



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 4

SESIÓN CELEBRADA
EL DÍA 12 DE MARZO DE 2025

ORDEN DEL DÍA

I. Comparecencia de don Rafael Gómez Carrasco, director general de Impulso al Comercio, Innovación Empresarial e Industrias y Oficios Artesanales para informar sobre la situación del pequeño comercio en la región (11L/SEIC-0198).

SUMARIO

Se abre la sesión a las 10 horas y 05 minutos.

I. Comparecencia de don Rafael Gómez Carrasco, director general de Impulso al Comercio, Innovación Empresarial e Industrias y Oficios Artesanales para informar sobre la situación del pequeño comercio en la región (11L/SEIC-0198).

Para sustanciar el objeto de la comparecencia interviene el señor Gómez Carrasco.....59

En el turno general intervienen:

El señor Sevilla Nicolás, el G.P. Socialista63

La señora Martínez García, del G.P. Vox.....65

La señora Carreño Arias, del G.P. Popular.....66

El señor Gómez Carrasco contesta a las cuestiones que le han sido planteadas.....67

Se levanta la sesión a las 10 horas y 55 minutos.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Buenos días, vamos a dar comienzo a esta Comisión Especial de Estudio sobre el Pequeño Comercio, y hoy nos acompaña [Rafael Gómez, que es el director general de Comercio y Artesanía](#). Bienvenido a la Asamblea Regional.

Antes de comenzar, por unanimidad de todos los grupos, y para hacer el desarrollo más ágil en esta comisión, hemos decidido que la comparecencia sea igual que con el resto de comparecientes; aunque, en este caso, el director general tendría un segundo turno, hemos decidido, para hacerlo más ágil y porque realmente es él el que tiene que responder a las preguntas, que primero habrá un turno de veinte minutos, donde él expondrá todo lo que considere oportuno; luego los grupos políticos tendrán como máximo seis minutos para las preguntas que le quieran hacer al director general, y posteriormente dispondrá de otro turno de quince minutos para responder a las diferentes preguntas que le hagan los grupos.

Y sin más dilación, le cedo la palabra a Rafael Gómez.

SR. GÓMEZ CARRASCO (DIRECTOR GENERAL DE IMPULSO AL COMERCIO, INNOVACIÓN EMPRESARIAL E INDUSTRIAS Y OFICIOS ARTESANALES):

Buenos días a todos, presidente y resto de miembros de la Mesa.

En primer lugar, quisiera agradecer la constitución de esta comisión de comercio en el seno de la Asamblea Regional y, además, espero y deseo firmemente que sea el fruto de la colaboración y de la cooperación de todos los grupos aquí presentes, buscando el desarrollo y el fortalecimiento de un sector que consideramos esencial para la economía y para el empleo en la Región de Murcia, como es el sector del comercio; y no solamente para la economía y para el empleo, sino también como un mecanismo que permite articular y cohesionar el tejido social de nuestros municipios y de nuestros pueblos.

La situación en la que se encuentra el comercio en la Región de Murcia no es distinta ni es ajena a lo que ocurre en otras comunidades autónomas, a lo que ocurre en otros puntos de nuestro territorio nacional; incluso se ve afectada por efectos y consecuencias de carácter internacional.

Permítanme que, aunque sea muy brevemente, pueda poner en contexto. Los efectos del covid, los efectos de la pandemia tuvieron tremendas consecuencias en el ámbito del comercio. Es cierto que se movilizaron una gran cantidad de recursos para mitigar esas consecuencias, pero esto provocó, como digo, en el sector del comercio una recesión que ha durado aproximadamente unos tres años, aunque ya se empiezan a ver cifras positivas en el primer trimestre del pasado año, en el primer trimestre del año 2024.

Por si esto fuera poco, poco después y una vez que se supera esta situación de crisis sanitaria, nos enfrentamos a la crisis energética, que supone un incremento considerable del costo y de los gastos a los cuales tienen que hacer frente nuestros comerciantes diariamente.

Y qué duda cabe, y además estoy seguro de que esto saldrá a lo largo del debate esta mañana, de que *e-commerce*, el comercio digital, ha tenido también importantes consecuencias porque ha supuesto una ampliación de la oferta, pero también una ampliación de la competencia.

Y no solamente esto, sino que esta evolución o revolución tecnológica en la que nos encontramos, de alguna manera ha modificado también los hábitos y los usos de los consumidores. Nos encontramos con consumidores más informados, más conectados y más exigentes. Los consumidores investigan sobre los productos que van a adquirir y tienen en cuenta los comentarios y las opiniones de otros consumidores. Por esto, es necesario que este sector realice actuaciones en materia de presencia digital, de *marketing* digital; en definitiva, es necesario que desarrolle, que adquiera este tipo de herramientas, que son necesarias para acceder al nuevo perfil de consumidores.

Permítanme que, en esa necesidad de dotarlos de estas herramientas tecnológicas, ponga encima de la mesa esa primera actuación por parte del Gobierno regional. En este sentido, quiero llamar y quiero destacar las ayudas que se han gestionado desde el Gobierno regional con respecto a los fondos tecnológicos; fondos tecnológicos que ponen de manifiesto la digitalización como un reto,

pero también como un elemento clave para la supervivencia y el crecimiento económico.

