



ASAMBLEA REGIONAL DE MURCIA

DIARIO DE SESIONES COMISIÓN ESPECIAL DE ESTUDIO SOBRE EL PEQUEÑO COMERCIO EN LA REGIÓN DE MURCIA

Año 2025

XI Legislatura

Número 3

SESIÓN CELEBRADA
EL DÍA 24 DE FEBRERO DE 2025

ORDEN DEL DÍA

- I. Comparecencia del presidente de la Asociación de Comerciantes de Yecla (Asocomy), don Adrián Soriano Férriz, sobre situación del pequeño comercio de la Región de Murcia.
 - II. Comparecencia de la concejala delegada de Industria, Comercio, Hostelería, Mercados y Consumo del Ayuntamiento de Yecla, doña María Magdalena Martínez Rovira, para informar sobre la situación del pequeño comercio en la Región de Murcia.
-

SUMARIO

Se abre la sesión a las 9 horas y 35 minutos.

I. Comparecencia del presidente de la Asociación de Comerciantes de Yecla (Asocomy), don Adrián Soriano Férriz, sobre situación del pequeño comercio de la Región de Murcia (11L/SEIC-0195).

Para sustanciar el objeto de la comparecencia interviene el señor **Soriano Férriz**, presidente de la Asociación de Comerciantes de Yecla (Asocomy)..... 33

En el turno general intervienen:

El señor **Sevilla Nicolás**, del G.P. Socialista 37

La señora **Martínez García**, del G.P. Vox..... 39

La señora **Sánchez Ruiz**, del G.P. Popular..... 40

El señor **Soriano Férriz** contesta a las cuestiones planteadas por las portavocías de los grupos parlamentarios..... 41

La Presidencia anuncia un receso a las 10 horas y 20 minutos.

Se reanuda la sesión a las 10 horas y 30 minutos.

II. Comparecencia de la concejala delegada de Industria, Comercio, Hostelería, Mercados y Consumo del Ayuntamiento de Yecla, doña María Magdalena Martínez Rovira, para informar sobre la situación del pequeño comercio en la Región de Murcia (11L/SEIC-0194).

Para sustanciar el objeto de la comparecencia interviene la señora **Martínez Rovira**, concejala delegada de Industria, Comercio, Hostelería, Mercados y Consumo del Ayuntamiento de Yecla..... 44

En el turno general intervienen:

La señora **Lopo Morales**, del G.P. Socialista 48

La señora **Martínez García**, del G.P. Vox..... 50

La señora **Sánchez Ruiz**, del G.P. Popular..... 52

La señora **Martínez Rovira** contesta a las cuestiones planteadas por las portavocías de los grupos parlamentarios..... 54

Se levanta la sesión a las 11 horas y 30 minutos.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Buenos días a todos.

Buenos días.

Vamos a dar comienzo a esta Comisión Especial de Estudio sobre el Pequeño Comercio, y hoy tenemos dos comparecientes.

En primer lugar, viene don Adrián Soriano Ferriz, que es el presidente de la Asociación de Comerciantes de Yecla, Asocomy. Bienvenido a esta Asamblea Regional.

En principio va a disponer de un turno de veinte minutos; luego, los diferentes grupos le harán una serie de preguntas y dudas que tengan; y para contestar a esas dudas y a esas preguntas, dispondrá de un turno final de quince minutos.

Y, sin nada más, damos comienzo a esta comisión.

El señor Soriano Ferriz tiene la palabra.

SR. SORIANO FÉRRIZ (PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE YECLA):

Señor presidente de la Asamblea Regional, señores diputados y diputadas de la misma, desde la Asociación de comerciantes de Yecla, buenos días.

Para la Asociación de Comerciantes de Yecla, para Asocomy, es un honor estar hoy aquí compareciendo ante ustedes poniéndole voz al pequeño comercio, sobre todo en nombre de los comercios yeclanos, a los que tengo la labor de representar desde hace ocho años. Una labor altruista que, como comerciante de profesión, lidero, aportando todos mis conocimientos del sector.

Desde hace ocho años, junto a mi pequeño equipo de trabajo (todos comerciantes de Yecla) que conforma mi junta directiva, trabajamos en pro del comercio de proximidad o pequeño comercio, poniendo a la asociación a disposición de todos los comerciantes asociados a modo de herramienta de trabajo para que todos y cada uno de ellos saquen el mayor partido de esta asociación de comerciantes.

Mi junta directiva y yo tomamos el relevo en un momento crucial para esta asociación, ya que el anterior presidente estaba en edad de jubilación y un servidor acababa de terminar sus estudios, iniciando la puesta en marcha de su proyecto, el cual era la creación e implantación de un modelo de pequeño comercio de moda infantil, hace ya más de diez años. Un aire fresco y nuevo con una mentalidad muchísimo más abierta comenzó a regentar esta asociación, reconociéndosela en varias ocasiones como una de las mejores asociaciones de comerciantes de la Región de Murcia. Una asociación que cuenta en este 2025 con treinta años de trayectoria como Asociación de Comerciantes de Yecla, aunque nos consta que los comerciantes de Yecla llevan desde los años cincuenta siendo, por el registro REDIM de nuestro ayuntamiento, una de las asociaciones más antiguas de la ciudad, unidos con el fin de dinamizar el comercio de nuestra ciudad, como todos sabéis, de manera muy distinta a lo que hoy conocemos como comercio.

Yecla es tierra de emprendedores, siendo líderes en el sector del mueble, posteriormente convirtiéndose en el sector de tapizado, pero siempre con gran esmero y entereza para liderar empresas y marcas propias, ya que Yecla es muy inquieta e innovadora.

La asociación de comerciantes nace legalmente en 1993, aunque no se termina de legalizar hasta 1995, con un número reducido de comerciantes que juntos crearon lo que denominaban Centro Comercial Abierto cuando la moda de implantar centros comerciales en los pueblos y ciudades, siendo esta la alternativa al rechazo por parte de mis antecesores de la implantación en Yecla de ese pequeño centro comercial.

Poco a poco fueron creciendo en número y cantidad los comercios que conformaban la asociación, naciendo varias zonas comerciales más diferenciadas, aunque hay que decir que para nosotros, para la asociación, uno de los principales hándicaps es que el comercio de Yecla se distribuye por todo su territorio. No hay zonas masificadas de comercio como en otras localidades, en las que sí que todos los comercios se centran en una calle o en una zona, sino que en Yecla se

salpican todos los comercios por toda la localidad, lo que para nosotros conlleva que, a la hora de realizar campañas y promociones, tengamos que pensar en las opciones que favorezcan a la mayoría de los comercios en cuanto a forma y funcionamiento de la campaña a que se refiera.

Para la Asociación de Comerciantes de Yecla lo más importante es que este organismo que lideramos sea accesible y directo para los comercios que conforman la asociación, que a nuestra llegada al mando de esta contaba con unos 68 socios. Hemos conseguido aumentar a lo largo de estos ocho años en una centena de socios, llegando a día de hoy a conformar Asocomy 164 comercios de todo tipo de sectores y magnitudes, desde autónomos y muy pequeños comercios hasta comercios más grandes con varios empleados a su cargo, siempre sin superar esos 300 metros de superficie de venta para considerarse pequeño comercio, y sin excluir sectores o servicios.

En cuanto a las actividades que desarrollamos a lo largo del año, podríamos clasificarlas en tres secciones: las actuaciones que llevamos por nuestra propia iniciativa; en las que colaboramos con la Administración local, nuestro ayuntamiento; o las colaboraciones con otras entidades, asociaciones, federaciones u otros colectivos que requieren de nuestra colaboración y participación.

Empezaremos a destacar las campañas o actuaciones que llevamos por iniciativa propia de Asocomy.

Son muchas las acciones que realizamos en pro del comercio, por ejemplo campañas de dinamización de comercio como nuestro sorteo de Navidad, en el que premiamos a nuestros clientes y consumidores con participaciones para el sorteo de 5.000 euros repartidos en 50 premios de 100 euros, con el lema de «Queremos que nos toque a todos», reactivando las ventas en los primeros días de rebajas o después del bum navideño, en el que sabemos que el consumidor hace un parón en su compras. Un sorteo que cuenta con una gran antigüedad y que en Yecla gusta mucho, sabiendo que la gente compra y pide sus participaciones, por lo que lo consideramos una buena práctica para consumidores y también para comerciantes, ya que esos 5.000 euros se revierten en los comercios de la asociación en forma de vales en próximas compras.

Hay que decir que Yecla cuenta con una peculiaridad local, y es que se solapan las fiestas patronales en los primeros días de diciembre con la celebración de Navidades y Reyes, lo que hace que la campaña navideña en Yecla sea más agresiva, aunque las ventas se incrementan por ambos motivos durante esas fechas.

Otra de las actividades que desarrollamos en Asocomy es el sorteo de verano, llamado «Asocomy Express», en el que realizamos tres premios de 500 euros para gastar durante una mañana en el comercio local, repartiendo compras de 50 euros en diez comercios, rehabilitando las ventas en épocas que lo necesitan (normalmente en el mes de julio).

Al hilo de estas actuaciones, realizamos también una Feria de Muestras y Oportunidades, que congrega a casi una centena de comercios en un mismo recinto, a modo de centro comercial improvisado multisectorial, donde podrán disfrutar de un plan de fin de semana y de las mejores ofertas y oportunidades, obteniendo productos de calidad a un módico precio y ofreciendo un gran escaparate para yeclanos y visitantes, ya que nos visitan unas 30.000 personas en nuestra feria outlet, siendo considerada una de las mejores ferias de la región. Feria que ofrece un beneficio para el pueblo y también, por supuesto, para los comerciantes, que pueden vaciar sus almacenes y deshacerse de sus *stocks* sobrantes, que, cuando pasan las temporadas, se convierten en dinero atascado en almacenes y tiendas, siendo esta feria un revulsivo para favorecer así a los comerciantes.

La asociación cuenta con un presupuesto muy ajustado, ya que la cuota de los comercios es simbólica, ya que no queremos que esto —me refiero a pertenecer a una asociación de comerciantes— suponga un sacrificio para el comercio, ya que la unión hace la fuerza y, sin duda, mucha gente haciendo cosas pequeñas hace algo muy grande, como dice la famosa cita literaria, por lo que los presupuestos se dotan con el convenio de colaboración con el ayuntamiento.

La asociación, y así creo que debe de ser sea cual sea el partido que represente a la Administración local en cada municipio, debe tener una relación estrecha con la Concejalía de Comercio en la figura de su concejal, ya que ambas corrientes deben de ir de la mano y luchar en la misma dirección, desarrollando proyectos comunes en pro del comercio local, como desde el inicio con la andadura de la asociación mi equipo y yo teníamos claro: Asocomy y la concejalía debían ir en la misma dirección y con las mismas ideas de actuación.

Desde entonces hemos pasado por cinco concejales de comercio, a los cuales siempre agradeceré su colaboración con esta asociación, y en este caso a María Magdalena Martínez, la actual concejal, que sin duda realiza las gestiones necesarias para que el comercio de Yecla y Asocomy prosperen y sigan adelante como lo estamos haciendo.

Son varias las actuaciones que realizamos en común, como, por ejemplo, la campaña de sensibilización a los consumidores que denominamos «Expertos y vecinos», con el objetivo de mostrar la historia de los comerciantes de Yecla, por qué iniciaron sus actividades, sus comercios, cómo trabajan y qué realizan, así como llevar el lema de que somos expertos en nuestro trabajo y vecinos de nuestra ciudad, ya que son dos puntos claves de la diferenciación que a día de hoy nos separa de las grandes superficies, que sabemos que les gustan mucho a nuestros clientes; que les aconsejamos, les dedicamos y ofrecemos un trato totalmente personalizada a cada cliente, y, cómo no, somos vecinos, amigos, conocidos, y somos de nuestra ciudad, y, si compramos y nos apoyamos entre todos, nuestra ciudad será más próspera y gozará de más riqueza.

