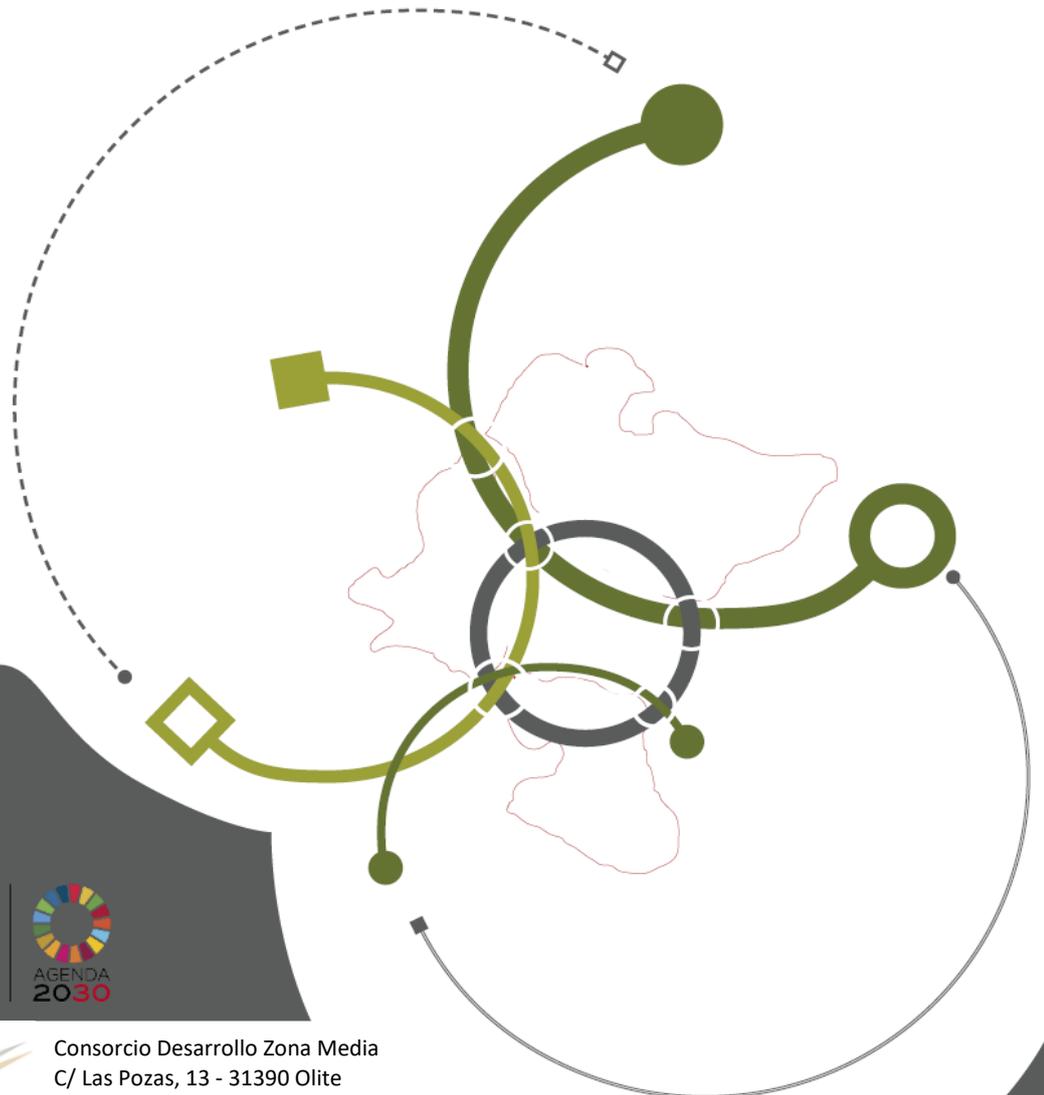


Informe de Coyuntura del Comercio Rural de Navarra

Zona Media



Índice

Introducción	3
1.- Zona de estudio	4
2.- Ficha técnica	5
3.- Síntesis diagnóstica	7
4.- Análisis	8
Caracterización del comercio rural en la Zona Media de Navarra	8
Situación actual del comercio rural	11
Perspectivas del comercio rural a futuro	13
Indicador de confianza del comercio minorista de la Zona Media	15
5.- Conclusiones	16
6.- Referencias	20
Anexos	21
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 el **Consortio de Desarrollo de la Zona Media**, junto con Cederna Garalur, Teder y Eder en los respectivos territorios. El objetivo de la Red es apoyar e impulsar la mejora competitiva de los comercios, contribuyendo al bienestar de la población 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 la Zona Media de Navarra. La importancia de realizar esta observación, descripción y análisis a principios de 2023 reside en la necesidad de considerar la realidad actual del sector para seguir la evolución de la situación del comercio de proximidad a lo largo del tiempo, e implementar acciones encaminadas a frenar el declive de la actividad de la venta al por menor en los establecimientos y mejorar su competitividad.

En el territorio de Zona Media, al igual que en el resto de la Navarra Rural, la actividad comercial constituye mucho más que un suministro de bienes e incide de manera esencial en el mantenimiento de la población y su calidad de vida. Esta singularidad de los comercios rurales frente a los urbanos requiere de intervenciones específicas, para reforzar el comercio rural tanto desde la perspectiva de la sostenibilidad económica de los negocios como desde el diseño de estrategias y planes de actuación de ámbito comarcal.

Resulta oportuno establecer este 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 la 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: déficit en digitalización, escasa sostenibilidad, pérdida de competitividad y/o dificultad para establecer dinámicas eficientes de transmisión de negocios, relevo generacional y de asociacionismo.

Con el fin de presentar los principales resultados obtenidos y situarlos dentro del contexto característico de la Zona Media 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, y a continuación se ofrece una síntesis diagnóstica del análisis realizado, junto con un análisis más detallado. Finalmente, se recogen las principales conclusiones, se exponen las referencias bibliográficas utilizadas y se facilitan los anexos.

