ponderada por el peso de los comercios de cada GAL respecto al total.

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 comercio de los entornos rurales de Navarra

Total comercio:
2.352

Total respuestas:
420

Error muestral:
4,33% (nivel de
confianza 95%)

Error muestral:
4,80% (nivel de
confianza 97%)

Comercios
contactados: 1.319

Índice de respuesta
relativo: 31,84%

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
- Asesoramientos presenciales a comerciantes (encuesta impresa)

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.

Debido a los métodos utilizados a nivel estadístico, la Ribera de Navarra cuenta con una mayor representación en aquellas variables que han sido ponderadas por el número de establecimientos comerciales, seguida por Tierra Estella, la zona de montaña y Zona Media.

Para las variables ponderadas por la población, la Ribera cuenta con un mayor peso, seguido por la zona de montaña, Tierra Estella y Zona Media; patrón que se repite para las variables ponderadas por el número de empresas.

Las respuestas a la encuesta se han agregado, por lo que la mayor representación la tiene la Ribera, seguida por Tierra Estella, Zona Media y la zona de montaña y manteniéndose la representatividad para el conjunto de los entornos rurales de Navarra.

3.- Síntesis diagnóstica

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 420 comercios

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN RELATIVA: 1.319 comercios

TAMAÑO DE LA POBLACIÓN: 2.352 comercios

MÉTODOS:

- Encuesta online (Google Forms)
- Encuesta impresa



INDICADOR DE VENTAS

52,27



INDICADOR DE STOCK

54,42



INDICADOR DE LAS
EXPECTATIVAS DE VENTA

45,45

50,72 **Indicador de Confianza**

01

Situación actual del comercio

El **83,10%** de los comercios encuestados opinan que su **nivel de ventas** es al menos **satisfactorio**.

El **80,05%** de los comercios encuestados **han notado un incremento** en los **precios de sus proveedores**.

El **83,33%** de los comercios encuestados creen que su **stock** es **suficiente o reducido**.

02

Expectativas del comercio en 2023

El **69,05%** de los comercios encuestados creen que su **nivel de ventas** va a ser **igual o mejor** en **2023**.

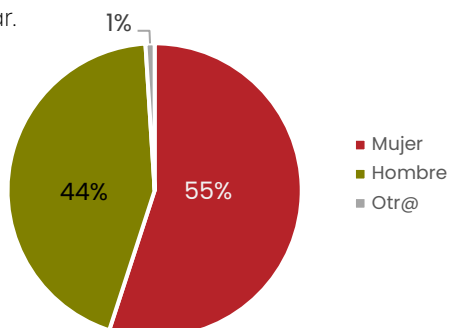
El **68,33%** de los comercios encuestados creen que el **personal contratado** va a ser **igual o mayor** en **2023**.

El **66,43%** de los comercios encuestados creen que la **situación general** del comercio va a ser **igual o mejor** en **2023**.

4.- Análisis

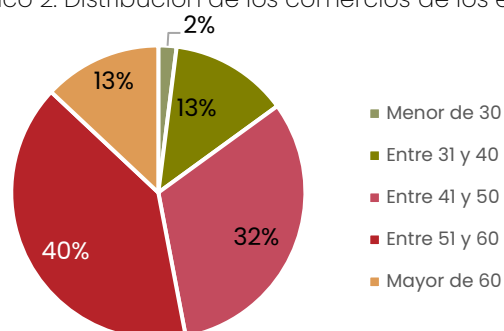
Caracterización del comercio de los entornos rurales de Navarra

Gráfico 1. Distribución de los comercios de los entornos rurales según el género de la persona titular.



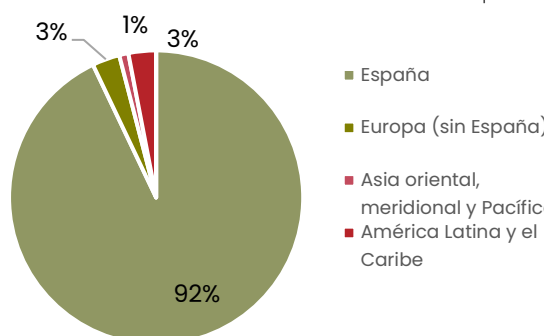
De los comercios encuestados, el 55% indican que la persona titular es una mujer, frente al 44% que indican que la persona titular es un hombre y 1% que no se identifica ni como hombre ni como mujer.

Gráfico 2. Distribución de los comercios de los entornos rurales según la edad de la persona titular.



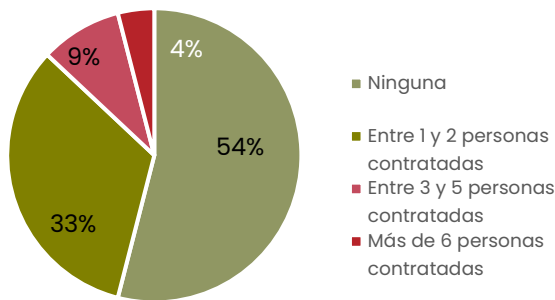
De los comercios encuestados, el 85% indican que la persona titular tiene entre 31 y 60 años, siendo el 40% quienes afirman tener entre 51 y 60 años. El 13% indican tener más de 60 años y el 2% indican tener menos de 30 años.