En este sentido, les voy a dar una serie de grandes cifras, y es que, a través de esa gestión que se ha producido por parte del Gobierno regional en cuanto a todo lo que tiene que ver con la tramitación, la gestión y la justificación de los expedientes, ha conseguido llegar a 117 proyectos, lo que supone movilizar más de dos millones de euros, con una ejecución superior al 75%.

Estas actuaciones han supuesto dotar a algunos de estos comercios de herramientas tan variadas y tan dispares como son plataformas de venta *online*, programas de gestión o adquisición de pantallas.

Pero permítanme, además de las grandes cifras, que descienda al detalle, que le pongamos nombre y apellidos a lo que han supuesto estas actuaciones que se han podido financiar con el Fondo Digital. Ha supuesto, entre otros, que una ferretería de Jumilla, a través de este programa de Fondo Digital, haya podido adquirir las etiquetas digitales. Esto ha contribuido, sin duda alguna, a la mejora de la productividad, a la gestión del *stock* y a un ahorro del almacenamiento, al tiempo de facilitar una información de manera más rápida y útil tanto para el consumidor como para el propio comerciante.

Ha permitido también que una pequeña óptica de Fuente Álamo pueda disponer de un *software* de gestión de sus clientes, que lo pueda conectar con la base de datos y enviar mensajes de las diferentes campañas de promoción y difusión, así como las revisiones que se tienen que hacer los clientes de la óptica que les citaba.

Ha permitido también, entre otros, que una veintena de negocios de Torre Pacheco puedan disponer de unas pantallas digitales táctiles, donde publicitan todas las campañas de promoción que se realizan desde cada uno de sus comercios y, al mismo tiempo, que puedan tener un gestor de contenidos sumamente ágil y rápido para que sean los propios comerciantes los que alimentan esta información.

Pero, además de todos estos proyectos que se han podido gestionar a través del fondo tecnológico, les podría enumerar también otra serie de actuaciones por parte del Gobierno regional, como son los cheques de ciberseguridad e inteligencia gestionados por el INFO, que han permitido incentivar la contratación de servicios de innovación y competitividad, los cheques TIC en el comercio electrónico, y toda una gran cantidad de recursos que se han puesto al servicio de los comercios y las empresas, con el fin de dotarse de estas herramientas tecnológicas.

No solamente es necesario tener estos recursos y estas herramientas tecnológicas, sino que es necesario tener también la formación adecuada, la formación especializada. En este sentido, es necesario dotar a los comerciantes de esas competencias en formación de *marketing* digital, de venta *online* o de utilización de las diferentes redes sociales. Aquí se ha realizado una labor conjunta por parte del Gobierno regional, a través de la dirección general, de la mano de las tres cámaras de comercio. Quiero llamar aquí también la atención de la importancia y la esencia que supone el contar y colaborar con las cámaras de comercio con las que contamos en la Región de Murcia (Cámara de Comercio de Murcia, la de Cartagena y la de Lorca), en esa labor de representación, de ayuda al desarrollo de los comerciantes y de facilitadoras de la dinamización y promoción del comercio local.

Dentro de esa línea se ha permitido realizar talleres y cursos tan variados, como aquellos destinados al *marketing* digital, a las redes sociales, al escaparatismo, al inglés para comerciantes o a la inteligencia artificial aplicada al comercio. Quiero destacar que han sido más de treinta talleres y cursos los que se han realizado a lo largo del pasado año, de los cuales se han podido beneficiar directamente unos 300 comerciantes. Y, además, también hay que hacer hincapié en que estas formaciones son formaciones adaptadas a las propias necesidades de los comercios; es decir, son en horario flexible que permite compatibilizar el día a día, la apertura de estos comercios, con la realización y con la formación de estos cursos y talleres.

También, dentro de la labor que venimos realizando de forma conjunta con las cámaras de comercio, me gustaría llamar la atención sobre el Plan de Mejora Comercial. En esa labor de asesoramiento, el Plan de Mejora Comercial permite que aquellos comercios que estén interesados puedan tener una tutoría, una asistencia personalizada en aquellos aspectos que consideren más relevantes. Este servicio del Plan de Mejora Comercial es un servicio de asesoría totalmente gratuito, en el que se abarcan cuestiones tan variadas como son planes de tesorería, publicidad efectiva en

redes sociales, diagnóstico de puntos de venta o liderazgo personal para aumentar las ventas.

Lo realmente destacable de estos puntos de mejora comercial es que no solamente se ponen en marcha en los diferentes comercios que lo solicitan de forma totalmente gratuita, sino que además son evaluables y revisables por los técnicos especializados que le prestan el servicio. Esto ha permitido que en el último año sean más de un centenar de comercios los que se han beneficiado de este plan de mejora comercial.

Desde la dirección general, como digo, en colaboración con las cámaras de comercio, se ponen también en marcha campañas de dinamización y campañas de promoción del comercio que permiten fomentar el comercio fuera de las campañas tradicionales de Navidad, rebajas o el *Black Friday*. Esto permite, entre otras cosas, ser un incentivo más para conocer la amplia y variada oferta comercial de nuestro tejido comercial.