1.- Zona de estudio



La **Zona Media de Navarra** se encuentra situada en el centro de la Comunidad Foral de Navarra, y la integran 38 municipios.



39.597 habitantes



1.415,80 km²



27,85 habitantes/km²



Población de origen extranjero
10,9 %



Tasa de masculinidad
105,9



Índice de envejecimiento
159,1



Renta per cápita por unidad de consumo (2020): 19.293,83

- Renta per cápita por unidad de consumo masculina: 19.779,68
- Renta per cápita por unidad de consumo femenina: 18.776,75

Tasa de riesgo de pobreza (2020): 22,55 %



2.200 empresas en el territorio
10 polígonos industriales



10,49% de las empresas pertenecen al sector industrial



15,39% de las empresas pertenecen al sector construcción



26 % de las empresas pertenecen al sector comercio



48,12% 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: octubre de 2022- enero de 2023, con frecuencia diaria. Difusión de la encuesta: enero - febrero de 2023.
Difusión del informe	Abril 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 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>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

Índice que mide la percepción de los comercios respecto a su nivel de stock actual. Para calcularlo se realiza 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 Perspectivas del Volumen de Ventas

Índice que mide las expectativas de los comercios respecto a su volumen de venta esperado en 2023. 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 2023 cuanto más se acerque a 100, y peor cuanto más cercano de 0 se encuentre.

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

Base de datos comercio rural EDER

Total comercio: 310
Com. con correo válido: 277
Total respuestas: 70

Error muestral total: 10,32% (nivel de confianza 95%)
Error muestral com. contacto válido: 10,14%

Índice de respuesta absoluta: 22,58%

Índice de respuesta relativo: 25,27%

Fuente

Base de datos del comercio rural de la Zona Media 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 y a Ayuntamientos (encuesta en Google Forms)
- Asesoramientos presenciales a comerciantes (encuesta impresa)

Tratamiento de datos

Todos los datos se han volcado en una hoja Excel, donde se han homogeneizado las respuestas.

Canales empleados

Listas de difusión, Webs, RRSS, listas de WhatsApp

El informe busca recabar información sobre las tendencias generales presentes en el sector, sin que por ello constituya un reflejo representativo firme a efectos estadísticos.



3.- Síntesis diagnóstica

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 70 comercios
 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN RELATIVA: 277 comercios
 TAMAÑO DE LA POBLACIÓN: 310 comercios
 MÉTODOS:

- Encuesta online (Google Forms)
- Encuesta impresa



INDICADOR DE VENTAS

52,50



INDICADOR DE STOCK

51,79



INDICADOR DE LAS
EXPECTATIVAS DE VENTA

40,00

48,10

Indicador de Confianza

01

Situación actual del comercio

El **79 %** de los comercios opinan que su **nivel de ventas** es al menos **satisfactorio**.

El **91 %** de los comercios **han notado un incremento** en los **precios de sus proveedores**.

El **89 %** indican que sus **gastos fijos** han sido **mayores o mucho mayores**.
 El **67 %** de los comercios han respondido que sus **precios de venta** han sido **mayores o mucho mayores**.

02

Expectativas del comercio en 2023

El **40%** creen que la **cantidad de pedidos** que van a realizar va a ser **menor**.

El **57%** de los comercios creen que su **nivel de ventas** va a ser **igual o mejor** en **2023**.

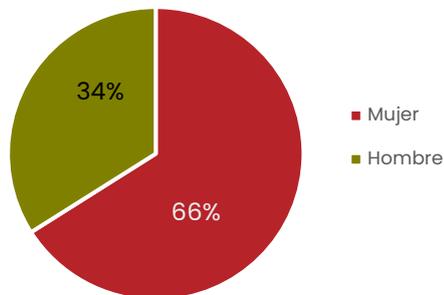
El **41%** considera que va a **incrementar el precio de venta**.

El **59 %** de los comercios creen que la **situación general** del comercio va a ser **igual o mejor** en **2023**.

4.- Análisis

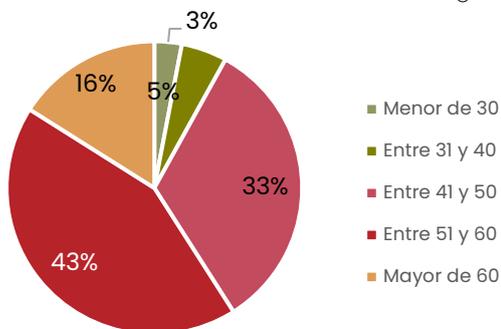
Caracterización del comercio rural en la Zona Media de Navarra

Gráfico 1. Distribución de los comercios según el sexo de la persona titular



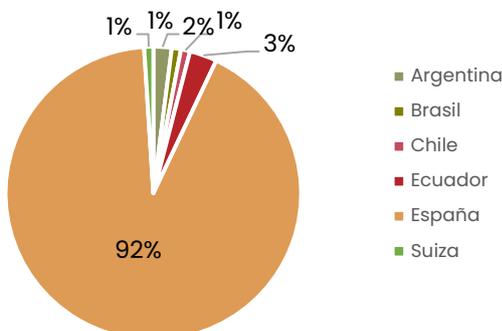
El **66%** de las personas titulares de los comercios que han respondido a la encuesta de Zona Media son mujeres, mientras que el **34%** son hombres.

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



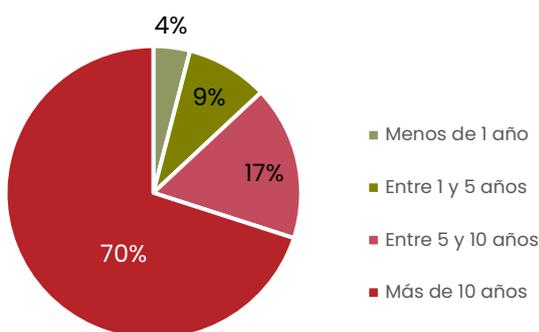
Atendiendo a la edad, el **43%** de quienes han respondido se encuentra en el rango de edad entre 51 y 60 años, seguido por quienes tienen entre 41 y 50 años. Solamente el **8,5%** son menores de 40 años.