Gráfico 3. Distribución de los comercios de los entornos rurales según la zona geográfica de origen de la persona titular.



De los comercios encuestados, el 92% indican que la persona titular es española, mientras que el 3% restante provienen del resto de Europa, otro 3% de América Latina y el Caribe y el resto se encuentran repartidos entre África y el Norte de África y Oriente Medio.

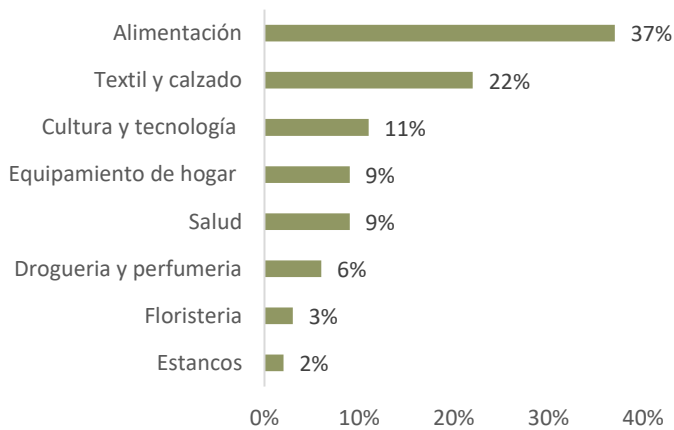
Gráfico 4. Distribución de los comercios de los entornos rurales según el número de personas contratadas



De los comercios encuestados, el 54% afirman no tener ninguna persona contratada, frente al 33% que tienen entre una y dos personas contratadas.

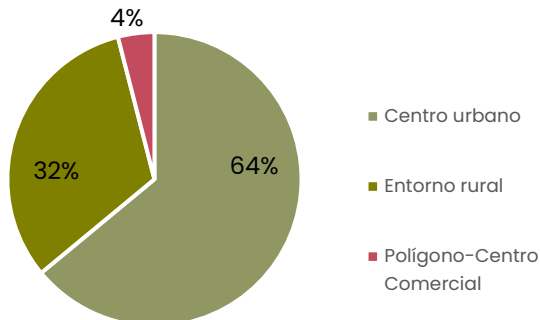
El 9% dicen tener entre tres y cinco personas contratadas y solo el 4% indican tener seis o más personas contratadas.

Gráfico 5. Distribución de los comercios de los entornos rurales según el sector de actividad



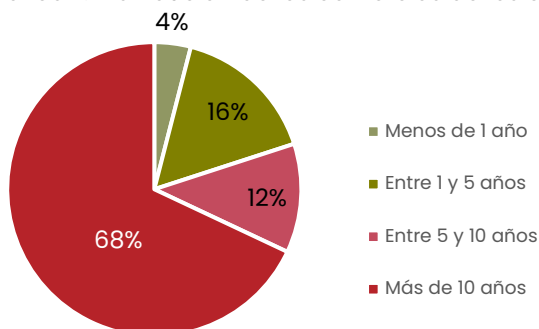
De los comercios encuestados, la mayoría pertenecen al sector de la alimentación (37%) y del textil, calzado y complementos (22%). Les siguen cultura y tecnología (11%), salud (9%), equipamiento para el hogar (9%), droguería y belleza (6%), floristerías (3%) y estancos (2%)

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



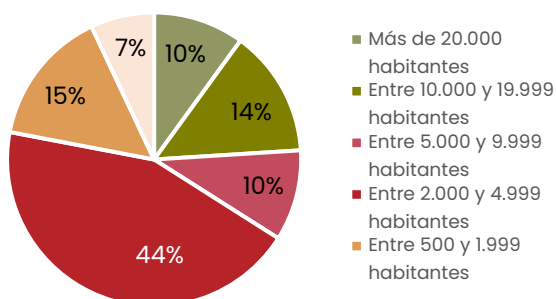
De los comercios encuestados, el 64% se ubican en el centro urbano y el 32% en el entorno rural. Tan solo el 4% se sitúan en un polígono o centro comercial.

Gráfico 7. Distribución de los comercios de los entornos rurales según antigüedad.



De los comercios encuestados, el 68% tienen una antigüedad superior a 10 años, el 12% tienen una antigüedad de entre 5 y 10 años, el 16% tienen una antigüedad de entre 1 y 5 años y tan solo el 4% tienen una antigüedad menor de un año.

Gráfico 8. Distribución de los comercios de los entornos rurales según el tamaño del municipio en el que se ubica.