Les podría enumerar alguna de estas campañas que se realizan, como digo, de la mano de las cámaras de comercio, pero por citarles la última, la que se ha puesto en marcha recientemente, con la Cámara de Comercio de Murcia, y que con tan solo una semana de funcionamiento son más de 600 los comercios adheridos y más de mil usuarios los que están participando en esta campaña de promoción.

Pero también me gustaría llamar la atención sobre la colaboración que desde el Gobierno regional, desde la Dirección General de Comercio se pone en marcha, junto con los 45 ayuntamientos de nuestra comunidad autónoma.

En este sentido, la semana pasada se aprobó en el Consejo de Gobierno, y hoy se publica en el Boletín Oficial de la Región de Murcia, una línea de subvención directa que se da a los 45 ayuntamientos para realizar actuaciones que van desde la dinamización comercial hasta la dotación en infraestructuras comerciales que permitan la revitalización de zonas como los cascos históricos, las plazas de abastos o los mercados ambulantes semanales.

En el ejercicio del año 2024 esto permitió 77 actuaciones de promoción del comercio y 32 que se ubicaban dentro de la modernización de infraestructuras comerciales municipales. Estas líneas son las que se enmarcan en esta convocatoria de subvención, y en ese sentido se eligen por parte de la Dirección General de Comercio. Han permitido mejoras, entre otras, en plazas de abastos como las de Alcantarilla, Archena o Ricote, y mejoras y acondicionamiento en lugares donde se realizan los mercados semanales, como es el caso de Águilas o Lorca, entre otros.

Permítanme que hable también en esta ocasión de la venta ambulante de esos 128 mercados semanales que tenemos repartidos a lo largo de nuestra región. En muchas ocasiones se nos olvida que son un sector muy importante también de la actividad comercial.

Estamos hablando de 11.000 establecimientos, de 2.539 empresas y 2.766 personas empleadas en estos, como digo, más de cien mercados semanales que se producen en distintos puntos de nuestra comunidad autónoma.

En este sentido, desde la dirección general se presentó recientemente una guía de buenas prácticas para la calidad e innovación de los mercados al aire libre de la Región de Murcia, que fue dada a conocer y distribuida entre las propias asociaciones de vendedores ambulantes, entre los concejales responsables y los técnicos de cada uno de los ayuntamientos.

Por último, dentro de esas campañas de promoción que se realizan de la mano de los ayuntamientos prácticamente en toda la Región de Murcia, simplemente por destacar uno de los últimos, en el que tuve la oportunidad de estar presente la semana pasada, es el del municipio de Ulea. Y pongo esto encima de la mesa porque nuestra actuación va prácticamente a todos los municipios, tanto a municipios de gran población, que tienen un número importante de comercios, como el caso de Ulea, en el que solamente cuentan con dos comercios, pero que esas campañas de promoción permiten y son esenciales para mantener vivo el vínculo emocional y social que tienen en su población.

Por último, quería hablar también de la importancia que tienen las actuaciones que realizamos de la mano de las asociaciones de comerciantes y de las federaciones. Las asociaciones son fundamentales, puesto que son un nexo imprescindible entre los pequeños negocios y las instituciones locales, dan voz también a los comerciantes, que nos ponen de manifiesto cuáles son las

necesidades, identifican cuáles son los problemas y nos aportan soluciones.

En este sentido, destacar la línea de subvención que se articula desde la dirección general, que ha permitido que en el último año sean más de 30 asociaciones las que han podido realizar algunas de las actuaciones que se han subvencionado con 150.000 euros para que realicen tanto cursos de formación como campañas de promoción, así como campañas de fidelización.

Pero somos conscientes de que los comerciantes deben dedicar su tiempo a lo que saben hacer, y hacen muy bien, que es vender, el trato con los clientes y promocionar sus puntos de venta. Entendemos que no pueden estar ocupados en la gestión de las asociaciones, en la tramitación y muchas veces en la burocracia, que les pierde, con la cantidad de gestiones administrativas que tienen que realizar.

Por eso, apostamos por una gestión profesionalizada y, en este sentido, el año pasado se incorporó una nueva línea de subvenciones destinada a que estas asociaciones puedan tener un plan integral de formación y asesoramiento y, al mismo tiempo, puedan contar con una asesoría especializada para, como digo, estas asociaciones de comerciantes con respecto al ámbito de las subvenciones.

Les hablaba al principio de que los hábitos de consumo han cambiado en los últimos años. Es verdad que uno de los factores determinantes a la hora de adquirir los productos es el precio; pero también hemos detectado que nos encontramos con una gran cantidad de consumidores que están dispuestos a pagar más por su producto si se alinean con sus valores, y priorizan aspectos como es el trato personal, la confianza y la seguridad. Ese es el valor añadido por el que se debe apostar en el ámbito del comercio local, en el ámbito del comercio de proximidad, y es la base que impulsa y que siguen impulsando las diferentes campañas de publicidad, difusión y promoción que realizan por parte del Gobierno regional.

En este sentido, destacar la campaña que se puso en marcha la pasada Navidad de *Compra con Corazón*, en la que se pone de manifiesto la presencia en redes sociales y medios de comunicación de la importancia vital que tiene el comercio local.