Gráfico 3. Distribución de los comercios según el país de origen de la persona titular.



De los comercios encuestados, el **92%** indican que la persona titular es española, mientras que el **8%** restante provienen de distintos países.

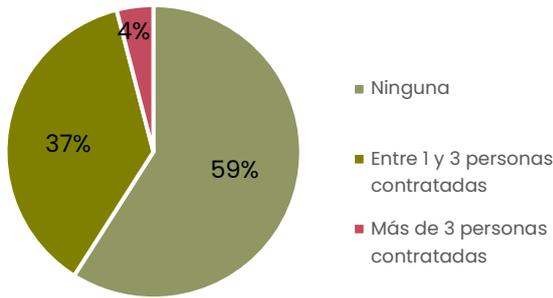
Gráfico 4. Distribución de los comercios según su antigüedad



Respecto al número de años que lleva en funcionamiento el comercio, destaca el amplio porcentaje de comercios que han respondido que tienen más de 10 años de antigüedad, el **70%**. Solamente el **13%** tienen menos de 5 años de antigüedad.

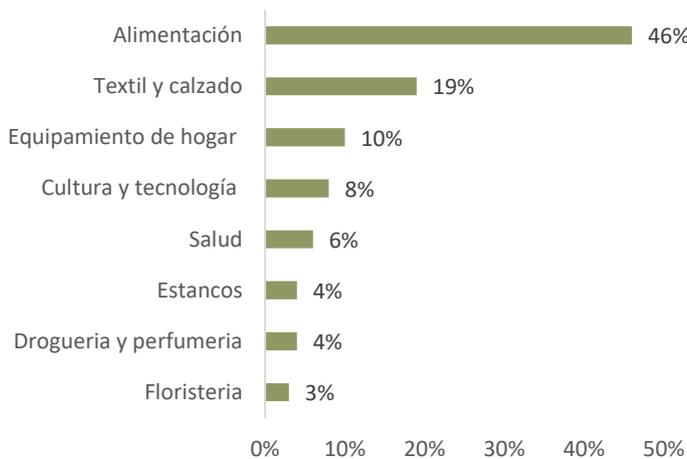


Gráfico 5. Distribución de los comercios según el nº de personas contratadas



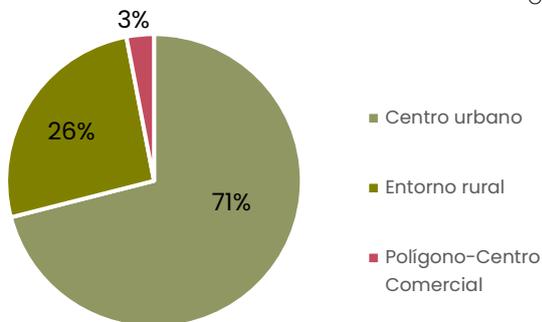
El **59%** de los comercios encuestados del territorio son gestionados únicamente por la persona titular. El **37%** de ellos indica que tiene entre una y tres personas contratadas, y solamente el **4%** tiene más de 3 personas contratadas.

Gráfico 6. Distribución de los comercios según el sector de actividad



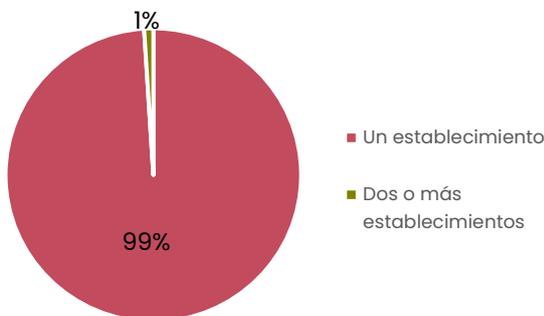
El **46%** de los comercios encuestados pertenecen al sector de la alimentación, el 19% a textil, calzado y complementos y el 10% a equipamiento para el hogar. Le siguen cultura y tecnología, representados por el **8%**.

Gráfico 7. Distribución de los comercios según la ubicación del establecimiento



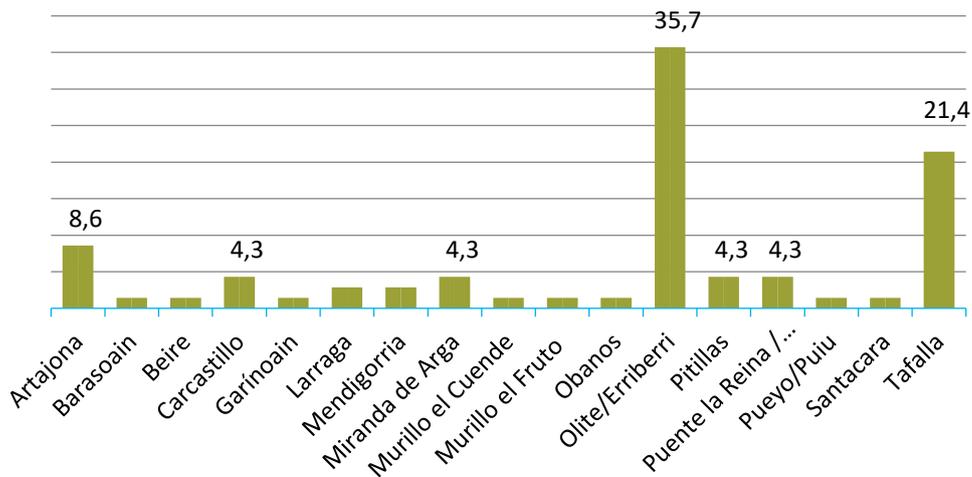
El **71%** de los comercios encuestados del territorio se encuentran en centro urbano. El **26%** de ellos están ubicados en entorno rural y solamente el **3%** en polígono – centro comercial.