También colaboramos en campañas puntuales, como las festividades de Halloween, Reyes, Día del Padre, San Valentín, la noche mágica de San Juan, promocionando y dinamizando el comercio de nuestra ciudad siempre que se pueda y sea necesario, así como promoviendo y poniendo en marcha cursos de escaparates como el navideño, el de la festividad de San Isidro o como de las fiestas patronales, para dar así más vistosidad, si cabe, a nuestras calles el comercio en estos días tan festivos.

Tal es así que los lazos tan estrechos en cuanto a las dos partes ya citadas nos llevan a la inquietud siempre de ver qué más podemos ofrecer al comercio tanto por su parte como por la mía, proponiendo diversas actividades que de una manera u otra llevamos a cabo, como, por ejemplo, en la pasada campaña de Reyes, la de «Te mereces un regalazo», que motivó al consumidor, ya que le regalamos lo que el consumidor escribiese en su carta de forma gratuita; también con unos fondos que fuimos agraciados en un sorteo realizado en la presentación de la campaña de «Compras con corazón» de la región.

Y por tercera, colaboramos también con muchas entidades, asociaciones, federaciones y colectivos locales, ya que consideramos que, realizando estas colaboraciones, se denota que Yecla tiene una asociación activa, con ganas de moverse y hacer que otros también lo hagan junto a nosotros, como la colaboración en carreras solidarias a favor de otras asociaciones locales, otro tipo de concursos, cursos de formación que tan interesantes y necesarios son para encontrar esa diferenciación, y otros quehaceres que a través de la asociación favorecen al pequeño comercio en nuestra ciudad.

Una de las principales colaboraciones a nivel regional la tenemos con nuestra querida Cámara de Comercio de Murcia, con la que mantenemos una especial relación teniendo una delegación en Yecla. Somos, según ellos, según la Cámara de Comercio, de los municipios más participativos en las acciones que lanza la Cámara de Comercio, siendo líderes de participación en su «Compra reloj», habiendo gozado de ser los beneficiarios del premio en varias ocasiones, siendo para nosotros muy importante que esos 6.000 euros se queden en nuestros comercios, por lo que hacemos mucho hincapié en esa colaboración.

Y, cómo no, destacar que somos líderes en participación en los cursos de formación, con más de 40 personas inscritas en los talleres de formación que ellos realizan.

No obstante todo esto anteriormente detallado y que denota, según nuestro criterio, que vamos en una muy buena dirección en cuanto a la gestión de la asociación, sí nos preocupan muchos ámbitos que, como todos sabemos, sufre el pequeño comercio, ya no en Yecla ni en Murcia, sino a nivel nacional, ya que cada vez nos enfrentamos a los problemas que cada día van agravando la situación del pequeño comercio; no obstante teniendo la suerte, digámoslo así, de que Yecla cuenta con la suficiente distancia a las grandes ciudades y centros comerciales que en ella habitan, teniendo en Yecla un gran gran surtido de comercios por tener esa suficiente distancia o estar lo suficientemente alejada, siendo un cruce de caminos entre varias comunidades, donde el centro comercial más cercano se encuentra a unos 40 kilómetros y estamos alejados (a casi a más de 100 kilómetros) de las principales áreas comerciales.

Aun teniendo esa baza, en nuestro municipio estamos preocupados sobre todo y principalmente porque todos los niveles de vida cambian, se supone que para mejor, menos la situación de los autónomos, y con ello la de los pequeños comercios, a los que cada vez nos cuesta más llegar a fin de mes, que con el pago de todos los costes fijos cada vez vemos mermadas nuestras ganancias, ya que, si comparamos la manera de vender actual con la de hace unos diez o quince años, el consumidor a día de hoy tiene toda la información necesaria sobre productos, precios, características, siendo esto también un problema para la venta entre las nuevas generaciones. Está todo preparado para que el consumidor no necesite nada más que adquirir el producto que quiere ir y/o necesita, cambiando el modelo de venta e intentando (desde la asociación de comerciantes en nuestro caso) darle el valor añadido que no le dan las grandes superficies o la venta *online*, algo que a día de hoy nosotros creemos que es una de las pocas claves que tenemos para que el pequeño comercio goce de buena salud.

Otro de los problemas que denotamos en nuestra localidad es que ya no existe ese relevo generacional. Ya no existen los hijos que regentan los negocios familiares, ya que, obviamente, el avance educativo influye en este ámbito. Pero posiblemente una solución a este problema podría ser ayudar o premiar de alguna manera esa generacionalidad de los comercios, ya que cada día se traspasan menos negocios de padres a hijos, y en cuanto a este tema sabemos que solo acaba de empezar, ya que en los próximos años este problema se incrementará porque el pequeño comercio es un comercio de mediana-elevada edad y, obviamente, todos llegaremos a ese punto, o eso esperamos.

En Yecla también denotamos otro problema, y es que los locales en el casco histórico de las zonas peatonales comerciales se encuentran a precios desorbitados, a día de hoy es imposible pagar los precios que plantean los dueños de los locales, por lo que nos encontramos con un centro histórico comercial con muchos locales vacíos y sin posibilidad apenas de implantar un nuevo negocio, ya que los márgenes y ganancias de los pequeños comercios cada vez más van en declive.

Desde la Asociación de Comerciantes de Yecla estamos concienciados de que el comercio *online* es el futuro de las ventas comerciales, y por ello queremos ponérselo muy fácil a nuestros asociados, intentando realizar cursos de formación, realizar talleres formativos, realizar cursos de inteligencia artificial, para que el comercio esté al día y esté lo más activo posible.

En estos sectores sí que es verdad que creemos que desde la Administración regional, local y nacional se han focalizado siempre todas las ayudas en los últimos años en la digitalización, la puesta en marcha de las páginas web, los *market places*, la digitalización, pero sí que creemos que se ha dejado un poco de lado la forma presencial de comercio, cayendo prácticamente en el abandono, por lo que a los comerciantes les cuesta más el inicio de esa digitalización que cada vez es más necesaria, siendo inminente que así debe ser.

Desde la asociación siempre buscamos darle el valor añadido, ese valor extra a las compras, ya que en el día de hoy que vivimos estamos inmersos en las ventas a través de una pantalla que gestiona la venta en un solo clic, de una forma muy rápida, buscando, como he dicho anteriormente, otra experiencia que no es la que se buscaba anteriormente. Es totalmente necesario estar digitalizado, estar en funcionamiento vía *online*, es una parte más del pastel en la que los comerciantes tenemos que estar muy concienciados de que es una parte muy importante de lo que supone el futuro de las ventas, pero sí que es verdad que, si queremos salvar al pequeño comercio en su tradicionalismo (en lo que al comercio de proximidad se refiere, las tiendas de barrio), tenemos que ayudarles a que esta manera de vender, la manera tradicional de adquirir esos productos, sea la que es a día de hoy, me refiero a que siga siendo la venta de artículos a través de un vendedor físico.

Porque tenemos que pensar también que si esta manera de venta desapareciese de la vida cotidiana, las ciudades perderían su sentido, perderían su actividad, perderían su dinamización. Porque no se nos puede olvidar nunca que, aunque estén las ventas *online* y la forma *online* de venta, la venta física del pequeño comercio es lo que realmente le da vida y actividad a las ciudades. Son los pequeños comercios los que abren todos los días la persiana y hacen que todos los días haya luz en la calle, que haya música en las calles, que haya gente paseando por las calles y que esta ciudad tenga vida, por lo que esta asociación seguirá luchando día a día por su comercio y por hacerles la labor más fácil a los comercios, para que su única preocupación sea vender.

Muchísimas gracias a todos ustedes por dejarnos ponerle voz al pequeño comercio en un foro tan

importante como este, la Asamblea Regional, y me he dejado para el final alguno de los méritos que hoy en día hacen que seamos considerados de interés para la región y seamos considerados una de las mejores asociaciones de la región, y es que en 2019 recogimos el Premio Mercurio de la Cámara de Comercio y a finales de este mismo año el Premio de la Región de Murcia a la Asociación de Comerciantes, el Premio Siete Días Yecla del semanal local y el Premio Murcia Shops Forum a la mejor asociación de la región en su sección «Tiendas que inspiran» en este 2025, siendo estos méritos suficientes para seguir remando en pro del comercio local, y siendo desde mi persona y la de mi junta directiva un receso de aliento para seguir adelante con la Asociación de Comerciantes de Yecla.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señor Soriano, por ajustarse perfectamente al tiempo. Vamos un poco pillados de tiempo porque tenemos después otra comparecencia y no queremos hacer esperar a la compareciente.

A continuación iniciamos el turno general de intervenciones y, aunque son diez minutos los que están previstos, si los tres grupos están de acuerdo, como se ha hablado antes, se acortan a cinco minutos para que la compareciente a la que le toca después no tenga que esperar mucho tiempo.

En primer lugar, el Grupo Parlamentario Socialista tiene la palabra.

Señor Sevilla, cuando quiera.

SR. SEVILLA NICOLÁS:

Presidente, muchísimas gracias.

Señor Soriano, en primer lugar le quiero dar la bienvenida a la Asamblea Regional en nombre del Grupo Parlamentario Socialista. Antes, cuando estábamos recién llegados (todavía no se había iniciado la comisión) ha dicho usted que trabaja de forma altruista, lo ha repetido en su intervención, y altruistamente está hoy aquí esta mañana para ayudar a la Región de Murcia, a los comerciantes, a los pequeños comerciantes de la Región de Murcia, a mejorar su situación, que ese es el sentir y el objetivo que tiene esta comisión, intentar impulsar medidas que faciliten la situación, que mejoren las dificultades que está viviendo el pequeño comercio en la Región de Murcia.

Su asociación, bueno, ha dicho treinta años de asociación, más de 160 asociados... La Región de Murcia tiene mucho pequeño comercio y es muy diverso en todos sus territorios. El Altiplano, la zona concreta de Yecla, es una zona que está un poco separada de otros territorios, de la capital de la Región de Murcia, de la costa también... Hay otros territorios en la Región de Murcia que tienen un pequeño comercio que está más volcado hacia el turismo, como puede ser la zona del Mar Menor. Y, bueno, todas esas singularidades y esa diversidad que tenemos en la Región de Murcia es lo que estamos haciendo en esta comisión, escuchar a los distintos ponentes, comparecientes, para recoger todo aquello que nos puedan aportar y, como decía, hacer una labor de impulso en favor del pequeño comercio.

La situación es muy difícil. Estamos viendo que el comercio *online* está acaparando gran parte de las ventas, hemos tenido la proliferación en estos últimos diez o quince años de centros comerciales, de áreas comerciales importantes que absorben muchos clientes... En la zona de Yecla y del Altiplano ese problema no es tan acuciante porque, como decía usted, está a 40 kilómetros el más cercano, pero, bueno, son muchos factores que están incidiendo en que el pequeño comercio vea afectado.

Valores añadidos que usted ha subrayado en su intervención: el trato personal que ofrece el pequeño comercio, ese asesoramiento que se da, ese servicio, a veces ese exceso de trabajo por parte del comerciante, el autónomo, porque tiene que cuidar a sus clientes y no solamente tiene que vender un producto y coger el dinero, sino ayudarles, hay que estar para un roto y para un descosido, como dice mi padre, siempre en su comercio. Entonces, bueno, ese es uno de los valores que hay que potenciar, y hay que ayudar al pequeño comercio para que funcione y siga funcionando de la manera

que todos deseamos.

Mire, ha dicho usted, señor Soriano, que trabajan de la mano con la concejalía, con el Ayuntamiento de Yecla, con los distintos concejales que han participado, y, claro, a mí me gustaría también saber la comunidad autónoma el apoyo que les está dando. Ha nombrado usted a la Cámara de Comercio, pero me gustaría saber, si hay acciones que valore usted desde la asociación, si son suficientes por parte de la Administración regional.