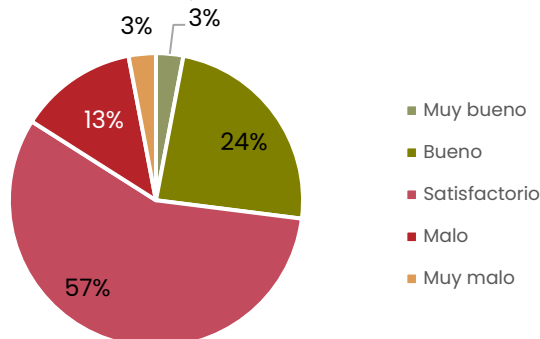


De los comercios encuestados, la mayoría (44%), se ubican en municipios de entre 2.000 y 4.999 habitantes, seguido de los municipios de entre 500 y 1.999 habitantes (15%), de los municipios de entre 10.000 y 19.999 habitantes (14%). Superan tanto a los municipios entre 5.000 y 9.999 habitantes como a los de más de 20.000 habitantes (10% respectivamente) y a los municipios de hasta 499 habitantes (7%).

Situación actual del comercio de los entornos rurales de Navarra

Nivel de ventas

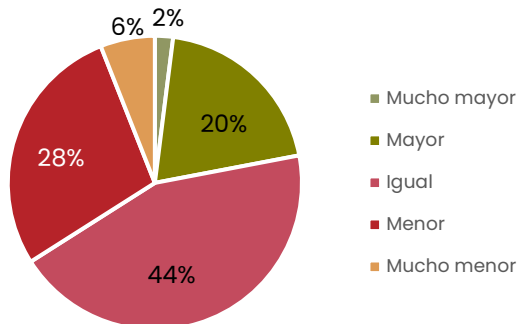
Gráfico 9. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre su nivel de ventas actual.



El 57% de los comercios encuestados califican su nivel de ventas actual como satisfactorio, el 24% lo califican como bueno y el 3% como muy bueno.

Sin embargo, el 13% indican que su nivel actual de ventas es malo y el 3% afirman que es muy malo.

Gráfico 10. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución del nivel de ventas durante el 2022

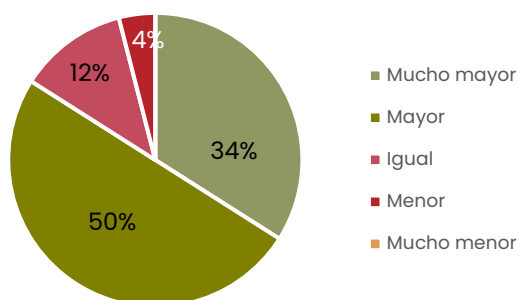


El 6% de los comercios encuestados afirman que su nivel de ventas durante el último año ha sido mucho menor, el 28% indican que ha sido menor y el 44% que ha sido igual.

El 20% indica que ha sido mayor y tan solo el 2% indica que ha sido mucho mayor.

Precios de compra y provisiones

Gráfico 11. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los precios de compra a proveedores durante el 2022.



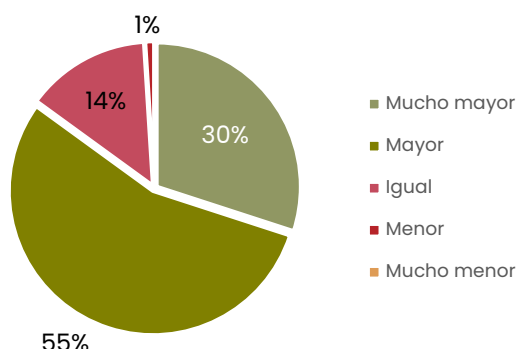
El 12% de los comercios encuestados indican que el precio de compra de sus provisiones no ha variado durante el último año y el 4% indican que ha sido menor.

Sin embargo, el 50% de los encuestados afirman que los precios de compra de las provisiones han aumentado durante el último año y el 34% que el aumento ha sido elevado.

Ningún comercio encuestado indica que los precios hayan disminuido mucho durante el último año.

Gastos fijos

Gráfico 12. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los gastos fijos durante el 2022.



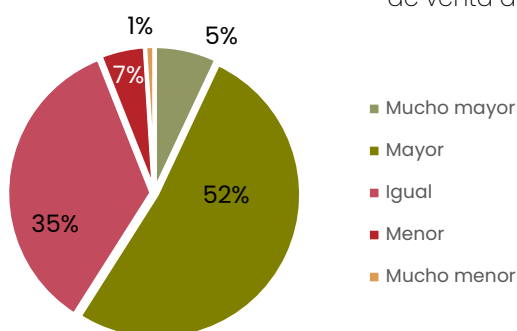
El 55% de los encuestados afirman que los gastos fijos han aumentado durante el último año y el 30% que han aumentado mucho

Sin embargo, el 14% de los comercios encuestados indican que sus gastos fijos no han variado durante el último año y el 1% indican que ha sido menor.

Ningún comercio encuestado indica que los gastos fijos hayan disminuido mucho durante el último año.