Gráfico 8. Distribución de los comercios según el nº de establecimientos

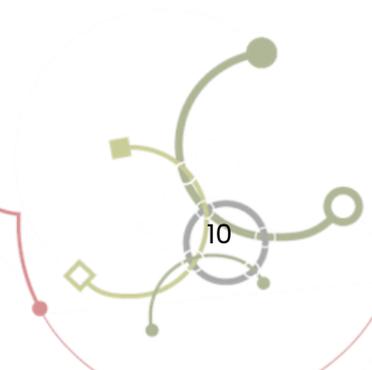


El **99%** de los comercios encuestados del territorio tienen un único establecimiento comercial.

Gráfico 9. Distribución de los comercios según el municipio donde se ubican

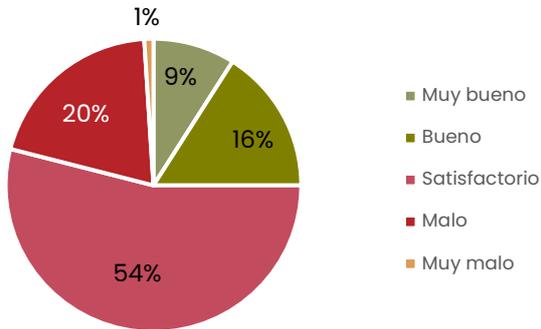


De los comercios que han respondido a la encuesta, el 35,7% se ubican en Olite/Erriberri, seguido por Tafalla, con el 21,4 % de los comercios. También han respondido a la encuesta comercios de 15 municipios más de la Zona Media, lo que confiere representatividad geográfica a la muestra. Destaca la participación de los comercios de Artajona, que representan el 8,6 % del total, y los de Carcastillo, Puente la Reina – Gares, Pitillas y Miranda de Arga con una representación del 4,3 % respectivamente.



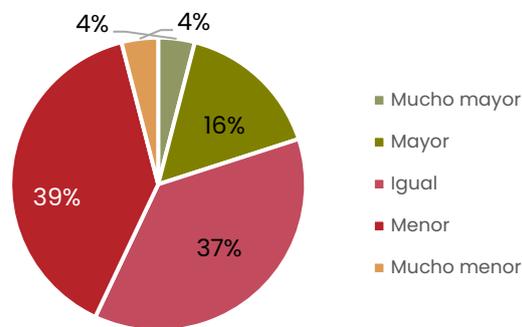
Situación actual del comercio rural

Gráfico 10. ¿Cómo calificarías tu nivel de ventas?



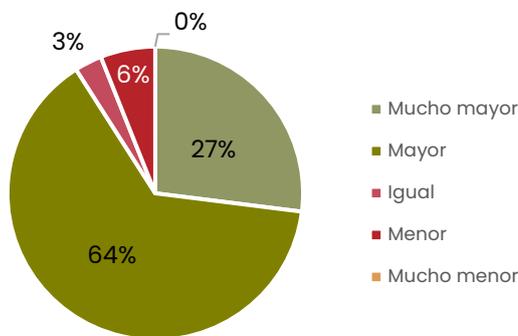
El **54%** de los comercios encuestados califican su nivel de ventas como satisfactorio, y el **25%** como bueno o muy bueno. Mientras que el **21%** lo califican como malo o muy malo

Gráfico 11. ¿Cómo ha variado tu nivel de ventas durante el último año?



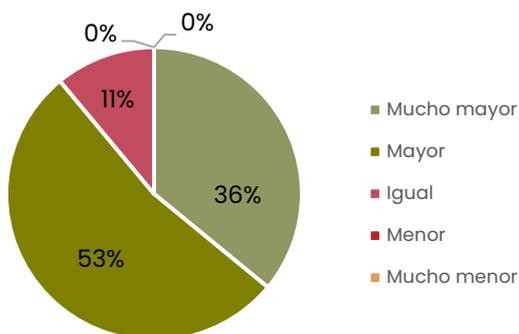
El **39%** de los comercios que han respondido a la encuesta indican que su nivel de ventas en el último año ha sido "menor". El **37%** de los comercios han contestado que ha sido igual.

Gráfico 12. ¿Cómo han variado los precios de compra de tus provisiones durante el último año?



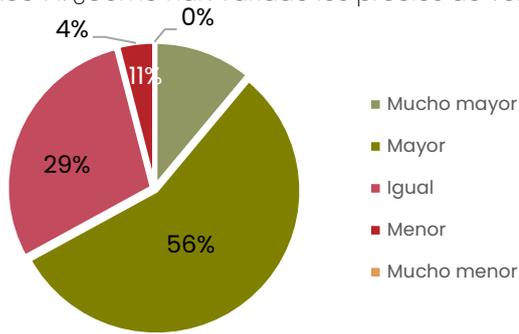
El **91%** de los comercios indican que los precios de compra de sus provisiones el último año han sido mayores o mucho mayores.

Gráfico 13. ¿Cómo han variado los gastos fijos de tu comercio durante el último año?



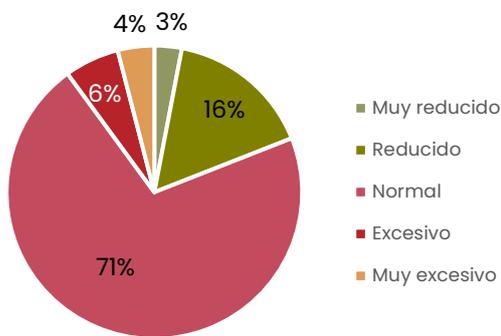
El **89%** de los comercios indican que sus gastos fijos el último año han sido mayores o mucho mayores.

Gráfico 14. ¿Cómo han variado los precios de venta de tu comercio durante el último año?



El **67%** de los comercios encuestados indican que los precios de venta en su comercio el último año han sido mayores o mucho mayores.

