

Resumen ejecutivo

Situación del comercio de proximidad en los entornos rurales de Navarra

Nuestra misión

El presente informe, realizado por Consorcio EDER, TEDER, Consorcio de Desarrollo de la Zona Media y Cederna Garalur, recoge información de carácter coyuntural, con el objetivo de conocer la situación actual y evolución respecto al año anterior de los comercios de proximidad en los entornos rurales de Navarra.

La importancia de realizar este análisis nos permite conocer de manera más precisa las necesidades y dificultades que atraviesa el sector y orientar los programas de la Dirección General de Comercio y Consumo a hacer frente a estos retos.

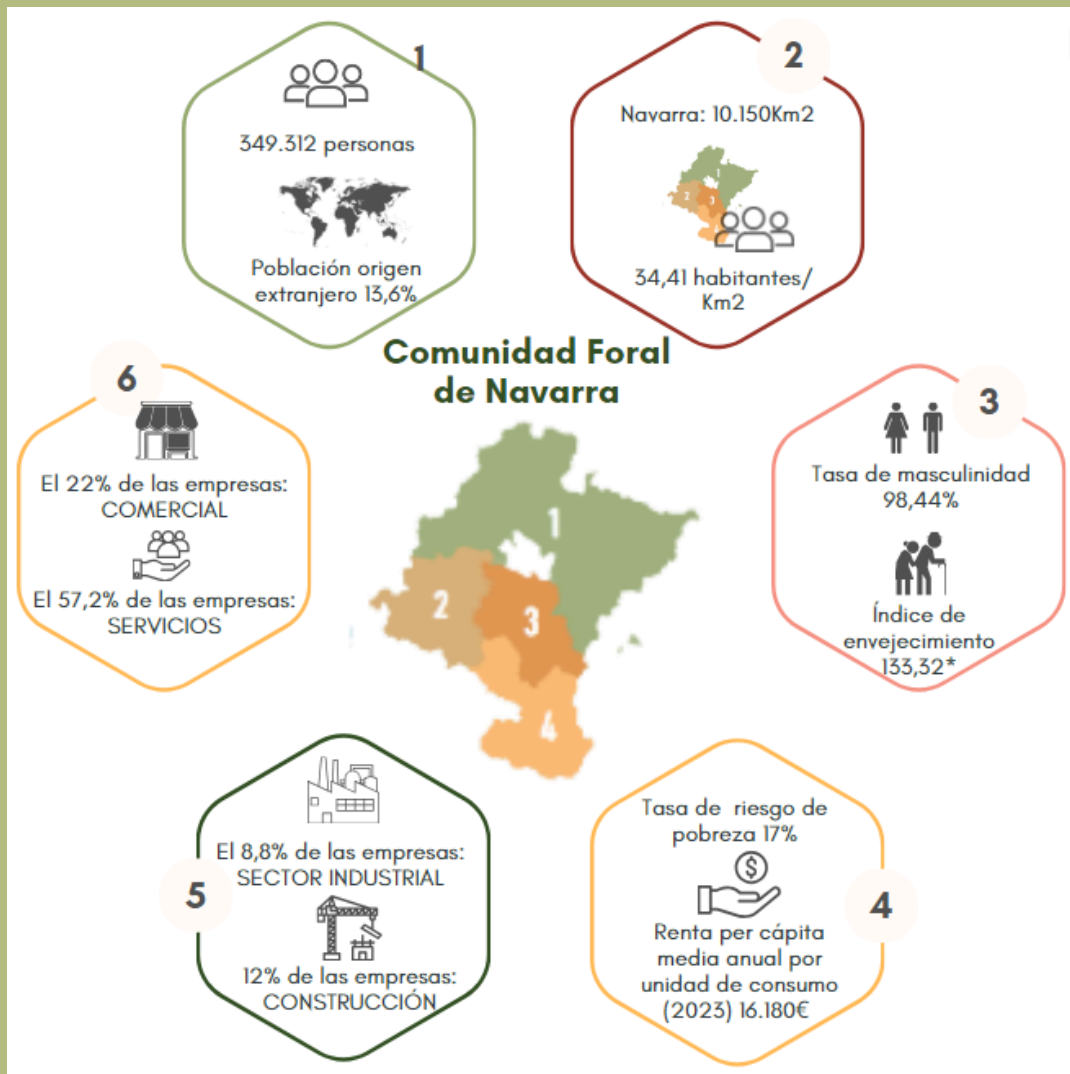
Metodología

Encuesta a 249 comercios sobre una población de 2.362 comercios, con un error muestral del 5,88% a un nivel de confianza del 95%



Red de Servicio de Dinamización

Comercio Rural de Navarra



Confianza



Indicador de ventas

49,30



Indicador de stock

49,40



Indicador de expectativas de venta

45,28

48

Índice de confianza

El indicador de ventas muestra la valoración actual que hacen los comercios sobre su nivel de ventas.

El indicador del stock muestra la percepción actual sobre el stock comercial..

El indicador de expectativas de venta muestra las expectativas sobre el volumen de ventas.

El índice de confianza muestra la confianza de las personas comerciantes.

Para los cuatro indicadores la percepción es peor cuanto más cercano a 0 se encuentre el indicador y mejor cuanto más cercano a 100.



Conclusiones

- **Sector feminizado**, donde más de la mitad de las personas titulares de comercios son mujeres (64,5%) y de **origen nacional** (97,6%).
- Es mayoritariamente un **sector adulto**, en el que la mayor parte de las personas titulares tienen más de 50 años (52,3%), por lo que en 10 o 20 años puede que la **falta de relevo generacional** se agudice.
- El **bajo índice de emprendimiento**, relacionado con la falta de relevo generacional, condiciona el desarrollo económico comarcal y limita las posibilidades de traspaso de aquellos comercios cuyas personas titulares están cerca de la jubilación.
- La mayoría de los comercios situados en los entornos rurales de Navarra son **pequeños y de carácter familiar y de proximidad**. Tierra Estella y Ribera Alta y Baja tienen una mayor concentración de comercios, seguida de Zona Media y Montaña.
- Los dos sectores predominantes son la **alimentación** (31,5%) y el sector **textil, de calzados y de complementos** (21,3%).
- El índice de **confianza** de los comercios de los entornos rurales de Navarra en el desarrollo de la actividad comercial es **mejorable** (48 puntos), aunque está cerca de alcanzar niveles satisfactorios (a partir de 55 puntos).
- El indicador relativo a las expectativas sobre el volumen de ventas es el que peor puntuación obtiene (45,28 puntos), lo que muestra la **preocupación e incertidumbre sobre el futuro del comercio**.
- 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 de compra de los consumidores.

Estas conclusiones marcan las futuras líneas de actuación del Servicio de Red de Dinamización de Comercio Rural de Navarra.

Red de Servicio de DINAMIZACIÓN *Comercio Rural de Navarra*