Precios de venta

Gráfico 13. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de los precios de venta durante el 2022.



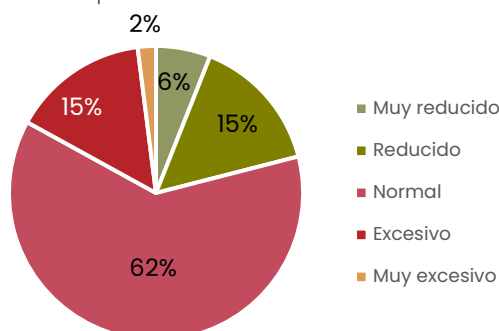
El 52% de los encuestados afirman que sus precios de venta han aumentado durante el último año y el 7% que han aumentado mucho.

Sin embargo, el 35% de los comercios encuestados indican que su precio de venta no ha variado durante el último año y el 5% indican que ha sido menor.

Tan solo el 1% indican que sus precios de venta han disminuido considerablemente

Nivel de stock

Gráfico 14. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre el nivel de stock actual.



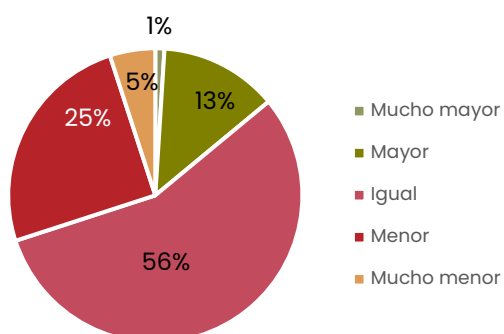
El 62% de los comercios encuestados indican que su nivel de stock actual es adecuado, el 15% que es reducido y el 6% que es muy reducido.

Sin embargo, el 15% de los encuestados afirman que su nivel de stock es excesivo y el 2% que es muy excesivo.

Perspectivas del comercio rural de los entornos rurales de Navarra

Pedidos a proveedores

Gráfico 15. Percepción de los comercios de los entornos rurales de Navarra sobre la evolución del número de pedidos que van a realizar a proveedores durante 2023.

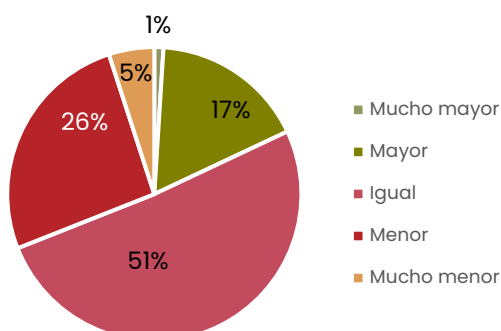


El 56% de los comercios encuestados indican que esperan realizar el mismo número de pedidos a proveedores durante 2023, el 13% esperan realizar más pedidos en 2023 y el 1% esperan realizar un número mucho mayor de pedidos en 2023.

Sin embargo, el 25% de los encuestados esperan realizar menos pedidos y el 5% esperan realizar un número mucho menor de pedidos.

Volumen de ventas

Gráfico 16. Percepción de los comercios de los entornos rurales de Navarra sobre la evolución del volumen de ventas en 2023.

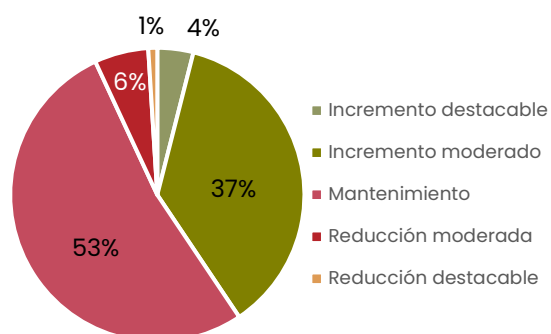


El 51% de los comercios encuestados indican que esperan tener el mismo volumen de ventas durante 2023, el 17% esperan tener un volumen mayor y el 1% un volumen mucho mayor.

Sin embargo, el 26% de los encuestados esperan tener un volumen de ventas menor y el 5% mucho menor.

Precio de venta

Gráfico 17. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución del precio de venta durante 2023.



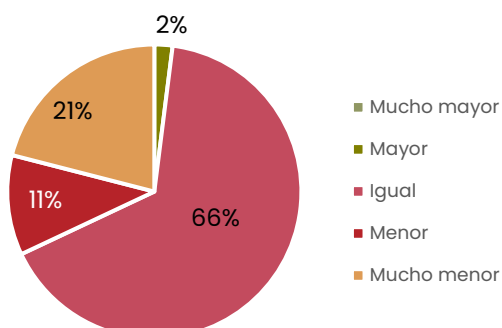
El 53% de los comercios encuestados esperan que el precio de venta no varíe durante 2023 y el 6% esperan que haya una reducción moderada.