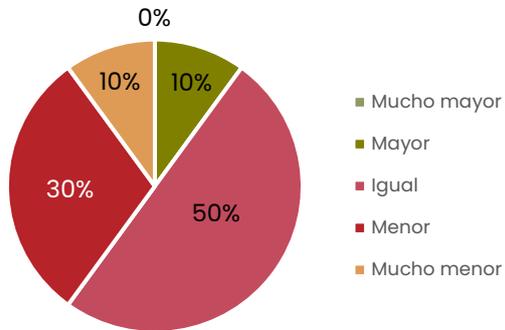
Gráfico 15. ¿Cómo calificas tu nivel de stock?



El nivel de stock es calificado como normal por el **71%** de los comercios de la muestra, mientras que el **10%** lo consideran excesivo o muy excesivo.

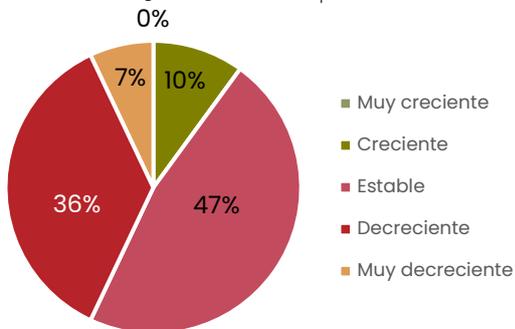
Perspectivas del comercio rural a futuro

Gráfico 16. ¿Cómo crees que va a ser la cantidad de pedidos que realizas a tus proveedores en el corto plazo?



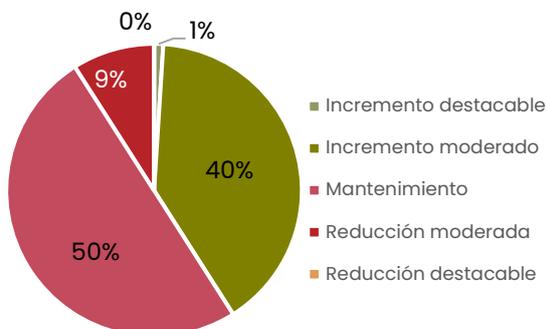
El **40%** de los comercios encuestados creen que la cantidad de pedidos que van a realizar va a ser menor o mucho menor. El **50%** creen que va a ser igual, y el **10%** mayor o mucho mayor.

Gráfico 17. ¿Cómo crees que va a ser tu volumen de ventas en el corto plazo?



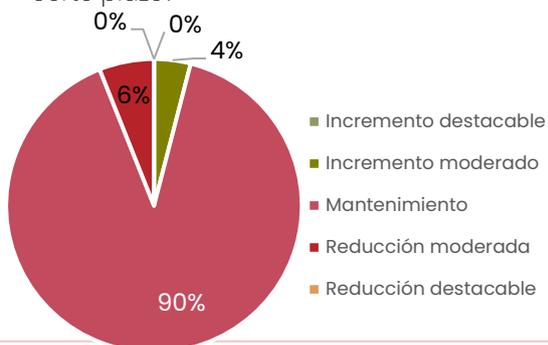
A pesar de que el **47%** de los comercios encuestados creen que su volumen de ventas va a ser estable, el **43%** cree que va a ser decreciente o muy decreciente.

Gráfico 18. ¿Cómo crees que va a ser tu precio de ventas en el corto plazo?



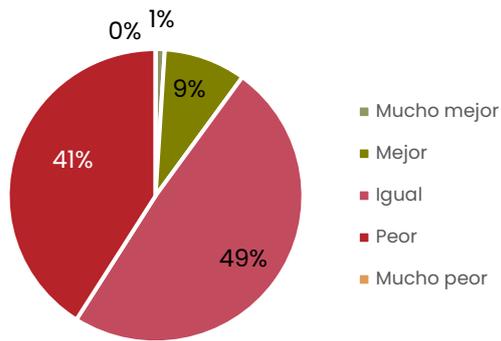
En cuanto a cómo creen que va a ser su precio de ventas, el **41%** considera que va a tener un incremento moderado o destacable, y el **50%** cree que los precios se mantendrán, y el **9%** que tendrá un reducción moderada.

Gráfico 19. ¿Cómo crees que va a ser el número de personas que trabajan en tu comercio en el corto plazo?

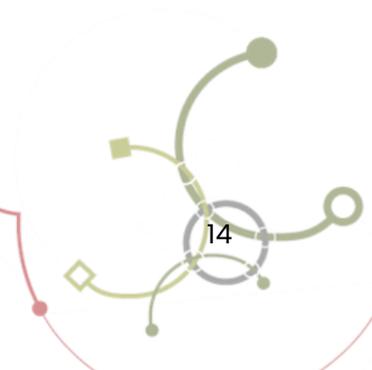


El **90%** de los comercios creen que las personas contratadas se van a mantener en su comercio, pero hay que tener en cuenta que el **59%** de ellos no tiene ninguna persona contratadas.

Gráfico 20. ¿Cómo crees que va a ser la situación general de tu comercio en el corto plazo?



En cuanto a cómo va a ser la situación general de su comercio, el **10%** cree que mejor o mucho mejor, frente al **41%** que estima que peor o mucho peor. El **49%** pronostica que será estable.



Indicador de confianza del comercio minorista de la Zona Media

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 1 se muestra el valor para los tres indicadores en la Zona Media de Navarra.

Indicador del Nivel de Ventas, Indicador del Nivel de Stock e Indicador de las Perspectivas del Volumen de Ventas en la Zona Media de Navarra.

INDICADOR DEL NIVEL DE VENTAS	INDICADOR DEL NIVEL DE STOCK	INDICADOR DE LAS PERSPECTIVAS DEL VOLUMEN VENTAS
52,50	51,79	40,00

El Indicador del Nivel de Ventas en la Zona Media de Navarra tiene un valor de 52,50, 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 (51,79) 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 mucho menor que en los dos indicadores mencionados anteriormente, siendo de 40,00 puntos y se encuentra lejos de alcanzar niveles satisfactorios.

El valor del **Índice de Confianza** de los comercios de la Zona Media de Navarra es de **48,10 puntos**. Ello implica que la confianza de los comercios situados en la Zona Media de Navarra es bastante mejorable, para estar cerca de alcanzar un nivel satisfactorio.