La educación y la concienciación son también elementos claves. Al respecto, se ha iniciado por primera vez una campaña de concienciación en el ámbito escolar en el casco histórico de los principales municipios de Murcia, de Cartagena y Lorca, donde fueron más de 1.000 escolares los que conocieron las bondades y ventajas del comercio local. Se trata de que los escolares conocieran los comercios que tienen a pie de calle, que tienen en las inmediaciones de sus domicilios, que tienen en el trayecto del colegio, que les pongan nombre y apellidos, que conozcan las historias que existen detrás de todos y cada uno de esos comercios, y que al mismo tiempo eso lo puedan transmitir en su ámbito familiar y en su ámbito de amistades.

Me gustaría también poner encima de la mesa otra serie de actuaciones que se han llevado a cabo por parte del Gobierno regional, y me gustaría destacar, entre otros, aquella ayuda que se está llevando a cabo por parte del INFO, con respecto a la reactivación económica y social del casco histórico de Lorca. Esta rehabilitación, que ha sido reconocida como estratégica a nivel nacional, que ya se encuentra en su tercera fase de actuación en el año 2024 y que permite la reactivación comercial y económica, como digo, la apertura, remodelación y modernización de establecimientos comerciales en este entorno.

Esto ha supuesto en el año 2023 el que se hayan destinado 350.000 euros, que ha supuesto que se hayan beneficiado 14 proyectos; y en el año 2024, una primera convocatoria de 500.000 euros, de la que se han beneficiado 20, y en la segunda convocatoria, 200.000, que se han podido beneficiar aproximadamente unos 8 proyectos. Esto ha permitido revitalizar, como decía, la zona comercial del casco histórico de Lorca.

También destacar otro tipo de ayudas que se ponen en marcha desde el Servicio de Empleo y Formación, desde la Dirección General de Autónomos, destinadas a financiar y ayudar a aquellos autónomos, aquellos desempleados que se incorporan al mercado laboral.

Y por último, llamar también la atención. Como saben nos encontramos en estos momentos inmersos en la elaboración de un plan director de impulso al comercio. Nos encontramos en una fase en la que debemos de evaluar, debemos de repensar las diferentes actuaciones que se están llevando a cabo por parte de todos los agentes implicados. Este plan director supone descender al terreno. Van a

ser más de 50 reuniones y entrevistas que se van a tener con asociaciones, ayuntamientos y diferentes actores implicados, y va a ser un plan director vivo, que va a estar sujeto continuamente a revisión y que estará concluido a finales de año.

Esta es la exposición que tengo en mi primera intervención. No sé cómo voy de tiempo.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Cuatro minutos te quedan todavía.

SR. GÓMEZ CARRASCO (DIRECTOR GENERAL DE IMPULSO AL COMERCIO, INNOVACIÓN EMPRESARIAL E INDUSTRIAS Y OFICIOS ARTESANALES):

Bueno, pues me gustaría comentarles otra serie de cuestiones con respecto al plan director; me quería centrar en él. Es un plan director que se ha articulado en ocho ejes de actuación. Consideramos que es un elemento clave la modernización; la modernización, como decía, no solamente de estos establecimientos comerciales, sino también de las diferentes herramientas con las que van a contar. Le damos un valor esencial y fundamental también a la formación, y le damos también un valor importante a lo que es el empleo, el empleo en el sector del comercio. Es necesario llevar a cabo una reactivación, una puesta en valor y apostar por ese relevo generacional, sobre todo en el ámbito del comercio. Como digo, consideramos que es un elemento clave, y va a ser uno de los ejes principales sobre el cual se va a articular la actuación del plan director que, como digo, estamos elaborando en estos momentos.

Nada más y muchas gracias, y estoy a disposición de ustedes.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias.

Vamos a dar turno a los diferentes grupos, y antes he de decir que el Grupo Mixto, el señor Egío, no se encuentra aquí y ha justificado su ausencia.

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

Señor Sevilla, cuando quiera.

SR. SEVILLA NICOLÁS:

Gracias, presidente.

Señor Gómez, bienvenido a la Asamblea Regional, director general de Comercio, entre otras cuestiones.

Esta comisión es una comisión que se ha constituido para conseguir o intentar ayudar al comercio, al pequeño comercio de la Región de Murcia. De esta comisión saldrá un dictamen con todas las comparecencias que hemos podido escuchar, de las que cogeremos información, y estoy seguro de que llegaremos a un acuerdo, porque lo que nos une en esta comisión a los distintos grupos políticos es la voluntad de acuerdo y la voluntad de poder mejorar la situación del comercio.

Decía usted que el comercio en la Región de Murcia, como en otros puntos de España, ha recibido impactos negativos de hábitos de consumo, han cambiado los tiempos y, bueno, está pasando por serias dificultades. Usted significa los 30 años de gobierno del Partido Popular en la Región de Murcia en políticas de comercio, porque es el actual director general de Comercio, y desde la política se podrán llevar acciones para suavizar la situación del actual comercio, para ayudarlo, para intentar que mejore todo. Entonces, en esa labor estamos y espero que el dictamen que salga de esta comisión le ayude a usted y le dé éxito en su labor de proteger y de colaborar con el comercio de la Región de Murcia, porque si usted tiene éxito, será el éxito de los comerciantes y será el éxito de toda la Región de Murcia.