Me gustaría saber también si cree usted que hay alguna iniciativa o echa en falta alguna iniciativa que se pudiera llevar desde el Gobierno regional para mejorar esta situación, porque, al fin y al cabo, nosotros lo que vamos a hacer en esta comisión es dictaminar una serie de medidas que le pediremos al Gobierno regional que impulse para ayudarles a ustedes; que al final, si les ayudamos a ustedes, ayudamos al pequeño comercio y ayudamos a toda la sociedad. Porque cuando decía de la situación muy dramática del comercio es que se están cerrando muchos comercios en la Región de Murcia, se están perdiendo muchos empleos, y son empleos muy valiosos... Porque lo autónomos son gente autónoma, autosuficiente, que coge su empeño, su fuerza, y sin muchas ayudas públicas lo que hace es pagar impuestos, generar empleo... Y esos empleos y a esos empresarios que de forma autónoma vuelcan todo su capital y todos sus recursos en generar empleo hay que protegerlos pero con muchísima fuerza, porque son muy valiosos para el conjunto de la Región de Murcia y para nuestra economía.

Quería también agradecerle nuevamente todo su empeño tanto en Yecla como aquí en esta comisión.

Y sin más, no quiero dilatar mucho más porque entiendo que la comisión lleva los tiempos muy justos, me queda un minutico pero voy aprovechar también para hacerle una pregunta. Mire, recientemente estamos escuchando que hay mucho problema con la vivienda en toda España. Estamos hablando mucho de los apartamentos turísticos. Usted en su intervención ha dicho varias dificultades que se encontraban, y una de las dificultades que ha dicho ha sido el tema de los alquileres de los locales comerciales. Recientemente estamos escuchando que el Gobierno regional está anunciando que va a habilitar normas o legislación para que los locales comerciales se puedan transformar en viviendas. ¿Cree usted que eso puede ser un hándicap más a la hora de los precios que se pueden encontrar los comerciantes para montar sus negocios? ¿Cree usted que eso sería bueno llevarlo a cabo, o habría que intentar frenar esa propuesta del Gobierno regional que en principio puede ser que.. o lo anuncian como que va a ayudar al comercio...

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Señoría, su tiempo ha terminado.

SR. SEVILLA NICOLÁS:

Termino ya, presidente. No agoto mis diez minutos, pero sí voy a agotar dos segundicos más.

El relevo generacional también lo nombraba usted. Eso también es una de las cosas que llevamos nosotros en nuestra propuesta política, ayudas para que cuando un autónomo cesa en su actividad un joven pueda retomar esa actividad, y, bueno, eso tiene que ser con intermediación pública y con ayudas públicas.

Presidente, gracias por su generosidad.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señor Sevilla.

A continuación el Grupo Parlamentario Vox tiene la palabra.

Señora Martínez, adelante.

SRA. MARTÍNEZ GARCÍA:

Muchas gracias, presidente, y muchas gracias, señor Soriano, por acercarse a la Asamblea. Bienvenido, esta es su casa, la casa de todos los murcianos.

Cuando comenzamos con la Comisión del Pequeño Comercio y se pidieron comparecientes, sin duda una de las áreas en las que nosotros teníamos mucho interés es en que vinieran expertos o asociaciones que ya han probado que han funcionado en la región porque están haciendo un trabajo maravilloso hacia sus comerciantes. Prueba de ello, todos los premios que ha recibido su asociación en los últimos años.

De ahí que quisiéramos escucharle y conocer esas mejores prácticas, esas campañas que han funcionado y esa experiencia que tiene usted con todas las asociaciones, que ha comentado que tienen hasta 164 comercios dentro de su asociación. Entonces, nos ha parecido todo muy interesante, todo lo que ha presentado usted.

Sí que me gustaría ahondar en los problemas que ha mencionado. Obviamente, los mayores riesgos para el pequeño comercio son dos, uno es el comercio *online* y otro son los grandes centros comerciales. Entonces, para poder competir con ellos sí que me gustaría saber cuál es su opinión porque, si lo analizamos claramente, como ha comentado usted, los consumidores ahora tenemos mucha más información, podemos ir rápidamente a comprar *online* un producto que seguramente, si sus asociados lo tienen, a lo mejor será un poquito más caro como lo venden sus asociados, pero todo eso tiene una razón, y es que sus asociados, los autónomos, los comerciantes, tienen unos gastos que no tienen las personas o los comercios que venden *online*. Entonces sí que me gustaría saber, en base a su experiencia, cuáles son las medidas que se pudieran llevar desde el Gobierno regional, desde las concejalías, para reducir los gastos que tienen los comerciantes, para que eso pueda hacer que ustedes puedan llegar a un precio más similar al que hay *online* y pueda haber, además, unas ganancias para los comerciantes que trabajan en esto y que, obviamente, tienen que poder vivir. Entonces, sí que nos interesaría mucho conocer cuáles son esas medidas que usted cree que son necesarias para reducir esos gastos que tienen los comerciantes.

Usted ha tocado, por ejemplo, la parte del alquiler de los locales. Obviamente, eso no lo tiene un comercio *online*. Entonces, ¿qué podemos hacer para reducir esa parte tan importante del alquiler de esos comercios, qué medidas habría que tomar para que se redujera el alquiler en esos locales?

También ha comentado las campañas y me interesan mucho esas campañas. Usted ha comentado varias de ellas. Sí que me gustaría saber cuáles son las que mejor funcionan, esas que usted ya ha visto que han dado un resultado muy positivo a los comercios.

Y luego ha comentado, muy importante, que en Yecla tienen varias zonas comerciales, que no están todas juntas, que eso imagino que hasta cierto punto es un pequeño hándicap porque es verdad que cuando se asemejan a los centros comerciales, donde todas las tiendas están juntas, es más sencillo para el consumidor darse un paseo y en ese mismo paseo ver todas las necesidades. Entonces, ¿qué opciones se plantean, si es que se han planteado alguna, para esos clústeres de comercios?

Ya ha comentado que hacen un outlet donde todos se ponen juntos, imagino que en una zona que se habilitará especial para ello, pero sí que a lo mejor sería interesante escuchar su opinión en qué otras opciones hay desde la concejalía para impulsar que se hagan esos clústeres que ayuden a los consumidores.

Y luego también ha comentado el relevo generacional. Esto lo estamos viendo no solo en el comercio, sino en muchos otros sectores, que el relevo generacional es un problema. Y sí que me gustaría saber su opinión de qué es lo que se tendría que hacer desde el Poder Ejecutivo, desde el Poder Legislativo, para impulsar que sea sencillo para esos jóvenes entrar en esos comercios. No sé si los problemas son que han visto que sus padres han sufrido demasiado en esos comercios para sacarlos adelante, que están ahogados por todos los gastos que tienen y a lo mejor no recomiendan a sus hijos que se metan en ello, porque la burocracia es demasiado extensa y tienen que estar todo el día peleándose con la Administración... No sé por qué razones los jóvenes no están yendo a hacer ese relevo a sus...

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Señora Martínez, su tiempo ha terminado.

SRA. MARTÍNEZ GARCÍA:

Sí, eso me está diciendo el teléfono.

Pues nada más, nada más por mi parte.

Simplemente darle las gracias y, si me puede contestar a esas preguntas, se lo agradecería.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias.

Decir que por el Grupo Parlamentario Mixto el señor Egío no ha podido venir, ha justificado su ausencia por enfermedad, y pasamos al Grupo Parlamentario Popular.

La señora Sánchez Ruiz tiene la palabra.

SRA. SÁNCHEZ RUIZ:

Gracias, presidente.

Buenos días, señorías.

Buenos días, señor Soriano, darle la bienvenida a la casa de todos los murcianos, a la Asamblea Regional de Murcia, y agradecerle enormemente el que haya aportado no su pequeño, sino su gran granito de arena a esta Comisión de Estudio del Pequeño Comercio, que es el que nos encomienda esta mañana.

Y toca hablar del comercio de Yecla, y tocando hablar del comercio de Yecla debíamos hablar de Asocomy, de vuestra asociación, como bien se ha dicho con una trayectoria ya de treinta años, lo que es un aval importante para ser una voz que esta mañana esté aquí.

Solo hay que sumergirse un poquillo en vuestro historial para ver que son, como bien ha comentado usted, una asociación muy dinámica, una asociación importante, porque los que hemos tenido relación con las asociaciones de comerciantes, bien por un cargo o por otro, sabemos que en una asociación con más de 160 socios por detrás de eso hay una labor muy importante; un trabajo de forma desinteresada, que resta del tiempo de la familia, de los amigos y del propio negocio en algunas ocasiones, y desde aquí quiero agradecerle enormemente trabajar en pro del comercio de la Región de Murcia y, en concreto, del comercio de Yecla.

Consideramos muy importante el que haya un dinamismo a lo largo de todo el año en un municipio para darle vida y para mover a los clientes y poder hacer que entren en esos comercios y puedan consumir. Y las campañas que realizáis, tanto regionales como locales, a lo largo de todo el año hacen que el comercio de Yecla tenga una buena salud.

Y haciendo un poco de análisis a brocha gorda de la problemática del comercio en general, no solo ya centrándonos en el comercio de Yecla, somos conscientes de lo importante que es el comercio para dar vida a nuestros barrios y a nuestros pueblos, porque al final en un barrio o en un pueblo sin comercio no hay vida.

Y también somos conscientes de la situación de crisis que se está atravesando, y creo que ha coincidido conmigo en que el pequeño comercio sigue teniendo un futuro complicado, pero no solo por la presión de las grandes superficies o del propio comercio *online*, sino porque vivimos en un mundo globalizado donde el comercio también se ha globalizado y donde las reglas del juego se han trastocado y tenemos un nuevo escenario. La pandemia y los cambios en los hábitos de consumo lo han cambiado todo, y en ese nuevo escenario consideramos desde el Grupo Parlamentario Popular que las asociaciones de comerciantes sois esenciales para visualizar ese comercio alternativo que representáis. Tenéis un plus, ofertáis otro tipo de comercio, y debemos de ser entre todos (entre las administraciones, las asociaciones y el propio comercio) capaces de mostrarlo.

El comercio, si hablamos un poquito de los beneficios, a grandes rasgos ofrece excelencia en la atención al cliente, calidad del servicio y producto, y ofrece también un plus de entretenimiento. Donde cada vez más buscamos esa experiencia (en el turismo, en la cultura), también se busca a la hora de comprar y de tener esa experiencia con ese trato personalizado y esa calidad en el servicio por parte del propio comerciante.

Pero, a pesar de todo ese proceso de transformación y de renovación que habéis sufrido, donde los comerciantes se han adaptado para llegar hasta aquí, vemos que no es suficiente. Observamos cómo comercios de toda la vida siguen cerrando sus puertas, bajan la persiana por última vez por problemas generacionales o por cualquier ámbito que podríamos seguir analizando.

Y sí que me gustaría hacer referencia a un artículo que me parece interesante de una editorial, donde nos dice...

SR. MARTÍNEZ CERÓN (PRESIDENTE):

Señora Sánchez Ruiz, finalice su turno. Ha consumido los cinco minutos.

SRA. SÁNCHEZ RUIZ:

Sí. El problema del comercio no es tanto el consumo, sino el gasto, y en ese sentido preguntarle si considera usted que en muchas ocasiones el cierre de los comercios tradicionales se debe al desmesurado incremento de la carga impositiva que ha sufrido a lo largo de los últimos años (en concreto, en las últimas décadas se ha incrementado en un 500%).

Y luego, también remarcar si las campañas que se realizan o las subvenciones que se ponen a disposición por parte del Gobierno regional para hacer campañas, tanto directamente con las asociaciones y federaciones, que han sido casi 150.000 euros para este año, como directamente a los ayuntamientos, 1.500.000,...

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Señora Ruiz, su tiempo ha terminado.

SRA. SÁNCHEZ RUIZ:

Sí, finalizo, señor presidente, gracias.

... son necesarias para fijar el comercio local en nuestra Región.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias.

Ahora el señor Soriano dispone de un turno de quince minutos para dar respuesta a las diferentes preguntas que le han hecho los grupos políticos.

Cuando quiera tiene la palabra.

SR. SORIANO FÉRRIZ (PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE COMERCIANTES DE YECLA):

Muchísimas gracias.