La siguiente tabla recoge el indicador de confianza, calculado a partir del nivel de ventas, nivel de stock y perspectivas de volumen de ventas. El indicador de confianza en Zona Media es de 48,10.

5.- Conclusiones

La **caracterización del comercio en la Zona Media**, a partir de la muestra de comercios analizada, presenta un **sector feminizado** en el que 2 de cada 3 comercios tienen a mujeres como titulares: **el 66% de las personas titulares de los comercios encuestados son mujeres**. Y esta representatividad por sexo se da en un territorio en el que la tasa de masculinidad es de 105,9 (por cada 100 mujeres en la Zona Media viven 105,9 hombres).

Además, atendiendo a la **edad de las personas titulares, solamente el 8% de las empresas comerciales está en manos de menores de 40 años**, siendo el rango mayoritario de edad de las y los comerciantes el comprendido **entre 51 y 60 años con el 43% de comerciantes**. Esta información nos indica que podría ser oportuno emprender actuaciones para facilitar el relevo y garantizar la continuidad de los comercios que en un corto y medio plazo van a considerar el cierre por jubilación.

El **país de procedencia** representa otra de las variables de interés, puesto que la muestra recoge que **en el 8% de los comercios las personas titulares proceden de otros países**.

También es destacable la **antigüedad de los comercios, el 70% de los comercios de la muestra lleva más de 10 años en funcionamiento**, y solamente **el 13% tiene menos de 5 años de antigüedad**. Este dato nos indica que un volumen representativo de comerciantes puede requerir asesoramiento para acometer intervenciones de reforma y modernización en sus establecimientos.

En cuanto al **tamaño de los comercios, el 59% de ellos están gestionados por la persona titular, sin personal contratado**, el 37% tiene entre una y tres personas contratadas y el 4% tiene más de tres personas en plantilla.

Poniendo el foco en el sector de actividad y considerando los **8 tipos de sectores de actividad comercial** de la encuesta, el **46 % de los comercios pertenecen al sector de alimentación** y el **19% a textil, calzado y complementos**. Los 6 sectores de actividad restantes tienen una representación residual que va del 10% de equipamiento para el hogar, el 8% de cultura y tecnología, el 6% salud, el 4% de estancos y droguería y belleza respectivamente y el 3% floristerías.

Respecto a la **distribución de los comercios en las subcomarcas del territorio**, la muestra recoge comercios ubicados en 17 municipios, lo que indica una relativa **presencia y representación de la actividad comercial a nivel geográfico**. El **35,7 %** de comercios de la muestra están ubicados en **Olite/Erriberri**, el **21,4% son de Tafalla** y el **8,6% de Artajona**. También tienen un peso significativo en respuestas los comercios de **Carcastillo, Pitillas y Puente la Reina/Gares**, con el **4,3 %** respectivamente.

Atendiendo al número de establecimientos de los comercios, en Zona Media predominan **comerciantes que cuentan con un único establecimiento**, solamente el 1% de la muestra tiene dos o más locales.

Como conclusión del análisis de la caracterización del comercio, cabrían plantearse algunas **actuaciones a valorar**:

- Sería conveniente realizar un **estudio monográfico sobre el relevo de comercios**, para anticipar acciones y dar respuesta a las necesidades que se están planteando ya y van a alcanzar un volumen relevante de manera inminente, ante la edad mayoritaria de las y los comerciantes y los años de antigüedad de los establecimientos, y así atender de manera preferente la transmisión de esos negocios.
- Sería pertinente **profundizar en la variable País de procedencia** más allá de los comercios que integran la muestra analizada.
- Sería oportuno dirigir un **asesoramiento específico a comerciantes con locales de más de 10 años de antigüedad** que pueden requerir intervenciones de reforma y modernización en sus establecimientos, para asistirles técnicamente en sus proyectos y tramitación de subvenciones.

Para valorar la **situación actual del comercio de la Zona Media** se han tenido en cuenta las preguntas de la encuesta que han contestado las y los comerciantes de la muestra relativas a: la calificación del nivel de ventas, la variación de los precios de compra, la variación de los gastos fijos, la alteración de los precios de venta y la calificación del nivel de stock.

En cuanto a cómo califican su **nivel de ventas**, el **54% de los comercios califica su nivel de ventas como satisfactorio**, y un porcentaje significativo lo considera malo o muy malo, el 21 % de las y los comerciantes encuestados realiza esa valoración negativa.

Atendiendo a la **variación de las ventas** en el último año, **para el 39% de los comercios su nivel de ventas ha sido menor.**

Sobre los **precios de compra de las provisiones y su variación**, el **91% de los comercios indican que los precios de compra de sus provisiones han sido mayores o mucho mayores.**

Los comercios encuestados también indican que la **variación de los gastos fijos es muy significativa**: para el **89% los gastos fijos durante el último año han sido mayores o mucho mayores**, datos que preocupan y condicionan el mantenimiento de la actividad.

Y sobre el **nivel de stock el 71% de los comercios de la muestra lo califica como normal** y el **10% lo considera excesivo**, lo que requeriría de un asesoramiento personalizado.

Como **conclusión de la situación actual del comercio** de la Zona Media, cabrían plantearse algunas **actuaciones a valorar**:

- El **alto precio de compra de provisiones** y la variación que ha sufrido, tal y como refieren 9 de cada 10 comercios, requiere de un **asesoramiento personalizado**
- La **variación de los gastos fijos**, también referida por 9 de cada 10 comercios, requiere de un análisis y propuesta de opciones de mejora para aliviar la facturación. Puede realizarse a través del **servicio de asesoría energética** de la entidad.
- El alto porcentaje de comercios que indican un **nivel de stock excesivo**, 7 de cada 10 encuestados, precisan de **asesoramiento personalizado y apoyo mediante herramientas de gestión**. Los **programas formativos de acelera pyme** que se están impulsando en el territorio pueden dar respuesta al capacitar a las y los comerciantes en la gestión de sus comercios de proximidad.