Sin embargo, el 37% de los encuestados esperan un incremento moderado en el precio de venta y el 4% esperan un incremento destacable.

Tan solo 2 comercios esperan una reducción elevada del precio de venta.

Número de personas contratadas

Gráfico 18. Percepción de los comercios de los entornos rurales de Navarra sobre la evolución del personal contratado durante 2023

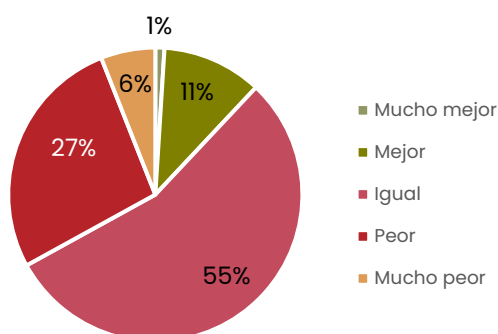


El 66% de los comercios encuestados esperan que el número de personas contratadas no varíe en 2023 y el 2% esperan que incremente moderadamente. Sin embargo, el 11% de los encuestados esperan una reducción moderada y el 21% una reducción destacable.

Ningún comercio encuestado espera un incremento destacable en el número de personas contratadas.

Situación general del comercio rural

Gráfico 19. Percepción de los comercios de los entornos rurales sobre la evolución de la situación general del comercio durante 2023



El 55% de los comercios encuestados esperan que la situación general del comercio no varíe en 2023, el 11% esperan que sea mejor y el 1% esperan que sea mucho mejor.

Sin embargo, el 27% de los encuestados esperan una peor situación general del comercio y el 6% esperan una situación mucho peor en 2023.

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 siguiente tabla se muestra el valor para los tres indicadores de los comercios de los entornos rurales de Navarra.

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

ÍNDICADOR DEL NIVEL DE VENTAS	INDICADOR DEL NIVEL DE STOCK	INDICADOR DE LAS PERSPECTIVAS DEL VOLUMEN VENTAS
52,27	54,42	45,45
50,72 Indicador de Confianza		

El Indicador del Nivel de Ventas de los comercios de los entornos rurales de Navarra tiene un valor de 52,27 siendo mejorable. No obstante, cabe destacar que el indicador se encuentra cerca de alcanzar niveles satisfactorios (a partir de 55). El Indicador del Nivel de Stock (54,42) se encuentra en una situación similar.

El Indicador de las Perspectivas del Volumen de Ventas hace alusión a las expectativas. En este caso, la puntuación es menor que en los dos indicadores mencionados anteriormente, siendo de 45,45 puntos y pudiéndose mejorar. Sin embargo, este se encuentra más cercano a niveles negativos (40 puntos), que a niveles satisfactorios (55 puntos), existiendo un problema de expectativas y confianza entre los comerciantes de los entornos rurales.

El valor del **Índice de Confianza** de los comercios de los entornos rurales de Navarra es de **50,72 puntos**. Ello implica que la confianza de los comercios situados en los entornos rurales de Navarra es mejorable, aunque está cerca de alcanzar un nivel satisfactorio.

6.- Conclusiones

En la muestra de comercios estudiada se observa un **sector feminizado**, donde más de la mitad de los titulares de comercios son mujeres (55%) y donde, además, la mayor parte de las personas titulares son de **origen nacional** (92%). Además, es mayoritariamente un **sector adulto**, en el que la mayor parte de las personas titulares tienen una edad de entre 31 y 60 años (85%). Ello plantea dos cuestiones a destacar:

- El 13% de los titulares de comercios encuestados en los entornos rurales de Navarra tiene más de 60 años, siendo el grupo de edad que se encuentra más cercano a la edad de jubilación. El 40% de las personas titulares tienen entre 51 y 60 años, por lo que en 10 o 20 años puede que la **falta de relevo generacional se agudice**.
- Tan solo el 2% de los titulares de comercios en los entornos rurales de Navarra tienen menos de 30 años, existiendo **poco emprendimiento comercial** por parte de la población joven.

La mayoría de los comercios situados en los entornos rurales de Navarra son pequeños y de **carácter familiar y de proximidad**. Fruto de esto, el 54% de las personas encuestadas afirman no tener a ninguna persona contratada, frente al 33% que afirma tener entre una y dos personas contratadas, el 9% que indica tener entre tres y cinco personas contratadas y el 4% que afirma tener más de seis personas contratadas. Estos datos destacan el peso de los comercios pequeños, con pocas contrataciones, en el comercio de proximidad de los entornos rurales.

Ello puede constituir una señal del **bajo grado de profesionalización** del sector, para el cual la persona titular del comercio aborda todas las tareas necesarias a realizar en un comercio, desde la gestión y la facturación, hasta la estrategia de digitalización o acciones relacionadas con el marketing y gestión de RRSS.

Los **dos sectores predominantes** son la alimentación (37%) y el sector textil, de calzados y de complementos (22%). Además, la mayor parte de los comercios se ubican en el **centro urbano** (64%) o en el **entorno rural** (32%), lo que es de esperar debido al **carácter de cercanía** que tiene el comercio de proximidad.