Dicho esto, también celebro que usted valore todos esos proyectos que se están implementando

gracias al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España. Ha dicho usted actuaciones por valor de dos millones de euros; actuaciones también que ayudan a los ayuntamientos, con 77 actuaciones; actuaciones que se están llevando a cabo para mejorar y modernizar la zona comercial del casco antiguo de Lorca, con partidas de 350.000, de 500.000, de 200.000 euros. Y esos fondos del Gobierno de España están llegando, están ayudando y ahí están. Pero también nos preocupa a nosotros, al Grupo Parlamentario Socialista, la situación regional. Usted dispone de un presupuesto regional, que también nos gustaría que nos dijera ese presupuesto regional, pero actualmente no hay presupuestos de la Región de Murcia. La comunidad autónoma no tiene presupuestos para este ejercicio. Estamos hablando de unos presupuestos prorrogados del año anterior, y me gustaría a mí saber si esto cree usted que va a suponer algún tipo de dificultad para el desarrollo de sus políticas en materia de comercio.

Y al mismo tiempo, también imagino que en algún momento el Gobierno regional traerá unos presupuestos a esta Asamblea Regional para que podamos trabajarlos. Desde el Grupo Parlamentario Socialista, ya saben todos ustedes que nos hemos puesto a disposición de la Región de Murcia, a disposición de que se pueda hacer unos presupuestos que beneficien al desarrollo de todos los ámbitos de la Región de Murcia.

En ese sentido, ese ofrecimiento sigue en pie y seguirá en pie, pero a mí me gustaría preguntarle qué partidas cree usted que sería bueno incluir en su dirección general para mejorar esta situación del comercio. Porque luego, cuando los grupos políticos nos pongamos a analizar ese presupuesto, evidentemente podremos enmendar y meter cosas que a lo mejor no se nos ocurren a nosotros, y usted, desde su punto de vista, como ejecutivo en esta materia, seguro que tiene algo que decirnos.

Mire, hay un tema que le pregunte también a distintos comparecientes. Recientemente, el Gobierno regional anunció que, en aras de generar más posibilidades de vivienda en la Región de Murcia, que iba a permitir que locales comerciales se pudieran transformar en viviendas. Y, claro, una de las cosas que nos dicen siempre los comerciantes, las asociaciones, todos los que han comparecido en esta comisión, es que lo que más les pesa a ellos es levantar la persiana, esos gastos fijos que suelen tener. ¿Cree usted que si el Gobierno regional finalmente permite que se habiliten locales comerciales como viviendas, eso encarecerá los gastos de alquiler de esos locales comerciales o de esos comerciantes?

También me gustaría preguntarle una cosa. Ha dicho usted que dos millones de euros de ejecución en fondos europeos en el fondo de digitalización, que tiene una ejecución del 75%. Imagino yo que los plazos para la ejecución del cien por cien de esa partida presupuestaria del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia permitirán que alcancemos y aprovechemos para la Región de Murcia el cien por cien de esos fondos. Y si no es así, me gustaría que nos dijera qué es lo que impide que eso sea así, qué es lo que impide que se puedan aprovechar todos los fondos que vienen por parte del Gobierno de España a la Región de Murcia.

Ha dicho usted también que trabajan en contacto estrecho con las asociaciones de comerciantes. Tengo que felicitarlo porque así sea, porque nosotros entendemos que se tiene que trabajar de la mano de la ciudadanía para poder hacer las políticas e implementar políticas que no se nos ocurran a los que estamos en los sitios, sino que sean las que recogemos de aquellos que realmente están a pie de calle y que están en el terreno.

Y sin más, agradecerle nuevamente su comparecencia. Hemos tomado nota de todo lo que ha dicho usted y lo que diga en su siguiente intervención, y quedamos a disposición de este director general para cualquier cuestión que entienda que va a ser buena para el desempeño de sus competencias.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señor Sevilla.

Pasamos al Grupo Parlamentario Vox.

La señora Martínez tiene la palabra.

SRA. MARTÍNEZ GARCÍA:

Muchas gracias, presidente.

Bienvenido, señor Gómez.

Agradecemos que asista a esta comisión para explicarnos qué es lo que se está haciendo desde el Gobierno regional. Usted es director general de Artesanía y Comercio y la explicación que nos ha dado es bastante lógica y explica todo lo que está haciendo el Gobierno y todos los fondos que se están utilizando para intentar incentivar que el comercio sigue adelante en la Región de Murcia.

Desgraciadamente, la realidad corre por otro camino. Como usted sabe, cifras de UPTA, cifras de UATAE dan que se cierran al día unos dos comercios. En un año, desde abril de 2023 a 2024, se han cerrado 680 comercios. Mi pregunta para usted sería, no tanto qué es lo que se está haciendo mal, sino, a lo mejor, dónde no se está llegando o qué problemática no se está solucionando. Porque realmente, por mucho que estemos invirtiendo en intentar ayudar al comercio desde la dirección general y desde el Gobierno, no se está consiguiendo que los comercios dejen de cerrar.

Entonces, no sé si ustedes han hecho algún análisis que les pueda hacer ver dónde se está quedando corto el Gobierno regional para intentar facilitar que estos comercios no cierren e intentar solucionar esa problemática que ha comentado usted, que es bastante importante, sobre el relevo generacional. Cuando esos comerciantes llegan ya a cierta edad y tienen que jubilarse, qué facilidades se les puede dar desde el Gobierno para que ese negocio que ya está establecido y que ya tiene sus clientes no cierre, sino que pase a una persona joven que esté buscando un trabajo y un proyecto profesional. Entonces, qué es lo que se está haciendo desde el Gobierno en ese ámbito.