Las **perspectivas de los comercios de la Zona Media a futuro** son las que muestran unas **expectativas más pesimistas**, con un índice de un 40% de perspectivas de volumen de ventas, un indicador muy bajo.

El **40% de los comercios cree que su cantidad de pedidos a proveedores va a ser menor o mucho menor en el corto plazo.**

En cuanto a la **previsión de ventas en el corto plazo**, el **37% de los comercios encuestados cree que las ventas que van a realizar van a ser decrecientes** y el 7% cree que van a ser muy decrecientes.

Sobre la **estimación del precio de ventas, el 41% de los comercios considera que va a tener un incremento moderado, y el 50% cree que los precios de sus productos se mantendrán**. La subida de precios obedece a que las y los comerciantes se están viendo obligados a repercutir en el precio de ventas esa subida de los precios de las provisiones y el incremento de los gastos fijos.

Las **personas contratadas en los comercios no van a variar**: 9 de cada 10 responden que se va a mantener el personal en plantilla, aunque no hay visos de nuevas contrataciones. Hay que tener en cuenta que solo el 41% de los comercios tiene al menos a una persona contratada, y el 51% es gestionado únicamente por la persona titular.

El **pronóstico acerca de la situación general** que realizan de su comercio en el corto plazo es alarmante. A pesar de que el 49% preven un futuro próximo estable, **el 42% estiman que la situación general de su comercio en el corto plazo va a ser peor o mucho peor**.

Como **conclusión de las perspectivas de los comercios de la Zona Media**, cabrían plantearse algunas **actuaciones a valorar**:

- Es **alarmante las expectativas tan pesimistas** que refieren las y los comerciantes, en cuanto a la disminución de los pedidos que esperan realizar a sus proveedores, la disminución de las ventas esperadas, el incremento del precio de las ventas y la estimación negativa general de su situación a futuro.

Consideramos muy oportuno trabajar en la **creación de una Mesa del Comercio en la Zona Media** integrada por las asociaciones de comerciantes que funcionan en el territorio (Ascota - Tafalla, ComOlite - Olite/Erriberri), comercios en representación de los entornos más rurales, personal político representando a los ayuntamientos y personal técnico del Consorcio de Desarrollo de la Zona Media, para analizar el tejido y entramado comercial, valorar y contrastar los datos y conclusiones que se desprenden de este informe coyuntural, validar esta toma de temperatura con el resto de agentes y marcar una hoja de ruta.

6.- Referencias

- **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

ANEXO

Anexo I. Encuesta

Situación del comercio de proximidad en la Zona Media de Navarra: Coyuntura, digitalización e inversión

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

Desde la *Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo*, y en este territorio a través del *Consortio de Desarrollo de la Zona Media*, estamos impulsando el proyecto [Red de Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra](#).

El objetivo es la revitalización de la actividad de los comercios de proximidad del medio rural, mediante un asesoramiento público y gratuito dirigido a los comercios de nuestros municipios.

Te invitamos a participar en el **Panel de Comercios**, una muestra representativa de los comercios de la Zona Media de Navarra, y para ello únicamente tienes que rellenar esta encuesta, porque queremos conocer y realizar un seguimiento de la situación que atravesáis los comercios de proximidad de la Zona Media en el comienzo de 2023.

La información recabada permitirá orientar las ayudas y programas dirigidos al sector comercial, y darán respuesta de manera más precisa a vuestras necesidades.

Cumplimentar este cuestionario no te llevará más de 5 minutos.

Muchas gracias por tu colaboración, estamos a tu disposición.

Para lo que necesites nos puedes contactar en consorcio@navarramedia.org, 948 740 739 / 619 102 447.

1. CARACTERIZACIÓN DE TU 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 51 y 60 años	<input type="checkbox"/> Entre 31 y 40 años <input type="checkbox"/> Más de 60 años <input type="checkbox"/> Entre 41 y 50 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 y calzado <input type="checkbox"/> Cultura y tecnología <input type="checkbox"/> Equipamiento para el hogar
6	Personas contratadas	<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 6 o más	<input type="checkbox"/> Entre 1 y 2 <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5
7	Antigüedad del comercio	<input type="checkbox"/> Menos de un año <input type="checkbox"/> Más de 10 años	<input type="checkbox"/> Entre 1 y 5 años <input type="checkbox"/> Entre 5 y 10 años
8	Entorno en el que se ubica el comercio	<input type="checkbox"/> Centro urbano <input type="checkbox"/> Entorno rural	<input type="checkbox"/> Polígono- Centro Comercial
9	Municipio		

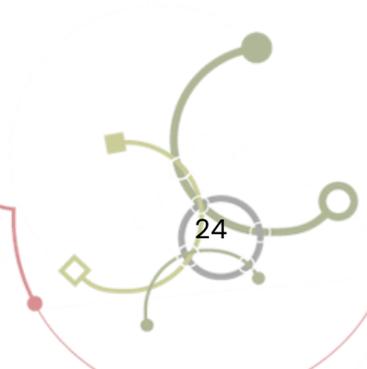
2. SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO	
10	¿Cómo calificas tu nivel de ventas? <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Satisfactorio <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Muy malo
11	¿Cómo ha variado tu nivel de ventas durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
12	¿Cómo han variado los precios de compra de tus provisiones durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
13	¿Cómo han variado los gastos fijos de tu comercio durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
14	¿Cómo han variado los precios de venta de tu comercio durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
15	¿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
3. PERSPECTIVAS DEL COMERCIO A FUTURO	
16	¿Cómo crees que va a ser la cantidad de pedidos que realizas a tus proveedores en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
17	¿Cómo crees que va a ser tu volumen de ventas en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
18	¿Cómo crees que va a ser tu precio de ventas en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
19	¿Cómo crees que va a ser el número de personas que trabajan en tu comercio en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
20	¿Cómo crees que va a ser la situación general de tu comercio en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mejor <input type="checkbox"/> Mejor <input type="checkbox"/> Estable <input type="checkbox"/> Peor <input type="checkbox"/> Mucho peor
4. CUESTIONES COMPLEMENTARIAS	
4.1. INVERSIONES	
21	¿Has realizado alguna inversión en tu comercio durante el último año? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
21-1	¿Cuál ha sido la cuantía de las inversiones? <input type="checkbox"/> Menos de 5.000 € <input type="checkbox"/> Entre 5.000 € y 10.000 € <input type="checkbox"/> Entre 10.000 € y 15.000 € <input type="checkbox"/> Más de 15.000 €
21-2	¿Cuál ha sido el destino de las inversiones? <input type="checkbox"/> Obras y/o reformas o traslado del establecimiento <input type="checkbox"/> Traspaso de negocio <input type="checkbox"/> Publicidad y/o marketing digital <input type="checkbox"/> Tecnología y/o herramientas de gestión digital <input type="checkbox"/> Otros: _____
21-3	¿Has recibido alguna subvención? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
21-4	¿Cuál? _____
22	¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentras a la hora de invertir en tu comercio? <input type="checkbox"/> Trabas burocráticas (permisos, etc.) <input type="checkbox"/> Dificultad de financiación <input type="checkbox"/> Futuro incierto del comercio <input type="checkbox"/> Falta de conocimiento técnico <input type="checkbox"/> Otros _____
23	¿Tienes pensado realizar alguna inversión en tu comercio durante el año 2023? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