Bueno, pues, como bien he dicho en mi intervención anterior, los problemas son los que son. Yo creo que al final el relevo generacional acaba de empezar. Yo creo que vamos a vivir unos años en que vamos a tener este problema y van a ser cada vez más insistentes. Y al final lo que he planteado también, creo que a lo mejor se debería de buscar alguna ayuda, buscar alguna manera de que ese

relevo generacional se pudiera hacer a través de alguna bonificación, no sé, de alguna ayuda que pudiera no paliar, sino ayudar un poco a que ese comercio decidiese seguir estando activo, ya no por el relevo generacional a un hijo o a un familiar, sino por el mismo traspaso de negocio. La gente ya no traspasa sus negocios, prefiere cerrarlos y abrir uno nuevo antes que traspasar un negocio que ya estaba en marcha.

Nosotros con las medidas que realiza el ayuntamiento vamos de la mano, y creo que son... A ver, siempre se puede tener más, obviamente, pero creo que no podemos quejarnos de las acciones que hace el ayuntamiento en su Concejalía de Comercio junto con la asociación, ya que, como bien ha dicho, tenemos esa manera de trabajar juntos y creo que tiene que ser así. No puede ser de otra manera: si cada uno coge sus riendas y coge sus direcciones, no vamos a ningún lado.

Aparte de que, bueno, también en una asociación de comerciantes a día de hoy —y creo que así es en todas las que conozco— la financiación es mínima, o sea, no podemos atosigar a los socios, atosigar al comercio con una cuota desorbitada para estar dentro de una asociación porque no queremos que eso sea una carga. No queremos que un comercio decida estar o no estar en una asociación por un determinado precio. Entonces, para nuestra asociación, ya te digo, la cantidad de cuota es simbólica porque queremos que estén todos, quizás a lo mejor por esto en Yecla solo existe una asociación de comerciantes y en Yecla estamos todos prácticamente unidos en la misma asociación.

Para nosotros, el otro problema que tenemos en Yecla sobre todo es el alquiler de los locales, tenemos que en la principal zona histórica o en el casco histórico de Yecla cada vez van apareciendo más locales en alquiler, más locales en venta. Tenemos varias problemáticas en cuanto a ese tema, ya que los precios del alquiler son desorbitados o porque al dueño no le interesa alquilarlos o no quiere o no necesita alquilarlos, entonces tampoco pone facilidad para implantar un negocio o un comercio allí, y ese es uno de los principales, sobre todo, cambios más agresivos, porque si me cierran dos comercios de la zona peatonal o de la zona histórica de Yecla aparentemente se nota muchísimo más que si me cierran cuatro que estén salpicados en otras calles más alejadas del centro. Pero, bueno, nosotros siempre intentamos hacer todo lo posible para que esos comercios...

Bueno, se plantearía o también desde la asociación planteamos, no sé, hacer algún plan de actividad para reanimar o para reactivar esa zona comercial en esos cascos antiguos a través de alguna ayuda. Al final lo que los comerciantes y los autónomos necesitamos es que nos ayuden por algún lado, necesitamos que los gastos fijos que tenemos durante el mes se vean un poco mermados o bonificados o reducidos, porque al final no podemos estar abriendo la persiana todos los días para cerrarla con lo mismo con que la hemos abierto. Y entonces necesitamos... Cada día los costes son más caros, los productos son más caros, estamos luchando también con venta *online* y esas grandes plataformas que al final no tienen los mismos pagos que puede tener un autónomo, por ejemplo, ¡yo qué sé!, si nos ponemos a debatir sobre... ¡yo qué sé!, Shein o cualquier otra plataforma de este tipo chino, también ves productos en esas plataformas que casi los tenemos en las tiendas y no sabemos ni cómo ni cuándo han llegado ahí. Es también un hándicap que me imagino que será preocupación de todos al final.

Y luego, como bien ha dicho el Grupo Socialista, las medidas de que se puedan convertir los locales en viviendas, a ver, nosotros preferimos que los locales se queden siendo locales comerciales y que estén abiertos al comercio, pero, bueno, eso ya cada persona que regente o que tenga un local...

Luego, por ejemplo, otra cosa es que también tenemos la gran suerte, por así decirlo, de que tenemos los grandes centros comerciales alejados del municipio y los grandes centros de comercio, y eso para nosotros también de forma positiva refleja que tenemos un gran surtido de comercios en la localidad, y luego que la gente también, antes de salir fuera, busca en Yecla lo que necesita o lo que va buscando. Entonces para nosotros esa sí que es una baza positiva que intentamos explotar al máximo a través de la asociación.

Las campañas que realizamos anualmente. Como bien habéis dicho varios, se necesita que el comercio esté activo durante todo el año, se necesita que el comercio esté, porque al final... Antes las rebajas eran dos veces al año, pero ahora las rebajas son todos los días. Entonces, necesitamos que el comercio esté activo, que haga campañas en las que el consumidor vea un beneficio, vea un atractivo

para no irse a comprar a través del móvil, sino que salga a la tienda de al lado, salga a la tienda del barrio y salga a la tienda de fulanico o la tienda de mi amiga. Entonces, a través de esas campañas locales que realizamos la asociación invierte un dinero en forma de premios que luego se vuelve a revertir al comercio, se vuelve a revertir a esos mismos asociados. Entonces, creemos que es la mejor forma en la que podemos un poco crear esa sinergia entre la asociación y los comerciantes.

En la asociación, como bien he dicho, la aportación por los socios es mínima, con lo que llevamos todo el desarrollo de estas campañas a través del convenio que tenemos con el ayuntamiento. Sí que es verdad que luego, a través de la dirección general, hemos pedido algún tipo de subvenciones, pero también es verdad que ese tipo de subvenciones están muy bien pero no puedes usarlas, entre comillas, «libremente» para desarrollar equis campañas o desarrollar equis actuaciones, sino que también vienen marcadas por un nivel de actuación, aunque nosotros, por ejemplo, hemos recibido muchas veces las subvenciones y hemos realizado todo lo que hemos podido para esa dinamización.

Y luego el relevo generacional. Lo que hemos dicho, yo creo que para mí o para Yecla es uno de los principales problemas que no se pueda seguir ese relevo generacional. Y ese, junto con el problema de los alquileres y junto a que, como bien he dicho en mi intervención anterior, en los últimos años se ha estado mucho focalizando el comercio en la dinamización en la digitalización, y creo que se ha dejado un poco en *stand-by* lo que es el comercio físico, que es el que tenemos que potenciar, el que tenemos que no dejar escapar porque es el comercio que llena las calles y la ciudad de vida, y creo que también ese tipo de comercio que es el comercio físico deberíamos, no sé, de alguna manera intentar dinamizarlo un poco más o buscar alternativas, buscar subvenciones, buscar ayudas.

En cuanto a la asociación de comerciantes y por lo que hablamos entre los comercios, necesitamos eso, necesitamos ayuda, necesitamos que los costes fijos se reduzcan de alguna manera, que tengamos alguna bonificación..., siempre, claro, siempre siendo comercio positivo y cumpliendo las normas. Porque al final necesitamos eso, que se vayan reduciendo los gastos fijos y que al final ganemos dinero, porque al final, si el comercio abre y cierra y tiene lo mismo, al final estamos desapareciendo poco a poco.

Y creo que las principales medidas que yo planteo aquí en esta Asamblea son esas: el reducir costes o bonificarlos de alguna manera, el mirar algún planteamiento para que ese relevo generacional se pueda llegar a hacer y sea algo que la gente lo vea atractivo, y, sobre todo, yo planteo también alguna ayuda al alquiler, planteo también alguna ayuda sobre todo para eso, para al final que llegar a fin de mes sea cómodo. Sabemos que intentamos hacer todo lo posible y que, a través de esos valores añadidos, que es la única manera de diferenciación que tenemos con Internet y con grandes superficies, esos valores añadidos que damos a través de esas campañas, a través de ese trato personal, los explotemos al máximo, porque es, creo, la única baza que nos queda para que el comercio siga vivo.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señor Soriano, por todas sus aportaciones. La verdad es que están haciendo una excelente labor allí en Yecla por el comercio.

Y, bueno, con sus palabras damos por finalizada esta primera comparecencia. Se levanta la sesión.

Buenos días, vamos a dar comienzo a la [segunda comparecencia en esta Comisión de Estudio sobre el Pequeño Comercio, y hoy nos acompaña la señora María Magdalena Martínez, que es concejala de Industria, Comercio, Hostelería, Mercados y Consumo del Ayuntamiento de Yecla.](#)

Bienvenida a esta Asamblea, y en primer lugar va a disponer de un tiempo de veinte minutos para explicar lo que están haciendo allí; seguidamente, los grupos le harán una serie de preguntas; y luego tendrá un turno final de quince minutos para responder a todas las preguntas de los grupos.

Sin más, la señora Martínez tiene la palabra.

SRA. MARTÍNEZ ROVIRA (CONSEJERA DELEGADA DE INDUSTRIA, COMERCIO, HOSTELERÍA, MERCADOS Y CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE YECLA):

Muchas gracias, buenos días, presidente.

Buenos días, señorías, diputados.

Es un honor para mí haber sido invitada a participar en la Comisión Especial de Estudio sobre el Pequeño Comercio. Agradezco la deferencia que se ha tenido con la Asociación de Comerciantes de Yecla, Asocomy, con la Concejalía de Comercio del Ayuntamiento de Yecla, de la cual asumo las competencias, y, por ende, con todo el comercio de proximidad de Yecla.

Y digo que es de agradecer porque en la actualidad hablar del pequeño comercio es hablar de un asunto muy importante, que merece toda nuestra atención, ya que este sector sabemos que no pasa por su mejor momento.

Desde mi entrada en el Gobierno municipal de Yecla hace un año, mi máximo propósito ha sido ponerme en el lugar de aquellos que nos dieron su confianza con su voto y, por supuesto, de todos aquellos a quienes hoy como concejal de comercio represento en esta comisión de estudio de la Asamblea.

El poeta, escritor, dramaturgo y político inglés lord Lytton decía que el comercio es la salud tranquila de las naciones, y estoy completamente de acuerdo. Estamos definitivamente faltos de salud, puesto que nuestro pequeño comercio está casi en la UCI. Siempre he defendido que el pequeño comercio o comercio de proximidad es un pilar fundamental para la economía nacional, regional y local. Evidentemente, para Yecla lo es, más si cabe cuando nuestro emplazamiento geográfico nos sitúa en un lugar que a priori nos beneficia en cuanto a tener influencias de usos y costumbres de otras comunidades como Castilla-La Mancha o la Comunidad Valenciana, por ser frontera natural de ellas al norte de nuestra región murciana, y, por otra parte, nos perjudica —o no nos beneficia tanto—, puesto que estamos alejados de la capital regional y de las demás capitales de las comunidades mencionadas.

En Yecla tenemos la necesidad de cuidar nuestro comercio, debido a que, si no lo hacemos, estaremos abocados a viajar a las ciudades del entorno o a las capitales de provincia cercanas para hacer nuestras compras, o bien tirar de la ya usual práctica de la compra *online*. Ambas formas de consumo ya están causando un gran perjuicio en el sector comercial de nuestro municipio, y eso que, para ser completamente sincera, he de decir que paradójicamente una de las razones de la supervivencia del comercio en Yecla es que somos punto de referencia para los pequeños municipios limítrofes que hay a nuestro alrededor, es decir, en Yecla seguimos manteniendo un número de comercios aceptable: unos 350 establecimientos permanecen abiertos, no sin dificultades comunes al comercio de proximidad de cualquier ciudad española.

En este punto, es primordial reseñar la importancia que tiene transmitir a nuestros conciudadanos que el comercio de proximidad es crucial para mantener la vitalidad en los centros urbanos, en nuestras calles, y que, además, los comerciantes con sus negocios sustentan a las familias de nuestros vecinos, de nuestros amigos... En definitiva, que detrás de cada negocio hay personas que nos van a ofrecer un servicio cercano, impecable, de calidad, profesional, ofreciéndonos productos de cercanía, y que, además, estos expertos comerciantes, vecinos nuestros, luchan por mantener sus comercios, contribuyendo así a generar una riqueza que nos repercute a todos los demás habitantes del municipio, y, por si fuera poco, generan empleo.