Otra de las cosas que desde nuestro grupo parlamentario proponemos y hacemos pensar a los grupos políticos que ya están más establecidos es que no siempre es el dinero lo que ayuda, el dinero o la inversión que se hace desde las instituciones públicas lo que ayuda a los empresarios y a los emprendedores, sino más bien el que estos gobiernos no pongan trabas, no pongan una burocracia excesiva, no alarguen los procesos administrativos, no pongan unas cargas impositivas de tasas, de impuestos que al final ahoguen a esos empresarios; en este caso estos comerciantes que, como usted ha dicho, ahora tienen que enfrentarse a los cambios de consumo que tenemos los consumidores, que, tras el covid, obviamente ha habido un cambio a la digitalización muchísimo más grande. Es cierto que durante esa época todos tuvieron que empezar a aprender a utilizar la tecnología para conseguir que la comida llegara a sus casas, muchas veces sin tener que ir al supermercado. Entonces, como los consumidores sí que han cambiado esos hábitos y se están yendo al comercio *online*, un comercio online que no tiene los costes que tiene el comercio de calle, qué se puede hacer desde el Gobierno regional para reducir esa burocracia, para reducir los procesos administrativos, para reducir la duración de esos procesos y para reducir las tasas e impuestos que se impone al comercio local.

Y en cuanto a lo que ha comentado de que se está haciendo un plan de impulso al comercio desde el Gobierno, que podría parecer a la ciudadanía como un aspecto duplicado a lo que ya se está haciendo aquí en la Asamblea, y quería saber, desde su punto de vista, qué es lo que se puede hacer para que el trabajo que está haciendo el Gobierno y el trabajo que está haciendo la Asamblea puedan unirse y puedan sacarse sinergias de los comparecientes que están viniendo a la comisión, del resultado que se consensúe entre los cuatro grupos parlamentarios en esta comisión, junto con el esfuerzo que está haciendo el Gobierno en esta creación del plan de impulso al comercio.

Y por nuestra parte, nada más, solo darle las gracias por haber acudido a la comisión, y esperamos sus contestaciones.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señora Martínez.

Pasamos al Grupo Parlamentario Popular.

La señora Carreño tiene la palabra.

SRA. CARREÑO ARIAS:

Muchas gracias, señor presidente.

Señor director general, muchas gracias por comparecer esta mañana en la Comisión Especial de Estudio del Pequeño Comercio, creada precisamente por la preocupación de todos los grupos políticos de la Asamblea por este tema y que, por lo que podemos también escuchar en sus palabras, por supuesto, también preocupa y ocupa al Gobierno regional.

Tal como he trasladado ya a otros comparecientes en esta misma comisión, debemos ser capaces de aportar una hoja de ruta que responda a las necesidades y desafíos del pequeño comercio en la región, teniendo, por supuesto, en cuenta sus aportaciones, y que sea capaz de llevar a cabo posteriormente desde su dirección general y desde el Gobierno regional.

Quiero recordarles un dato que ya facilité en otra comparecencia, pero creo que tengo que volver a reiterarlo, y es que la media de cierre de comercios minoristas en la Región de Murcia en 2024 es de 19 comercios al día y la media de cierre de comercios minoristas en España es de 25 comercios al día. Como ya dije en su momento, ambas cifras son preocupantes, muchísimo, y es precisamente por eso por lo que estamos hoy aquí. Quizá en su próximo turno de intervención pueda ofrecernos datos más concretos en este sentido.

No podemos estar más de acuerdo con usted en que una de las principales ventajas del comercio minorista es que en las tiendas locales se promueven relaciones cercanas con sus clientes, que son precisamente sus vecinos, favoreciendo la cohesión social. Estas relaciones personales generan confianza y un sentido de pertenencia, algo que ni las grandes cadenas de distribución ni, por supuesto, el mundo *online* pueden ofrecer. Y es que la identidad de la ciudadanía con el comercio de proximidad genera una relación especial que fomenta el sentimiento de pertenencia a una comunidad, a un barrio, a un pueblo o a una ciudad.

Como hemos escuchado en su intervención, una de las principales patas en las que ha basado sus acciones desde la dirección general, con fondos propios y algunas de ellas canalizadas a través de las cámaras de comercio, han ido dirigidas a aportar herramientas, formación en digitalización, *marketing online* y otras que no me detengo a comentar, por aquello de no ser repetitiva, y que les permiten a los comercios ser competitivos en el mundo *online* y adaptarse a los nuevos perfiles de consumidores.

Quiero detenerme aquí también un momento para hacerle una pregunta, por si puede ser contestada en su siguiente turno de intervención.

Señor Gómez, además de la obligatoriedad de canalizar los fondos europeos que comenta el señor Sevilla en su intervención y que usted nos ha dicho que por su parte han tramitado con diligencia, ¿ha aportado el Gobierno de España fondos propios para llevar a cabo alguna acción en este sentido o en otro para favorecer al sector?