Respecto a los municipios en los que se ubica el comercio, el 44% se ubican en municipios de entre 2.000 y 4.999 habitantes y tan solo el 7% se ubican en municipios de menos de 499 habitantes, por lo que puede que los **municipios más pequeños de los entornos rurales de Navarra se encuentren desprovistos de una oferta comercial completa**.

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 **mejorable** (50,72 puntos). No obstante, el Índice de Confianza está **cerca de alcanzar 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 (45,45 puntos), lo que muestra la **preocupación e incertidumbre sobre el futuro del comercio**. El resultado de este indicador es preocupante porque, pese a que los dos indicadores que evalúan la situación presente están cerca de alcanzar niveles satisfactorios (el indicador del nivel de ventas actual es de 52,27 puntos y el indicador del nivel de stock actual de 54,42 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**. Por ello, cabe analizar cuáles son los factores que propician la merma de las expectativas, con el objetivo de crear un clima de optimismo tanto en el corto como en el largo plazo.

Respecto a la situación actual que perciben las personas comerciantes, hay variables que en el cómputo total arrojan resultados positivos y variables que arrojan resultados negativos:

- El **84%** de las personas comerciantes califican su **nivel de ventas actual** como **satisfactorio, bueno o muy bueno**, lo que implica que tan solo el 16% de los comercios tienen una percepción negativa sobre su nivel de ventas.
Además, el **66%** de los comerciantes dicen que la **evolución del nivel de ventas durante 2022** ha sido **satisfactoria, buena o muy buena**.
- El **84%** de los comerciantes indican que los **precios de compra de sus proveedores han subido** a lo largo de 2022 y el **85%** indican que han **incremado los gastos fijos**.
- El **59%** de los comercios afirman que han **subido su precio de venta en 2022**. Cabría esperar un porcentaje similar de los comercios que indican que han aumentado su precio de venta y de los comercios para los que ha aumentado el coste unitario. Sin embargo, el primero ha sido menor, lo que puede deberse a que muchas veces la subida de precios no es una opción viable.
- Tan solo el 1% indican que sus precios de venta han disminuido considerablemente.
- El 83% de los comerciantes encuestados afirman tener un **stock normal, reducido o muy reducido**, por lo que puede establecerse que, en general, los comercios encuestados realizan una buena gestión del stock.

Respecto a las perspectivas que tienen los comerciantes sobre la evolución del comercio a lo largo de 2023, nuevamente hay variables que en el cómputo total arrojan resultados positivos y variables que arrojan resultados negativos:

- El **56%** de los comerciantes tienen la percepción de que van a realizar el mismo **número de pedidos a proveedores** y el **13%** espera realizar **más pedidos durante 2023**. Este resultado es destacable porque el 84% han indicado un aumento de los precios de sus proveedores durante 2022.
- Ello puede explicarse por las expectativas que tienen los comerciantes sobre el **volumen de ventas en 2023**, ya que un **18%** creen que va a aumentar el volumen de ventas y un **51%** que va a ser **estable**. Además, el **41%** de los comerciantes creen que va a **aumentar su precio de venta durante 2023**.
- Ello explicaría que, pese a percibir un aumento en los precios de sus proveedores tengan pensado realizar más pedidos. Por un lado, si el volumen de ventas aumenta más que el coste total unitario (incluye gastos fijos), podría mantenerse o incluso aumentar el margen de beneficio. Por otro lado, si aumenta el precio de venta proporcionalmente al incremento en el coste total unitario, se mantendría el margen de beneficios.

La variable más preocupante es el número de personas empleadas, ya que el **32%** de los comerciantes creen que van a tener que **reducir su plantilla laboral**.

- El **67%** de los comerciantes creen que la **situación del comercio en 2023** va a ser **estable, mejor o mucho mejor**.

Pese a los retos y problemas mencionados, cabe destacar el **clima general de confianza y optimismo en los comercios rurales de Navarra**, lo cual propicia un **escenario receptivo** a la hora de modernizarse y combatir los retos mencionados.

7.- Referencias

Consorcio EDER.

- Plan de Activación Comarcal 2021-2030 (Estrategia Comarcal de Especialización Inteligente y Sostenible de la Ribera Navarra). Departamento de Desarrollo Rural y Medio Ambiente. (2022)
- Principales cifras del sector agrario. <https://www.navarra.es/NR/rdonlyres/7BC1C4ED-F747-4A63-8C98-837824318BBA/0/cifrassectoragrario.pdf>
- Nastat. (2022a).
Directorio de Empresas 1.1.2022. (na)stat.
<https://nastat.navarra.es/es/mapas/-/tag/empresas>
- Nastat. (2022b).
Ingresos, gastos y consumo de los hogares. Estadísticas de renta. (na)stat.
https://nastat.navarra.es/es/tablas_powerbi/-/tag/estadistica-renta
- Nastat. (2022c).
Población. Indicadores de población. (na)stat. <https://nastat.navarra.es/es/operacion-estadistica/-/tag/indicadores-poblacion>
- Natarajan, S., Lipsitz, S. R., & Rimm, E. (2007).
A simple method of determining confidence intervals for population attributable risk from complex surveys. *Statistics in Medicine*, 26(17), 3229-3239.
<https://doi.org/10.1002/sim.2779>
- Pérez Caballero, S., Hidalgo Vera, Á., & Calderón, M. J. (2006).
La economía de las personas jóvenes. Instituto de la Juventud.