Para ello, es importantísimo contar con una Oficina Municipal de Información al Consumidor, la OMIC, donde los consumidores pueden consultar dudas, elevar sus quejas, y desde donde se pueden lanzar campañas de información y formación concretas sobre el sector comercial en Yecla. En Yecla la tenemos, y se está realizando una labor encomiable en este sentido.

Por todo ello, tuve claro desde el minuto uno que era necesario y urgente para comenzar mi labor conocer de tú a tú a los comerciantes de Yecla y escucharles. La colaboración estrecha entre la Concejalía de Comercio y las asociaciones de comerciantes del sector es imprescindible. Son ellos quienes mejor conocen sus necesidades, sus prioridades, y quienes pueden aportar ideas clave para desarrollar campañas efectivas. Una concejalía de comercio compenetrada con estos actores puede identificar mejor las demandas del sector y diseñar estrategias que realmente impulsen su

dinamización.

He de decir que en este aspecto yo he tenido mucha suerte, puesto que la Asociación de Comerciantes de Yecla, como todos ustedes saben, es una asociación veterana, que, además, continuamente trabaja con ahínco y que se ha sabido reinventarse según sus necesidades a lo largo de los años para impulsar y mantener nuestro comercio de proximidad en el lugar que merece. Aprovecho la ocasión para agradecer a Asocomy, a sus asociados, a la junta directiva en la persona de su presidente, Adrián Soriano, todo su esfuerzo, todo su trabajo, sus ideas y, por supuesto, el apoyo que he recibido de ellos. El trabajo con ellos les aseguro que es enriquecedor y muy gratificante.

Asocomy, además, promueve numerosas campañas de éxito que financia con los ingresos de los más de 160 comerciantes adheridos, campañas en las que en su mayor parte colabora el ayuntamiento, bien sea a través del convenio establecido entre ambas partes, convenio que les aporta 8.000 euros anuales, o bien por la dotación presupuestaria que cada año se asigna en las partidas de comercio.

En este punto hago un inciso para informarles de que a mi entrada en el gobierno la partida presupuestaria para el comercio ascendía a 9.000 euros; que se incrementó hasta alcanzar los 29.000 tras la negociación del pacto de gobierno; y en los presupuestos aprobados para la anualidad de 2025 la dotación económica para comercio asciende a 55.000 euros. Aquí debo de sumar la subvención de la Dirección General de Comercio, que todos los años nos llega y que en 2024 ascendió a 41.000 euros.

Si bien es cierto que este aumento presupuestario nos va a permitir permitir dinamizar, promocionar y crear campañas que ayuden a los comercios a vender y a los consumidores a consumir, también es lamentablemente cierto que las ayudas o subvenciones de este tipo, que con tanto esfuerzo aplicamos desde nuestras concejalías, no son la solución idónea para que el pequeño comercio se impulse y se consolide más; más bien son pan para hoy y hambre para mañana. Digo esto porque en nuestro municipio, particularmente en una de las calles más céntricas (que, además, linda con el casco antiguo), la calle del Niño Jesús, el cierre de comercios está resultando particularmente frecuente, y, además, ya hemos comprometido 48.000 euros del presupuesto —adicionales a los que ya les he detallado anteriormente— para actuar en esta zona, y hay otros factores que concurren para que esto suceda en los centros de las ciudades, en los cascos históricos, y son comunes en la casuística general a nivel nacional y regional.

El relevo generacional. Hoy en día no es atractivo para la gente joven seguir con la herencia familiar de un negocio cuando están siendo testigos del esfuerzo constante y las trabas que sus familias sufren para abrir la persiana de sus comercios cada día; el auge del comercio *online* a través de grandes plataformas extranjeras que ejercen una competencia desleal en comercio de proximidad y que, tras la pandemia, originó un cambio de hábitos en los consumidores a la hora de efectuar sus compras.

En relación con este asunto, leía yo en *GNDiario* el pasado 13 de febrero que en los últimos años el comercio digital ha experimentado un crecimiento explosivo, lo que ha llevado a un incremento significativo en la cantidad de envíos de bajo valor que ingresan en la Unión Europea sin pagar aranceles. En 2024 se registraron aproximadamente 4.600 millones de envíos diarios, lo que equivale a 12 millones de paquetes que ingresan sin impuestos. Esta situación ha generado preocupación en las autoridades comunitarias, ya que muchos de estos productos pueden ser falsificados o incluso presentar un riesgo para la salud y la seguridad de los consumidores europeos.

Para hacer frente a esta situación, la Comisión Europea por fin propone reforzar la vigilancia aduanera a través del incremento de recursos para el control de mercancías, el intercambio de datos y la evaluación de riesgo. Además, se está considerando la aplicación de una tasa de tramitación no discriminatoria para las ventas directas a consumidores europeos. Esta tasa sería asumida por los minoristas o las plataformas de venta, y serviría para costear el aumento en la supervisión.

El comisario de Comercio y Seguridad Económica ha destacado la importancia de dotar a las autoridades aduaneras con herramientas suficientes, como los aranceles, para evitar la entrada de productos ilegales al mercado europeo y garantizar condiciones justas de competencia entre los

operadores europeos y los de terceros países.

La postura de la Unión Europea en materia arancelaria coincide, ¡miren ustedes qué casualidad!, con una decisión similar tomada por Estados Unidos tras su reciente cambio de gobierno. ¡Más vale tarde que nunca!, diría yo al respecto si en verdad se toman estas medidas, puesto que a buen seguro repercutirán de manera favorable en nuestro pequeño comercio.

Aparte de esta forma de consumo *online*, el comercio de proximidad también se enfrenta al supino coste de mantenimiento de su negocio. Un pequeño comercio autónomo ve cómo su factura energética crece, cómo suben sus impuestos, la materia prima, el coste de la mercancía en definitiva. En el año 2024 un 63% de los productos que componen la cesta de la compra han subido de precio, especialmente sangrante la subida del aceite de oliva virgen extra, siendo el alimento de primera necesidad que más ha subido con diferencia, un 76% según el informe de la OCU. En los últimos tres años, los alimentos de la cesta de la compra han experimentado subidas de precio como consecuencia de los altos niveles de inflación. Así, el incremento acumulado en estos tres años se sitúa en un 35,5%.

En cuanto a los precios de las prendas de vestir en España, se podría experimentar un alza de hasta un 5% en los próximos seis meses: el comportamiento de precios de las materias primas, el aumento de los costes de transporte y el encarecimiento asociado a las nuevas exigencias medioambientales que se imponen a las empresas contribuyen a ello, según el estudio del grupo empresarial Arte.

La subida del salario mínimo interprofesional, según la Confederación Española del Comercio, CEC, sería especialmente gravosa para el comercio minorista, constituido en su inmensa mayoría por empresas con un solo establecimiento, para las que el SMI se ha incrementado desde 2018 el triple que las ventas registradas, generando una gran desproporción entre el SMI y la evolución de la facturación. A este punto tenemos que añadir la incertidumbre de ver cómo repercutiría la reducción de la jornada laboral en el sector en el caso de que el anteproyecto de ley salga adelante.

La burocracia excesiva a la hora de abrir cualquier negocio, que supone un sobrecoste para los comerciantes y autónomos debido a las imposiciones globalistas que, bajo las banderas medioambientalistas y el radicalismo climático, diseñan urbes donde se limita en exceso el acceso de vehículos a los centros o cascos históricos, que es donde precisamente se ubica la mayoría de los pequeños comercios, lo que provoca un gran número de inconvenientes a la hora de carga y descarga y accesibilidad de los consumidores, que buscan la comodidad a la hora de hacer sus compras.

Yo creo que con estas políticas se está consiguiendo el efecto contrario. Razonemos, resulta que los pequeños comercios desaparecen de las ciudades. ¿Qué hacemos? Pues masivos desplazamientos a las grandes ciudades para acudir a los macrocentros comerciales, que van en aumento, y, por lo tanto, dichos desplazamientos contaminan el medio ambiente mucho más que la circulación esporádica por las calles de pequeños y medianos municipios.

Incluso los comerciantes padecen las imposiciones normativas para adaptar comercios a las leyes de género, unas leyes que absorben de las arcas del Estado 20.000 millones de euros, y están resultando un rotundo fracaso a mi entender.

Para hacer frente a nuevos retos y que el pequeño comercio resurja, es fundamental una estrategia integral basada en varios pilares clave: exigir a los políticos que legislen con sentido común, reitero. Nuestros comerciantes necesitan leyes amistosas y no enemigas. ¿Saben cómo se apoya al pequeño comercio? Dejándole trabajar; aportando medidas directas para compensar todas las bondades que tienen las plataformas extranjeras de venta *online* y los productos que vienen en paquetes desde China, por ejemplo, imponiendo aranceles y control de calidad estricto, tal y como ya les he mencionado en la intervención; con bajada de impuestos; con incentivos fiscales, suspendiendo las cuotas de autónomos a aquellos cuyos ingresos netos no lleguen al SMI; también con bonificación en la cuota de autónomos cuando los comerciantes están de baja; además, la simplificación de los trámites administrativos facilitaría el crecimiento de la actividad comercial y permitiría que los pequeños negocios prosperasen sin tantas trabas burocráticas, que suponen un gran coste adicional. Es decir, hoy por hoy todo lo contrario de lo que en estos momentos estamos viviendo en el sector comercial.

A nivel regional yo pienso que deben marcarse distancias de las políticas centrales, que ya las he

enumerado, y en la medida de sus posibilidades deberían de hacerlo, puesto que son medidas que van en perjuicio no solo del sector comercial, sino también de otros muchos sectores que ahora mismo no nos atañen pero que también necesitarían una comisión de estudio como esta.

Apoyen ustedes desde el origen de la causalidad al comercio de proximidad con políticas eficientes, valientes y consecuentes. Planten cara a las políticas que literalmente se están cargando a nuestro comercio de proximidad.

Poco podemos hacer desde las concejalías de los municipios si todas estas medidas que tienen carácter europeo, estatal o regional no se adoptan por los políticos coherentes que de verdad trabajan por el bien común

A nivel de mi concejalía, paso a detallarles las medidas que se están adoptando o que en breve se van a implantar.

Incentivar la colaboración entre la Concejalía de Comercio, las asociaciones de comerciantes y los propios profesionales del sector es esencial para entender sus necesidades y desarrollar las campañas eficaces de dinamización. La creación de eventos, ferias y nuevas promociones puede jugar, además, un papel fundamental en la revitalización del comercio local.

Propiciar la atracción de nuevos clientes a los comercios minoristas. Evidentemente, dotar en el presupuesto municipal las partidas correspondientes para poder llevar a cabo todas estas campañas promocionales, como ya he comentado antes. En Yecla hemos llevado dieciocho campañas de dinamización, muchas de ellas en colaboración con Asocomy y otras asociaciones, por ejemplo la de peluqueras. Destaco dos de ellas que pueden seguir en YouTube o en Instagram: «Expertos y vecinos» y «Yecla con Sentido». Ambas campañas han sido un rotundo éxito, puesto que han nacido fruto de las ideas de los propios comerciantes, ideas que desde la concejalía hemos sabido escuchar y hemos querido apoyar por los mensajes y las dinámicas que emplean.

También, además de estas ayudas, es muy importante crear sinergias entre distintas concejalías, como la Concejalía de Turismo y la Concejalía de Desarrollo Económico, con el objetivo de aumentar la efectividad de las medidas de dinamización del sector comercial. La colaboración entre diferentes áreas permite generar estrategias más integradas que no solo favorezcan al comercio, sino también a otras actividades económicas relacionadas, creando un entorno más dinámico y sostenible para todos. Esta sinergia, además, suele atraer la atención de visitantes de localidades cercanas, lo que contribuye a aumentar la afluencia a nuestra ciudad y potenciar la actividad comercial local.

En tercer lugar, bonificaciones fiscales municipales a propietarios que alquilen sus inmuebles para el sector del comercio, especialmente aquellos inmuebles situados en zonas sensibles que están sufriendo mayor cierre de comercios, y la creación de *parkings* públicos que faciliten la accesibilidad a esos comercios.

Asesorar y facilitar trámites administrativos a nuevos emprendedores.