A nuestro grupo parlamentario nos parece fundamental, efectivamente, el trabajo directo con ayuntamientos, que son al final la Administración más cercana a comerciantes y vecinos, y, por supuesto, como bien ha explicado en su comparecencia con las asociaciones y federaciones de comercio de la región.

En la anterior sesión de esta comisión tuvimos la suerte de escuchar al presidente de la Asociación de Comercio de Yecla. A su juicio, eran varios los problemas del comercio minorista. Por supuesto, se refirió a los cambios de hábitos del consumidor, pero quiso hacer también especial hincapié en otros dos: por un lado, la falta de relevo generacional y, por otro, la dificultad de hacer frente a los gastos fijos.

Desde nuestro grupo parlamentario creemos que son muy necesarias campañas de promoción encaminadas a poner en valor el esfuerzo de años de una generación para hacer rentable un pequeño negocio y a prestigiar el sector del pequeño comercio, haciéndolo atractivo a las nuevas generaciones y emprendedores. Por tanto, nos gustaría saber también si van a desarrollarse acciones desde su dirección general en este sentido, facilitando el relevo generacional.

Por otro lado, ante la preocupación de las asociaciones de comerciantes con la cantidad de gastos a los que tiene que hacer frente, me gustaría conocer también su opinión, y si considera que bajar las tasas e impuestos nacionales, como el aumento de la cuota de autónomos, el aumento de los seguros

sociales, el aumento del IRPF, que se suman, además, a la subida de los gastos generales de un pequeño comercio, como puede ser la subida de la luz, favorecería la implantación y supervivencia de pequeños comercios, sabiendo que la mayoría de ellos son pymes, autónomos y principalmente mujeres.

Nos parecen muy adecuadas las campañas *Compras con Corazón* y *Érase una vez el Colegio*, a las que ha hecho referencia, enfocadas en la educación y concienciación de los consumidores, pues, como ya hemos escuchado en esta misma comisión a la presidenta de Thaderconsumo, también es necesario incidir en campañas de promoción en el consumidor final, y les animamos a continuar con este tipo de campañas.

Y por último, ha citado usted al final de su intervención también el Plan Director de Impulso al Comercio de la Región de Murcia, y quisiéramos pedirle si puede explicarnos un poco más en detalle algunas de las líneas en las que va a consistir el mismo.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señora Carreño.

Y ahora, el señor Gómez pasará a contestar a todas las preguntas de los grupos políticos.

Cuando quiera, señor Gómez.

SR. GÓMEZ CARRASCO (DIRECTOR GENERAL DE IMPULSO AL COMERCIO, INNOVACIÓN EMPRESARIAL E INDUSTRIAS Y OFICIOS ARTESANALES):

Muchas gracias.

Creo que me he apuntado la mayoría de las preguntas; si dejo alguna sin responder pido que me lo digan porque mi intención es responderles a todos ustedes.

Quisiera empezar, porque han hecho referencia aquí y he tenido la oportunidad también de ver en otras comparecencias que también han hecho referencia a ese famoso informe de UPTA sobre las cifras de cierre de locales. Yo no voy a entrar en una guerra de cifras, pero sí es necesario que veamos con rigor los datos y de dónde se extraen esas conclusiones. Y vaya por delante, la primera apreciación que quiero hacer, que mientras que exista un solo comercio en esta comunidad autónoma que se cierra, este director general que les habla no se va a dar por satisfecho; al contrario, más ímpetu va a poner en la labor que venimos realizando día a día.

Si analizamos este famoso informe, por un lado, los datos que se tienen en cuenta son los del RETA (Régimen Especial de Trabajadores Autónomos) y parte de los datos de afiliación al sector del CNAE, que entiendo que todos ustedes saben lo que es.

En el caso de la Región de Murcia, en enero de 2024 teníamos inscritos en el RETA 102.243 autónomos, y en el año 2025, 103.937 autónomos. Hasta ahí todo correcto. Eso indica un incremento en 1.514 autónomos más con respecto al año pasado a nivel general. Y en concreto, que es en lo que se basa este famoso informe, acude al epígrafe 103.937. El epígrafe 103.937 hace referencia al comercio al por mayor, al comercio al por menor y a la reparación de vehículos de motor y motocicletas; es decir, engloba aquí a todos los autónomos, que no todos los comercios, de venta al por mayor, de venta al por menor y de reparación de vehículos de motor y motocicletas. Y hace la siguiente conclusión: si en enero de 2024 había 26.603 autónomos, que no comercios, en este epígrafe, y en el año 2025 hay 26.431, hay 172 autónomos menos en este epígrafe, que no comercios. Y de ahí es donde saca la conclusión el famoso informe, que dice que hay 172 comercios menos en la Región de Murcia. Lo que está diciendo es que hay 172 autónomos menos en ese epígrafe, que, como digo, engloba comercio al por menor, comercio al por mayor y reparación de vehículos. Solamente poner esta cifra encima de la mesa.

Estos datos los saca del Instituto Nacional de Estadística, y a mí sí me gustaría destacar otro dato que da el Instituto Nacional de Estadística, el último que da, que es a ejercicio cerrado a enero de 2025, que lo ha publicado en febrero, y todavía los datos de febrero no los ha publicado. Pues bien, a

datos de enero de 2025, dice el Instituto Nacional de estadística que la Región de Murcia ha tenido un crecimiento del 4,9 en la venta a precio constante. La venta a precio constante nos indica la cantidad de productos que se han vendido; es decir, un incremento del 4,9 con respecto a enero de 2024. La media nacional se encuentra en el 3,5; es decir, estamos por encima en este indicador de la media nacional. Pero no solamente eso, sino que además somos la segunda comunidad autónoma que más crece.