Consorcio de Desarrollo Zona Media.

- Diagnóstico de la Estrategia de Desarrollo Local de la Zona Media 2023-2027, Consorcio de Desarrollo de la Zona Media.
- Plan de Activación Socioeconómica de la Zona Media de Navarra 2017-2025, Consorcio de Desarrollo de la Zona Media y AEZMNA
- Plan de Impulso del comercio minorista de proximidad de Navarra 2022-2025, Gobierno de Navarra
- Estadística del sector del comercio al por menor y evolución del comercio minorista, Nastat, web www.comercio.navarra.es, 2023.
- Plan de Atracción y Ordenación Comercial de Tafalla, Gobierno de Navarra y Ayuntamiento de Tafalla, elaborado por Ikertalde, 2017
- Informes trimestrales de coyuntura del sector de distribución comercial, Enfokamer Observatorio del comercio de Euskadi, 2022.

Asociación Cederna Garalur

- Diagnóstico de la Estrategia de Desarrollo Local Cederna Garalur 2023-2027 EDLP
- Diagnóstico sobre el Grado de Digitalización del Sector Comercio Minorista y Artesano de Navarra. *Gobierno de Navarra y ATANA* – 2020.
- Pérez Caballero, S., Hidalgo Vera, Á., & Calderón, M. J. (2006). La economía de las personas jóvenes. Instituto de la Juventud.
- Nastat. (2022a). Directorio de Empresas 1.1.2022. (na)stat.
<https://nastat.navarra.es/es/mapas/-/tag/empresas>

- Nastat. (2022b). Ingresos, gastos y consumo de los hogares. Estadísticas de renta. (na)stat. https://nastat.navarra.es/es/tablas_powerbi/-/tag/estadistica-renta
- Nastat. (2022c). Población. Indicadores de población. (na)stat. <https://nastat.navarra.es/es/operacion-estadistica/-/tag/indicadores-poblacion>
- Estrategia Territorial de Navarra <https://storymaps.arcgis.com/stories/c264ac6349af40e3a932a1df70f983fd>

Asociación Teder

- Plan de Atracción y Ordenación Comercial de Estella – Lizarra. (PAOC 2018 Elaborado por Ikertalde Grupo Consultor, S.A
- Informe del Plan Estratégico de Comercio de Pamplona 2017-2021 (PECP 2017 – 2021) Elaborado por Ikertalde Grupo Consultor, S.A
- Plan de Impulso del comercio minorista de proximidad de Navarra 2022-2025, Gobierno de Navarra
- Plan Estratégico de Desarrollo Local Participativo Tierra Estella (EDLP 2023- 2027) Elaborado por TEDER
- Nastat. (2022a). Directorio de Empresas 1.1.2022. (na)stat. <https://nastat.navarra.es/es/mapas/-/tag/empresas>
- Nastat. (2022b). Ingresos, gastos y consumo de los hogares. Estadísticas de renta. (na)stat. https://nastat.navarra.es/es/tablas_powerbi/-/tag/estadistica-renta
- Nastat. (2022c). Población. Indicadores de población. (na)stat. <https://nastat.navarra.es/es/operacion-estadistica/-/tag/indicadores-poblacion>
- Informes trimestrales de coyuntura del sector de distribución comercial, Enfokamer Observatorio del comercio de Euskadi, 2022.
- Informe ¿Dónde compramos y qué compramos?: cambios en el comercio y los hábitos de las personas. EITB noviembre 2022

Anexos

Anexo I. Encuesta

ENCUESTA DE LA "RED DE SERVICIO DE DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO RURAL"

Estimada/o Comerciante:

La **Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo de Gobierno de Navarra** mediante el **Servicio de Dinamización del Comercio Rural** de *Datos Grupos de Acción Local*, quiere conocer y realizar un seguimiento de la situación del comercio de proximidad situado en zonas rurales de Navarra.

Para cualquier duda o aclaración puedes llamar al teléfono * o escribir un correo a **Datos Grupos de Acción Local*,

Agradecemos de antemano tu colaboración.

Animaros a contestar a la encuesta ¡Son solo 5 minutos!

¡Necesitamos contar contigo!