Consideramos que la formación en transformación digital de los comercios es otro punto importantísimo para el comercio minorista. Necesitamos comercios actualizados y adaptados a las nuevas tecnologías que permitan ser competitivos. En Yecla ya llevamos dos ediciones del programa «Generación digital para autónomos y pymes» impartida por ENAE, además de la formación que la Cámara de Comercio imparte a los comerciantes, formaciones de carácter gratuito. En este punto relevante, decir que, tras la formación, la implantación de la tecnología digital en los comercios es fundamental, y para ellos las ayudas del INFO Kit Digital y Kit Consulting están resultando imprescindibles.

También tenemos un apoyo de creación de un directorio municipal en el que aparezcan todos los comercios de la localidad, creación de una web a través de la concejalía con enlace a una app en la que se da información actualizada de todos los comercios, de sus ofertas, de sus promociones, incluyendo marketing continuo de publicidad con presencia de redes sociales y medios de comunicación (precisamente esta tarde tenemos la reunión para informar de esto a todos los comerciantes de Yecla).

Y creía yo que veinte minutos era mucho tiempo de exposición y resulta que casi se me queda corto, y es que mucho hay que hablar sobre el pequeño comercio.

Concluyo ya, resumiendo, convencida de que solo con un enfoque coordinado entre todas las

Administraciones de gobierno (central, autonómica y municipal) comprometidas con un cambio de políticas que sean sensatas, realistas, no interesadas ni adscritas a intereses globalistas que enriquecen a otros países y castigan al nuestro con imposiciones absolutamente desproporcionadas, injustas y, en algunos casos, ridículas; con una estrecha colaboración entre asociaciones de comerciantes y profesionales del sector —que, al fin y al cabo, son quienes mejor conocen sus necesidades, sus prioridades—; y, por último, con unos consumidores que estén concienciados, podremos garantizar un futuro próspero para que el pequeño comercio juegue el papel fundamental en la economía y en la vida social de todas nuestras ciudades.

Muchísimas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señora Martínez, por ajustarse al tiempo estipulado, y ahora pasamos al turno general de intervenciones.

Por parte del Grupo Parlamentario Socialista, la señora Lopo dispone de diez minutos. Adelante.

SRA. LOPO MORALES:

Gracias, presidente.

Señora Martínez, en primer lugar quiero agradecerle que haya comparecido ante esta Cámara, y sus aportaciones.

Como bien sabe o debe saber, esta comisión tiene por objeto identificar las causas de los cierres masivos de pequeños comercios que se están produciendo en nuestra región, con la intención de identificar medidas orientadas a revertir esa situación, es decir, nosotros trabajamos en un ámbito regional, no únicamente local. Es indudable que el pequeño comercio de Yecla y el pequeño comercio de Murcia tienen problemas comunes y diferencias en función de la demografía, del espacio comercial y de las actividades que se realizan, y también es indudable que el pequeño comercio tiene que luchar para mantenerse y competir frente a los cambios que se producen en el ámbito de compra, en las nuevas fórmulas comerciales, y que hay que reinventarse cada día y ser diferentes. La única forma de poder competir es ofrecer algo distinto.

Potenciar el comercio de proximidad frente a las grandes plataformas de venta por Internet pasa por la dinamización de las áreas comerciales de los municipios (en eso estamos de acuerdo, señora Martínez), la digitalización, la profesionalización, la diversificación, el desarrollo de la economía circular y la sostenibilidad. Esto no es nada nuevo, y el diagnóstico está claro porque ningún comerciante del pueblo más pequeño de esta región puede ir en contra de las normas que vienen establecidas, las leyes que vienen establecidas a nivel regional, nacional o europeo, que es la política europea la que también nos manda consignas, porque no solamente Europa está para subvencionar por ejemplo el Mercado Central de Yecla con fondos Next Generation si luego no queremos cumplir las normas europeas, y eso lo sabe usted, señora Martínez.

Usted es concejala de comercio del equipo de Gobierno del Ayuntamiento de Yecla desde el 4 de marzo de 2024, es decir, no hace todavía un año que es la responsable de esta área, cuando el 12 de febrero Partido Popular y Vox suscribieron el pacto de gobierno, que es por el que se le otorga a usted esta responsabilidad.

Por tanto, yo no voy a preguntarle sobre datos de antes de este año, porque tampoco tiene por qué tenerlos porque su responsabilidad es reciente, pero sí que le pregunto de este último año: ¿Cuántos pequeños comercios han cerrado en 2024 en Yecla? ¿Cuántos nuevos pequeños comercios se han abierto en Yecla? ¿Qué plan tiene el Ayuntamiento de Yecla para potenciar el comercio de proximidad? ¿Qué medidas piensa adoptar su concejalía para compatibilizar el comercio del centro de Yecla con la movilidad?

Usted ha dicho que su presupuesto para este año es de 55.000 euros. De ese presupuesto, me gustaría que me aclarara cuánto va a destinar a la actividad de promoción del comercio, cuánto hay para instituciones sin ánimo de lucro y cuánto hay para promoción de mercados, porque los

mercados también son su responsabilidad, y en este momento en nuestra localidad y en muchos pueblos de esta región se está tratando de potenciar los mercados, porque es una opción de comercio barata y que, además, es un núcleo social en los pueblos que hay que mantener y que, además, hay que potenciar.

Mire, señora Martínez, usted dice que al pequeño comercio hay que quitarle burocracia para facilitar la apertura de nuevos comercios... Yo estoy totalmente de acuerdo con eso, y sí que le recuerdo que las licencias de apertura de los comercios en Yecla y en todos los pueblos dependen del negociado de actividad que depende de su concejalía, como de todos los concejales de comercio de los pueblos y de las alcaldías, y quería saber qué medidas ha adoptado su concejalía para agilizar la apertura de nuevos comercios. Lo digo porque, como soy de Yecla, conozco las calles que nombra y conozco la situación, les pasaría igual a cualquiera de mis compañeros diputados y diputadas si estuvieran hablando de sus pueblos, sabrían exactamente cuál es la situación real, entonces por eso le hablo desde la tranquilidad de que las dos conocemos el terreno del que estamos hablando.

Cualquier persona que se pase por el centro de Yecla (turista, ciudadano de Yecla o visitante) puede ver que las calles principales, las calles del centro de Yecla (la calle del Niño, la calle Hospital, la calle Esteban Díaz), que son las calles eminentemente comerciales, están llenas de locales comerciales, de tiendas o negocios que han cerrado, y con el cartel de que se alquila, por eso me ha sorprendido su propuesta de bonificar a los propietarios que alquilen locales a comerciantes, porque lo que más hay en Yecla son locales vacíos. Y frente a esto, frente al desmantelamiento de los locales de negocios en el centro, señora Martínez, tenemos un Burguer King, un McDonald's, un Lidl, un Día, todo en un radio de operaciones de menos de 1 kilómetro de distancia.

La gente, cuando va a hacer la compra, necesita aparcar. Yecla carece de aparcamientos públicos y en las calles del centro todo son vados, algunos todavía hasta permanentes, que dificultan el aparcamiento, por eso le preguntaba cómo compatibilizar el comercio con la movilidad.

Y, mire, ya, porque no sé cómo voy de tiempo y no quiero pasarme de tiempo, presidente,...

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Lleva seis minutos.

SRA. LOPO MORALES:

Vale, muchas gracias.

Creo que fundamentalmente esta comisión lo que trata es de buscar soluciones, no es para reprochar a nadie que actúe mejor o actúe peor. Sinceramente, creo que en Yecla se están haciendo muchas cosas, efectivamente se han hecho muchas campañas, como usted ha dicho. No he podido estar en la comparecencia anterior del presidente de Asocomy... Asocomy es una asociación de comerciantes que existe en Yecla desde 1993, es la única que tenemos en esta área, pero sí que es verdad que todas las campañas que ha hecho el ayuntamiento, todas, son colaboraciones con Asocomy, lo digo porque tengo aquí las que se han realizado, «Expertos y vecinos», «Noche mágica», «Te mereces un regalazo», la Feria Outlet, el concurso de escaparates de San Isidro, el sorteo de Navidad, «Asocomy Express» y «Yecla con Sentido», que ya era una actividad prevista antes de que usted entrara de concejal...

SRA. MARTÍNEZ ROVIRA (CONSEJERA DELEGADA DE INDUSTRIA, COMERCIO, HOSTELERÍA, MERCADOS Y CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE YECLA):

No, no...

SRA. LOPO MORALES:

Espere, no me tiene que contestar ahora.

A mí lo que me dicen es que Ana Domínguez ya tenía prevista esa actividad, que el ayuntamiento no estaba muy por la labor, y que sí que es verdad que cuando usted llegó de concejala (si es que no me has dejado terminar, María) la propulsó, cosa que me parece muy bien, pero lo cierto es que si no tenemos el diagnóstico, señora Martínez, es muy complicado buscar soluciones. Y el diagnóstico pasa por tener un censo, un censo de comercios de Yecla, y el ayuntamiento yo quisiera saber si tiene ese censo, porque el censo de los comercios de Yecla no es el censo de las licencias de actividad que se solicitan, porque resulta que aquí se están solicitando, en mi pueblo y en los pueblos de todos, licencias de actividad que son el traspaso de negocio, que no es que se abran nuevos negocios, es que cambia el titular. Entonces hay que tener el censo, no sé si lo tienen, también hay que tenerlo a nivel regional. Hay que, efectivamente, coordinarse con los comerciantes para ver sus necesidades.

Y luego ha hablado del salario mínimo interprofesional que dificulta la apertura de nuevos comercios y la fiscalidad. Yo le pregunto qué horario tienen las trabajadoras y los trabajadores de los comercios en Yecla (imagino que será el mismo que en toda la región, es decir, se trabaja hasta los sábados por la mañana); el salario mínimo interprofesional ha subido 50 euros. Desde que se ha subido el salario mínimo interprofesional, no ahora, sino ya el año pasado y el anterior y el anterior, ¿se han cerrado más comercios en Yecla debido a esa subida de salario? Lo digo porque si realmente ese es el factor determinante, que 50 euros más de salario a un trabajador suponga el cierre de un comercio, difícil futuro tenía ese comercio si no puede asumir ese coste.

Y luego, en cuanto a la fiscalidad, dice usted que hay que bonificar y que hay que ayudar al pequeño comercio, al emprendimiento, a las nuevas aperturas, y, efectivamente, los titulares de los comercios son autónomos. Quisiera saber qué tasa o impuesto local pretende o propone bonificar su concejalía para los nuevos comerciantes o para los nuevos autónomos que pretendan abrir un comercio en Yecla.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señora Lopo.

Pasamos al Grupo Parlamentario Vox.

La señora Martínez dispone de diez minutos.

SRA. MARTÍNEZ GARCÍA:

Muchas gracias, presidente, y muchas gracias, señora Martínez, por haberse acercado a la Asamblea Regional hoy y habernos dado esta explicación tan detallada de todos los problemas con los que se encuentran los pequeños comerciantes, y las soluciones que se han aportado desde su concejalía o soluciones que se pretende aportar o que le gustaría que se aportaran si hubiera cambios a nivel regional y a nivel nacional.

Esta comisión, la comisión del pequeño comercio, comenzó a proposición de nuestro partido político, del Grupo Parlamentario Vox, porque vimos en la Región de Murcia que el pequeño comercio estaba sufriendo cierres de 19 comercios al mes y diarios de 4 o 5 comercios (creo que eran). Entonces, propusimos, escuchando a las distintas asociaciones de comerciantes, escuchamos sus problemáticas y decidimos pedir esta comisión —que, afortunadamente, todos los grupos parlamentarios accedieron a ella— porque es muy específica la problemática a la que se enfrenta el pequeño comercio. Es cierto que la problemática no es especial de esta región, es general en toda España, pero sí que queremos saber si desde la región podemos realizar alguna tarea que pueda realmente dejar que el pequeño comercio sobreviva, que deje de cerrar, y no solamente que dejen de cerrar sino que comience a crecer y se puedan crear más comercios.

Es usted la tercera compareciente que tenemos en esta comisión, y sí que vemos ciertos parámetros que se repiten.