4.2. NIVEL DE DIGITALIZACIÓN

24	¿Crees que es importante la <u>digitalización</u> en tu comercio?
	<input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Nada importante
25	¿Utilizas un ordenador en tu comercio?
	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
26	¿Tienes acceso a internet en tu comercio?
	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
27	¿Tienes <u>página web y/o tienda online</u>?
	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
28-1	<u>Enlace a la web / tienda online:</u>
29	¿Tu comercio tiene <u>redes sociales</u>?
	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
	En caso afirmativo, pon el <u>enlace</u> a tus redes sociales
30-1	<input type="checkbox"/> Instagram: _____ <input type="checkbox"/> Facebook: _____ <input type="checkbox"/> Twitter: _____ <input type="checkbox"/> TikTok: _____ <input type="checkbox"/> Youtube: _____ <input type="checkbox"/> Otros: _____
31	¿Usas <u>programas informáticos / herramientas digitales</u> en tu comercio?
	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
	En caso afirmativo, ¿Qué <u>programas informáticos / herramientas digitales</u> utilizas?
32	<input type="checkbox"/> Terminal de punto de venta (TPV)/Datáfono <input type="checkbox"/> Marketplace <input type="checkbox"/> Herramientas/prácticas de ciberseguridad (copias de seguridad, certificados SSL...) <input type="checkbox"/> Mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...) <input type="checkbox"/> Herramientas de gestión de clientes (mailing, software específico o CRM...) <input type="checkbox"/> Herramientas de contabilidad y/o facturación <input type="checkbox"/> Herramientas de teletrabajo (Sack, Microsoft Teams...) <input type="checkbox"/> Certificado digital o Cl@ve (PIN o permanente) <input type="checkbox"/> Otros: _____
33	¿Qué <u>buscas</u> con el proceso de digitalización?
34	¿Has recibido <u>formación sobre digitalización</u> durante los <u>últimos tres años</u>?
	<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
35-1	En caso afirmativo, ¿de qué trataba?
36	¿Sobre cuál de las siguientes temáticas te gustaría <u>recibir formación</u>?
	<input type="checkbox"/> Información general sobre digitalización <input type="checkbox"/> Software para la gestión de clientes y/o proveedores <input type="checkbox"/> Publicidad y marketing digital <input type="checkbox"/> Página web/posicionamiento en internet (SEO) <input type="checkbox"/> Gestión y presencia en RRSS <input type="checkbox"/> Comercio electrónico <input type="checkbox"/> Ayudas y programas para la digitalización (Kit Digital, Centro de Impulso de Transformación Digital...) <input type="checkbox"/> Uso del certificado digital y/o Cl@ve (PIN o permanente) <input type="checkbox"/> Otros: _____ <input type="checkbox"/> No tengo interés en recibir formación sobre digitalización

6. DATOS DE CONTACTO Y PROTECCIÓN DE DATOS

37	<p>En caso de que quieras participar en el Panel de Comercios y recibir información sobre las ayudas y programas orientados al sector comercial (relevo generacional, digitalización, formación...), te rogamos que nos indiques la forma/formas de contacto</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono/WhatsApp (indica tu número de teléfono)</p> <p>_____</p> <p><input type="checkbox"/> Correo electrónico</p> <p>_____</p>
	<p><input type="checkbox"/> Confirmando que he leído y acepto los términos y condiciones de la Política de Protección y Tratamiento de Datos.</p>
<p>¡Gracias por tu colaboración!</p>	



ANEXO II – Cálculo del indicador de confianza

INDICADOR DE CONFIANZA		
Nivel de ventas	Nivel de Stock	Perspectivas sobre el nivel de ventas
52,50	51,79	40,00
Índice de confianza = 48,10 (media aritmética)		

ÍNDICE DEL NIVEL DE VENTAS			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios	Resultado del índice
Muy bueno	100	6	8,57
Bueno	75	11	11,79
Satisfactorio	50	38	27,14
Malo	25	14	5,00
Muy malo	0	1	0,00
Total		70	52,50

ÍNDICE DEL NIVEL DE STOCK			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios	Resultado del índice
Muy reducido	100	2	2,86
Reducido	75	11	11,79
Normal	50	50	35,71
Excesivo	25	4	1,43
Muy excesivo	0	3	0,00
Total		70	51,79

ÍNDICE DE LA PERSPECTIVA SOBRE EL NIVEL DE VENTAS			
Valoración cuestionario	Correspondencia cuantitativa	Número de comercios	Resultado del índice
Mucho mayor	100	0	0,00
Mayor	75	7	7,50
Igual	50	33	23,57
Menor	25	25	8,93
Mucho menor	0	5	0,00
Total		70	40,00