1. CARACTERIZACIÓN DEL COMERCIO	
1	Nombre comercial o razón social
2	Sexo <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> Otr@s
3	Edad de la persona titular <input type="checkbox"/> Menor de 30 años <input type="checkbox"/> Entre 31 y 40 años <input type="checkbox"/> Entre 41 y 50 años <input type="checkbox"/> Entre 51 y 60 años <input type="checkbox"/> Más de 60 años
4	País de origen
5	Sector de actividad <input type="checkbox"/> Alimentación <input type="checkbox"/> Droguería <input type="checkbox"/> Estancos <input type="checkbox"/> Salud <input type="checkbox"/> Textil, calzado y complementos <input type="checkbox"/> Cultura y tecnología <input type="checkbox"/> Equipamiento para el hogar
6	Número de establecimientos comerciales <input type="checkbox"/> Un establecimiento <input type="checkbox"/> Tres o más establecimientos <input type="checkbox"/> Dos establecimientos
7	Personas contratadas <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5 <input type="checkbox"/> Entre 1 y 2 <input type="checkbox"/> 6 o más
8	Antigüedad del comercio <input type="checkbox"/> Menos de un año <input type="checkbox"/> Entre 5 y 10 años <input type="checkbox"/> Entre 1 y 5 años <input type="checkbox"/> Más de 10 años
9	Municipio
10	Entorno en el que se ubica el comercio <input type="checkbox"/> Centro urbano <input type="checkbox"/> Polígono - Centro Comercial <input type="checkbox"/> Entorno rural

2. SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO

11	¿Cómo calificas tu nivel de ventas ?	
	<input type="checkbox"/> Muy malo <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Satisfactorio	<input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy bueno
12	¿Cómo ha variado tu nivel de ventas durante el último año ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menor <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Igual	<input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Mucho mayor
13	¿Cómo han variado los precios de compra de tus mercancías durante el último año ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menores <input type="checkbox"/> Menores <input type="checkbox"/> Iguales	<input type="checkbox"/> Mayores <input type="checkbox"/> Mucho mayores
14	¿Cómo han variado los gastos fijos de tu comercio durante el último año ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menores <input type="checkbox"/> Menores <input type="checkbox"/> Iguales	<input type="checkbox"/> Mayores <input type="checkbox"/> Mucho mayores
15	¿Cómo han variado los precios de venta de tu comercio durante el último año ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menores <input type="checkbox"/> Menores <input type="checkbox"/> Iguales	<input type="checkbox"/> Mayores <input type="checkbox"/> Mucho mayores
16	¿Cómo calificas tu nivel de stock ?	
	<input type="checkbox"/> Muy reducido <input type="checkbox"/> Reducido <input type="checkbox"/> Normal	<input type="checkbox"/> Excesivo <input type="checkbox"/> Muy excesivo <input type="checkbox"/>

3. PERSPECTIVAS DEL COMERCIO A FUTURO

17	¿Cómo crees que va a ser la cantidad de pedidos que realizas a tus proveedores a lo largo de 2023 ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menor <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Igual	<input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Mucho mayor
18	¿Cómo crees que va a ser tu volumen de ventas a lo largo de 2023 ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menor <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Igual	<input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Mucho mayor
19	¿Cómo crees que va a ser tu precio de venta a lo largo de 2023 ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menor <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Igual	<input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Mucho mayor
20	¿Cómo crees que va a ser el número de personas contratadas en tu negocio a lo largo de 2023 ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho menor <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Igual	<input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Mucho mayor
21	¿Cómo crees que va a ser la situación general de tu comercio a lo largo de 2023 ?	
	<input type="checkbox"/> Mucho peor <input type="checkbox"/> Peor <input type="checkbox"/> Estable	<input type="checkbox"/> Mejor <input type="checkbox"/> Mucho mejor

Anexo II. Cálculo del indicador de confianza de los comercios de los entornos rurales de Navarra

INDICADOR DE CONFIANZA		
Nivel de ventas	Nivel de Stock	Perspectivas sobre el nivel de ventas
52,27	54,42	45,45
Índice de confianza = 50,72 (media aritmética)		

ÍNDICE DEL NIVEL DE VENTAS			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios 4 GAL	Resultado del índice
Muy bueno	100	11	2,38
Bueno	75	99	18,58
Satisfactorio	50	239	28,07
Malo	25	56	3,26
Muy malo	0	15	0,00
Total		420	52,27

ÍNDICE DEL NIVEL DE STOCK			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios 4 GAL	Resultado del índice
Muy reducido	100	33	7,69
Reducido	75	90	14,64
Normal	50	231	28,58
Excesivo	25	60	3,50
Muy excesivo	0	6	0,00
Total		420	54,42

ÍNDICE DE LA PERSPECTIVA SOBRE EL NIVEL DE VENTAS			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios 4 GAL	Resultado del índice
Muy bueno	100	3	0,65
Bueno	75	72	12,56
Satisfactorio	50	215	25,56
Malo	25	111	6,68
Muy malo	0	19	0,00
Total		420	45,45