Nos han comentado anteriormente la problemática que sufre el pequeño comercio con la competencia del negocio online, que, obviamente, esa competencia viene por los altos costes que

sufren los pequeños comerciantes comparados con los costes que tiene un comercio online. Entonces, es cierto..., no solo ustedes, sino otros comparecientes también se han enfocado en cómo se podrían reducir esos costes. El Grupo Parlamentario Socialista, PSOE, ha propuesto también qué se puede hacer por parte de las concejalías y también de la región para reducir esos costes: esas bajadas de impuestos que se pueden hacer, esa bonificación de las cuotas de autónomos... Usted ha comentado reducción de los precios de los alquileres, quizá bonificando o reduciendo los impuestos que pagan aquellos que alquilan sus locales... Cómo poder reducir los costes al mínimo para esos comerciantes, que, al fin y al cabo, son los que están creando o generando trabajo, aquellos comerciantes que contratan a personas en sus establecimientos para servir al público y son realmente los que generan riqueza para nuestro país porque generan economía.

Entonces, me ha gustado mucho escuchar su intervención porque ha hecho un enfoque donde ha ido por todas las problemáticas que realmente tiene el pequeño comercio, es decir, no se ha centrado simplemente en «hay que ayudar al pequeño comercio» y dejarlo en un plano más vago, sino que ha entrado y ha profundizado realmente en los problemas que tiene.

Relevo generacional, ha comentado usted. Dentro del relevo generacional, obviamente los jóvenes no están queriendo coger esos negocios que se están cerrando, un negocio que ya tiene, entre comillas, el papeleo hecho, que ya tiene el local hecho, que ya tiene unos clientes históricos que han ido a ese local... ¿Por qué no están queriendo esos jóvenes hacerse emprendedores? Quizá esto liga con la mala reputación que tiene hoy en día ser emprendedor y ser empresario, no sé si esto viene por los mensajes que se mandan a nivel nacional y por ciertos partidos donde el empresario es el malo y el empresario es el opresor, no sé si vienen por ahí o hay otros temas que están haciendo que los jóvenes no quieran emprender y quieran a lo mejor trabajar para otras personas.

Entonces, sí que me gustaría saber si hay algo que se esté haciendo en su municipio, si desde su concejalía se ha mirado cuáles son esas razones por las que los jóvenes no quieren coger un negocio que ya está establecido, y qué es lo que se podría hacer desde esa concejalía para animar a personas que están entrando en el mercado laboral. Sabemos que tenemos el mayor paro juvenil de toda Europa, entonces qué se puede hacer para impulsar a esos jóvenes que ahora mismo están prados, están entrando en el mercado laboral, para que cojan un negocio que va a dar vida al pueblo, que va a hacer que el municipio tenga gente en las calles, como decía Adrián, de Asocomy, que decía que el comercio es el que trae la vida al municipio: ver a las personas paseando por la calle, que esos comercios estén iluminados genera una cierta seguridad por las noches porque no pasas por calles vacías... Entonces, con esa labor tan importante que hace el pequeño comercio, cómo se podría incentivar a los jóvenes para que cojan ya comercios establecidos y los reactiven, obviamente, porque ese comercio quizá tiene una manera de trabajar más antigua pero esos jóvenes vienen ya con las nuevas tecnologías, no necesitan adaptarse a la digitalización porque entienden la digitalización y las páginas web y entienden cómo moverse en un mundo digital, por lo tanto transformar ese negocio para ellos es más sencillo porque entienden la tecnología... Entonces, sí me gustaría saber qué es lo que se va a hacer desde la concejalía, si es que se ha pensado hacer algo.

Otra de las áreas que ha comentado es la tremenda carga normativa, burocrática, que sufre el pequeño comercio y cómo se podría reducir esa tremenda carga normativa, muchas veces ideológica, que no aporta valor, simplemente pone problemas en todas aquellas personas que quieren emprender, ya sea porque tienen un negocio ya abierto y les ha subido la normativa exponencialmente, además de los costes, o sea, ellos, cuando empezaron y abrieron su negocio, no tenían el peso regulatorio que tienen ahora, no tenían la cantidad de burocracia que tienen ahora ni tenían las cargas fiscales que tienen ahora y los costes de salarios a sus trabajadores que tienen ahora. Entonces, sí que me gustaría saber en este punto también, ligado con lo que ha comentado la compañera del Grupo Socialista, en qué áreas se puede reducir para que esos costes a los pequeños comerciantes se reduzcan.

Ha hablado usted de los aranceles y de los controles de calidad, y es cierto que, ligado al negocio online, al comercio online, están todos estos países que es cierto que hacen una competencia desleal hacia el nuestro porque el producto que se ha generado en esos países no cumple la normativa que se pide en Europa, los salarios que se pagan en esos países para generar ese producto no son los salarios que se pagan en Europa, y, obviamente, la competencia es totalmente desleal. Y me alegra saber que

se van a poner en Europa ciertos aranceles a ese comercio *online* y a esos productos que vienen de fuera, para que no generen esa competencia desleal hacia el comercio que tenemos dentro.

Me ha gustado conocer, y creo que esto es una buena práctica... Al final de esta comisión tendremos que hacer un reporte con todas las aportaciones que nos han hecho todos los comparecientes, y en ese reporte haremos un resumen de todas las áreas que creemos que se puedan llevar a cabo no solo en el municipio sino en todos los de la región, y me ha gustado mucho cuando ha comentado que una de las mejores prácticas que han visto en su municipio es esa colaboración tan estrecha entre concejalía y asociaciones de comerciantes, y esto me parece esencial porque muchas veces los políticos ponen medidas sin saber realmente si van a funcionar porque ellos mismos a lo mejor nunca han sido comerciantes, nunca han abierto una empresa ni saben emprender, y esa colaboración estrecha con aquellos que sí son comerciantes, que sí son emprendedores, que sí tienen la experiencia de trabajo y conocen su sector, me parece muy importante esa colaboración, es decir, el ayuntamiento ayuda en aquello en lo que los expertos están diciendo que hay que ayudar, en vez del ayuntamiento ir yendo por su cuenta definiendo campañas que pueden o no pueden funcionar.

Y en cuanto a las campañas, usted ha comentado que también han sido muy importantes en su municipio, y me gustaría saber si ha habido alguna campaña que especialmente haya aportado un valor específico y que realmente usted crea que podemos exportar a otros municipios de la región, siempre con esa mentalidad de escoger las mejores prácticas que nos están trayendo los comparecientes para luego poder hacer ese reporte y presentarlo a la consecución de esta comisión.

Muchas gracias por su comparecencia, y espero sus contestaciones.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señora Martínez.

Pasamos al Grupo Parlamentario Popular. La señora Sánchez Ruiz tiene la palabra.

SRA. SÁNCHEZ RUIZ:

Gracias, presidente.

Señora Martínez, buenos días.

Darle la bienvenida a esta Asamblea Regional, que es la casa de todos los murcianos, y agradecerle su participación en esta Comisión de Estudio sobre el Pequeño Comercio, que lo que hace es transmitir conocimientos, en este caso de una administración como es el Ayuntamiento de Yecla (los ayuntamientos son las administraciones más cercanas a los ciudadanos y, en este caso, también al comercio), para poder trasladar iniciativas y propuestas al resto de territorios de la Región de Murcia.

Para mí es una satisfacción tener una concejala de comercio. Aquellos que hemos tenido cargos en la Administración local y hemos tenido la responsabilidad de ostentar la Concejalía de Comercio, que quizás tenemos que hacer hueco en muchas ocasiones para que se le dé la importancia que realmente tiene ese sector para un municipio, ya que me gustaría volver a resaltar —lo he hecho en la anterior comparecencia pero también lo quiero hacer aquí en esta— que un barrio sin comercio es un barrio sin vida, un pueblo sin tiendas es un pueblo sin vida, y desde las Administraciones locales estoy convencida y no me cabe la menor duda de que se puede hacer mucho para concienciar a nuestros vecinos de que debemos comprar en nuestro municipio.

Y ahí, coincidiendo un poco con la primera compareciente, que fue la presidenta de THADERCONSUMO, que nos decía que teníamos una asignatura pendiente, porque es cierto que el pequeño comerciante ha ido evolucionando para poder hacerse un hueco en ese mundo globalizado, donde las grandes superficies y el comercio electrónico están pisando fuerte y donde los hábitos de consumo desde la pandemia han cambiado, con lo cual ha cambiado también el escenario totalmente de compra a nivel general en España y también, por supuesto, en nuestra región; y es fundamental esa concienciación de pertenencia del pequeño comercio, de la pequeña tienda, en nuestro municipio y de las ventajas que aporta el que se pueda seguir teniendo a la vuelta de la esquina la tienda de toda la vida, esa cercanía. Porque no olvidemos que sí que es cierto que hemos atravesado ya una

revolución digital, pero todavía hay mucha brecha digital por atender: tenemos unas personas mayores, aquellas personas más vulnerables, que todavía tienen a su tendero o a esa persona de confianza para atenderles no solo en el día a día en el sector de la alimentación, sino también en los diversos productos que ofrecen y también sus servicios.

Y aquí sí que me gustaría resaltar algunos hábitos en los que quizás se puede trabajar no solo desde la Administración local, sino también regional, y saber su opinión, ya que comprar y apoyar al pequeño comercio necesita de unos hábitos que nos deban hacer tomar conciencia y pensar bien dónde comprar, por la repercusión y el beneficio que repercute. Buscar, hoy en día que tenemos las redes sociales y navegamos todos, y ayudar al pequeño comercio a través de las redes sociales y del comercio de nuestra ciudad, compartiendo sus experiencias, compartiendo con nuestros amigos y nuestros perfiles esas experiencias de las asociaciones de comerciantes, interactuar con ellos, y dejar una reseña positiva. Es muy importante hoy en día el dejar una reseña positiva, porque parece que solo se marca negro sobre blanco aquellas experiencias negativas cuando en más de un 90% la experiencia en la compra del pequeño comercio es buena, y eso también se debe de resaltar. Y debemos de trabajar para que esas reseñas positivas también estén en nuestros pequeños comercios, además de incentivar a nuestros vecinos a aprovechar los descuentos y las promociones, y los eventos y el disfrute, y esa experiencia de comprar en nuestro comercio.

Y, coincidiendo también en que debe de haber (como no puede ser de otra forma y siempre la ha habido) y se debe de seguir reforzando una colaboración entre los tres pilares fundamentales, que son el propio comercio, las asociaciones de comerciantes y la Administración. El comercio de puertas para adentro hace su trabajo, el comerciante ha ido trabajando para adaptarse, para ofrecer un producto de calidad, un mejor servicio y adaptado a la era tecnológica que le viene en su mayor o menor medida; las asociaciones de comerciantes están para trasladar y promocionar todo ese tejido comercial junto con las administraciones; y la Administración para recoger todo ese trabajo.

Y también quiero incidir en otro tema y conocer su opinión. Hoy en día valoramos cada vez más la experiencia turística, la experiencia cultural, la experiencia gastronómica. ¿Debemos trabajar para que se valore también esa experiencia de ocio, ya que la red de comercio de un municipio es parte de su interés turístico, cultural y social? ¿Debemos de incidir en el ocio y el entretenimiento con las compras, creando esas experiencias positivas y nuevas para el cliente?

Presidente, ¿cuánto me queda? No quiero...

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Aproximadamente tres minutos.

SRA. SÁNCHEZ RUIZ:

Bien, y ya, por finalizar también y por centrar un poquito más, dentro de esa promoción y de esa dinamización que se suele hacer desde los ayuntamientos, que reciben..., ha dicho usted que este año ha recibido 41.000 euros por parte de la Consejería de Empresa para aumentar el presupuesto del comercio y hacer actuaciones que beneficien al comercio, en total ha sido 1,5 millones de euros lo que ha puesto a disposición la Consejería de Empresa para todas las Administraciones locales, ¿cree que ese tipo de actuación, de subvenciones que van dirigidas a actuaciones, fija el comercio local?

Luego, en esa sinergia de colaboración hace unos días la Consejería de Empresa dio a conocer la hoja de ruta del Plan director de Impulso al Comercio Minorista 2025-2030, y lo presentó a las diferentes asociaciones y federaciones de comerciantes, en el que van a participar, además, en su elaboración los ayuntamientos. ¿Considera usted necesaria la coordinación, la participación y la colaboración de todas las administraciones y del sector para garantizar el éxito de las actuaciones dirigidas al pequeño comercio, como pretende la consejería?

Y luego la última cuestión, hemos hablado de la simplificación administrativa, pero hemos hablado de la burocracia y de la necesidad de una simplificación administrativa, y, al hilo de la Ley de Simplificación Administrativa le pregunto si el Ayuntamiento de Yecla tiene habilitada la

declaración responsable que hace que, con la comunicación previa, se pueda abrir un negocio en 24 horas, lo que facilita muchísimo esa parte.

Y ya, por mi parte, agradecerle de nuevo sus aportaciones en esta comisión de estudio, y darle la bienvenida nuevamente.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señoría Sánchez Ruiz.

Bueno, son muchas las preguntas que tiene la señora Martínez para que en quince minutos intente contestar la mayor parte de ellas si es posible.

Tiene la palabra.

SRA. MARTÍNEZ ROVIRA (CONSEJERA DELEGADA DE INDUSTRIA, COMERCIO, HOSTELERÍA, MERCADOS Y CONSUMO DEL AYUNTAMIENTO DE YECLA):

Muchas gracias a todos los grupos políticos.

Voy a intentar contestar en su mayoría a las que pueda, pero es cierto que tengo un tiempo bastante limitado para poderlo hacer.

Mire, señora Lopo, voy a empezar por su última pregunta, y es la que ha hecho referencia al asunto del salario mínimo interprofesional. Evidentemente, está muy claro. Yo no estoy, por supuesto, a favor de que los salarios no se suban, yo estoy a favor de que el salario mínimo interprofesional suba, pero, con respecto a esto, lógicamente, si el salario aumenta más que la subida de la facturación de los pequeños comercios, los pequeños comercios ven reducidos los márgenes y, por tanto, la rentabilidad de sus propios establecimientos. Esto no lo he dicho yo, esto lo ha dicho precisamente se lo he dicho (lo tenía aquí apuntado), el organismo de la CEC, ¿vale?

Decirle también en cuanto a otra de sus preguntas que tengo por aquí, decirle: ¿cuántos comercios han cerrado en Yecla desde que yo soy concejal? Mire, en la calle del Niño han cerrado cuatro, y han cerrado los cuatro por relevo generacional. Es cierto que a día de hoy no tenemos un directorio fiel de los comercios que hay en Yecla, pero sí que le puedo decir que solicitado a la Dirección General de Comercio tenemos uno en el que nosotros vamos marcando según licencias de apertura y según cierre de estos establecimientos, y más o menos sabemos casi fidedignamente los comercios que hay. Sí es cierto que necesitamos saberlo con todas las garantías, y tener unos directorios del comercio actualizados en cada una de las poblaciones de la Región de Murcia, eso está claro.

Le voy a decir también que también se han abierto comercios en Yecla, y se han abierto siete comercios. Decirle que la situación que tenemos en la calle del Niño, no sé si me habrá escuchado, vamos a intentar paliarla, que para ello tenemos un presupuesto adicional al que en un principio he nombrado, y que ya hemos subido durante el tiempo que cogimos la concejalía en un tanto por ciento muy importante. Le recuerdo que de 9.000 euros a 55.000, más la partida de acondicionamiento de la calle del Niño Jesús, que son 48.000 euros más. ¿Que qué vamos a hacer en esa calle del Niño? Pues, mire, perfeccionar y aumentar las plazas de *parking* que hay ahora mismo en el ya *parking* de la calle del Hospital; además, hemos dotado los presupuestos con una partida exclusiva para hacer *parking* público en la zona centro de 400.000 euros.

Además, también le quiero comentar que... A ver, otra de sus preguntas era... Bueno, usted me ha estado diciendo que sí que es cierto que hay muchos comercios que están cerrando en la zona centro de Yecla, pero yo le quiero recordar que, por ejemplo, en la calle San José, que es una de las calles donde ahora más vida hay y más comercio hay, tenemos veinte comercios que están funcionando bastante bien.

Me nombra usted el McDonald's, el Burguer King y el Lidl que hay en los extrarradios, que son grandes centros comerciales y cadenas de comida rápida que también están funcionando, ¿pero usted sabe cuántos locales de hostelería tenemos en Yecla y que están funcionando? Pues hay muchísimos, y están las terrazas llenas todos los días. (La señora Lopo hace un comentario que resulta

ininteligible).

Bueno, comentarle también lo que ha comentado del tema de las campañas. Mire, la campaña del «Yecla con Sentido» es una campaña que, como yo ya he dicho en la exposición, es una campaña que personalmente se propuso por parte de dos comerciantes profesionales del mundo de la moda a todos los grupos políticos. Cuando yo entré en la concejalía tenía claro que si llegaba a ella la iba a ejecutar, porque me pareció una idea brillante.

Estas dos profesionales del mundo de la moda la verdad es que crearon una campaña que era ni más ni menos que sacar el comercio a la calle y, además, crear sinergias no solamente entre todos los comerciantes, sino también entre otros sectores que podían aportar la riqueza que tienen al mundo del comercio. ¿Cómo se hace esto? Muy sencillo, creando las sinergias entre los propios comercios y, además, entre asociaciones incluso de carácter benéfico. Decirles que el «Yecla con Sentido» fue un proyecto que se ejecutó en nueve días y que, además, tuvo una repercusión mediática y una repercusión en los consumidores y en los ciudadanos importantísima. Esta promoción nos propició que Yecla durante nueve días, como ya les he dicho, asistiera a ponencias de aromaterapia, de puericultura (donde se nos vendía el ajuar para bebés, ropa para niños), pudimos acudir a ponencias sobre reparación de dispositivos móviles, pudimos ver desfiles de modas de tiendas de Yecla que colaboraban con librerías cuyas modelos sacaban los libros, las maletas de otros comercios, las gafas de las ópticas... Pudimos ver desfiles de moda de todos los comercios de Yecla que se adherieron, pudimos ver desfiles de moda incluso de diseñadores muy importantes de la Región de Murcia. Y, bueno, yo creo que esta campaña en principio no estaba prevista, fuimos nosotros quienes supimos escuchar esta proposición tan estupenda que Ana y que Estefanía llevaron a cabo y que, si no es por la financiación del ayuntamiento, de la Concejalía de Comercio, no se habría podido llevar a cabo.

Entonces, campañas de este tipo, también como la de «Expertos y vecinos», que es una campaña que lo que pretende es concienciar al consumidor de que sus vecinos son las personas que están detrás de ese comercio, la historia que tiene ese comercio, por qué abrieron esa tienda en muchos casos tras generaciones se han hecho cargo y siguen ahí ofreciendo la calidad en el producto, la cercanía en el servicio, siguen peleando para tener la persiana abierta cada día... Pues son campañas que, por ejemplo, «Expertos y vecinos» se había ya desestimado y, por entablar conversaciones con Asocomy y ver que podía repercutir de una manera muy eficaz ante las impresiones de los ciudadanos, decidimos retomarla.

¿Qué más puedo contestar? Eso en cuanto a las campañas.

El tema del relevo generacional ya lo he comentado. Es que es muy difícil que alguien que está viendo cómo un familiar está luchando todos los días por abrir las puertas de su comercio quiera seguir con ese comercio. Evidentemente, desde el ayuntamiento podemos dar soluciones puntuales, no sé, en la reducción, por ejemplo, de los impuestos que atañen a la licencia de apertura, al ICIO, a, como ya he dicho, subvencionar, bonificar a aquellos propietarios de inmuebles que van a ser luego locales de alquiler... Sí, es cierto, nosotros podemos hacer muchas cosas por el pequeño comerciante, pero considero que para poder atajar la problemática del comercio, del pequeño comercio, tenemos que mirar a esferas de leyes gubernamentales y los políticos tienen que ser consecuentes y tomar medidas, para que luego, cuando nosotros dotemos nuestros presupuestos para poder hacer las campañas que puedan ayudar a los comerciantes, realmente sean eficaces. Pero, si, por un lado, la presión fiscal que tienen, si la desleal competencia que tienen por otras plataformas, si todo lo que he ido enumerando no se ataja, por mucho que nosotros en nuestros municipios aumentemos las partidas de presupuesto, sí, ya les he dicho, pan para hoy y hambre para mañana, porque estamos atajando el problema en un momento muy concreto. Esto ya he dicho que tiene que ser un fin común entre las administraciones, como muy bien ha dicho la señora Sánchez Ruiz, tiene que ser un fin de hacer los deberes desde el Gobierno de España, desde el Gobierno regional, por supuesto también desde la Unión Europea —a la que la señora Virginia Lopo ha hecho referencia—, teniendo en cuenta que estas leyes europeas sí que nos vienen con una normativa, pero con una normativa que han votado ustedes. Entonces, eso también hay que tenerlo en cuenta.

Estoy, por supuesto, de acuerdo con la importancia que tiene esta concejalía. Mi pelea en el Ayuntamiento de Yecla ha sido poner en valor esta concejalía porque, ya lo ha visto, de 9.000 euros

con que contábamos en la partida de inicio para este año tenemos ya un presupuesto de 55.000 euros. Yo considero que una concejalía de comercio y una concejalía de industria, que generan riqueza y que generan puestos de trabajo, tienen que tener una partida digna, porque, como usted dice, somos los generadores de vida en los centros urbanos y en las ciudades. Por eso mi trabajo y mi lucha en ello.

Ha nombrado el Mercado Central también la señora Lopo. Mire, para el Mercado Central, para poner en marcha el Mercado Central hay otra partida distinta a la que tengo asignada en comercio, hay 70.000 euros más, aparte de toda la partida que ya le he comentado de los 55.000 euros que tenemos en comercio, de los 48.000 euros para la calle del Niño, también tenemos una dotación específica para mercados de 70.000 euros.

Y comentarle... La subvención de la Dirección General de Comercio que usted me ha comentado, efectivamente, la recibimos todos los años. En el año 2024 resultó ser de 41.000 euros. Sí que esta subvención partió a raíz de la pandemia y que cada año se ha ido minorando y que es fundamental. Con esta subvención nosotros llevamos a cabo una promoción que se llama «Yeclanea» y que tiene bastante éxito, de hecho ya los consumidores están esperándola cada año, y que sería de agradecer que la dirección general, en vez de ir disminuyendo cada año la partida para esta subvención, la aumentara.

Y en cuanto a... A ver, ya han sido tantas preguntas que ya no sé... ¡Ah, bueno! También ha estado comentando usted el asunto de la experiencia turística, cultural y gastronómica. Lo he leído en la ponencia, que considero fundamental la sinergia que hay que crear entre la Concejalía de Comercio y por ejemplo la Concejalía de Turismo, la Concejalía de Desarrollo Local, precisamente para crear también ese atractivo de reclamo para visitantes que, por supuesto, repercutirá luego en el pequeño comercio de la localidad, y, además, también, como usted bien ha dicho, en una experiencia positiva de ocio, de cultura, a la hora también de visitar todo el centro urbano y todos los comercios de nuestra localidad.

Y por mi parte, no sé si he respondido todas las preguntas. Lo he intentado, pero por mi parte yo creo que ya concluyo diciéndoles lo que he manifestado, que, además, estoy totalmente de acuerdo con usted, un municipio sin comercio es un municipio sin vida. Y, tal y como decía el político inglés Lord Lytton, el comercio es la salud tranquila de las naciones. Tenemos que velar por la salud de nuestro pequeño comercio, porque si no, nos va a ir muy mal.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señora Martínez.

La verdad es que se ha ajustado perfectamente, con todas las preguntas que eran... Sí, le han quedado unos segundos.

Y, bueno, agradecerle que haya estado esta mañana aquí en esta comisión, explicando todo lo que hacen en Yecla y lo que se podría hacer o mejorar, y, sin nada más, levantamos la sesión.