Y no solamente el dato este que le decía, sino también el dato de la cifra de negocio de la región a precios constantes. Si el anterior dato nos decía el número de ventas, la cifra de negocio nos dice la cantidad de dinero que han generado esas ventas. La cantidad de dinero que han generado esas ventas a fecha de enero de 2025 supone un incremento con respecto a enero de 2024 de un 5,2, y la media nacional se encuentra en el 3,4; es decir, seguimos estando por encima de la media nacional en estos dos datos que oficialmente da el Instituto Nacional de Estadística. Pero es que, además, somos la segunda comunidad autónoma que más crece. Esto pone de manifiesto la solidez económica y la capacidad que tiene para generar actividad esta comunidad autónoma.

Pero en absoluto somos complacientes con estos datos. Trabajamos para mejorar los resultados, para que se sigan dando esos datos positivos, y entendemos, sobre todo, que esos datos positivos se dan por los hombres y mujeres, por los autónomos, por los pequeños empresarios y comerciantes, que todos los días suben las persianas de sus negocios.

Hacían referencia también algunos de ustedes al relevo generacional. El relevo generacional es algo que afecta al comercio, pero también afecta a otros sectores. Afecta a la agricultura, afecta a la ganadería, afecta a la pesca; es decir, es una situación estructural. Esta situación estructural requiere medidas de diferentes administraciones; requiere medidas de la Administración regional, pero también requiere medidas a nivel nacional.

¿Qué es lo que quieren desde el punto de vista de la dirección general, por el análisis y por lo que hemos podido comprobar, y lo van a tener también ustedes presente cuando tengan aquí a las diferentes asociaciones de comerciantes y cuando les pregunten a los comerciantes, qué es lo que quieren los comerciantes? En primer lugar, tenemos que poner en valor la importancia del comercio. No solamente poner en valor, sino que tenemos que dar facilidades. Hay que eliminar trabas, hay que eliminar limitaciones. Lo que quieren los comerciantes es que les dejemos trabajar, que no les encorsetemos tanto dentro de un marco regulatorio que les limite su actividad comercial. Y además, hay que acompañarles en esos primeros años, cuando se lanzan a la actividad comercial. En ese sentido, yo quiero poner encima de la mesa esas subvenciones, entre otras, que vienen por parte del Gobierno regional para fomentar el empleo de aquellos desempleados que se incorporan al ámbito autónomo, y que les ayuda en esos primeros años en los gastos de actividad. En el año 2024 fueron 1.197 las personas beneficiadas, con un importe de 8.337.000 euros, y en el año 2023, 1.072, con un importe de 7.450.000 euros. La subvención, también, de la cuota cero, el Programa Aval de Autónomos. Bien, todas estas y otras actuaciones son, de alguna manera, las que permiten, las que facilitan que se incorporen nuevos sectores, nuevos emprendedores y desempleados al ámbito y al sector del comercio.

Quiero poner también de manifiesto que no solamente es necesario ayudarles y apoyarles en estos primeros años, sino que también es necesario asesorarles. Y aquí quiero destacar también la labor que se produce, entre otras, por parte de las cámaras de comercio, con esos puntos de atención al emprendedor, donde se les facilita y se les informa al inicio de su actividad por los servicios de información, con la tramitación de documentación, con el asesoramiento y con la formación.

Es necesario, como les decía también al principio, eliminar burocracia, eliminar papeleo, eliminar la tramitación administrativa, que los comerciantes dediquen cada vez menos tiempo a este tipo de tramitación. Por eso, se han hecho una gran cantidad de actuaciones desde el punto de vista de la Administración regional y debe seguir siendo así. En este sentido, entiendo también que la Ley de Simplificación Administrativa va a cumplir un papel fundamental y esencial.

Por último, se comentaba aquí sobre la necesidad de presupuestos, sobre la dotación presupuestaria. Evidentemente, es necesario tener los presupuestos cuanto antes, pero es necesario también tener la financiación adecuada y necesaria para poder atender a las diferentes necesidades y a las diferentes situaciones que se requieren tanto a nivel social y educativo como a nivel comercial.

Con respecto al fondo tecnológico, yo sí quiero hacer una apreciación, y es que son fondos de la Unión Europea que, como digo, se han gestionado y se han tramitado. Y, además, esa diligencia que se ha puesto por parte de la dirección general —y quiero romper una lanza por los funcionarios de la dirección general— ha permitido ese volumen de actuaciones y ese volumen de expedientes, con la complejidad que supone la tramitación de los expedientes de las subvenciones a nivel de la Unión Europea.

Quisiera terminar agradeciendo el tono y las aportaciones de todos y cada uno de ustedes. Han comentado también, de alguna manera, que esta comisión va en paralelo con ese plan director. Por supuesto, estaremos dispuestos y estaremos atentos a recibir las peticiones y las conclusiones que se susciten en esta comisión, para incorporarlas también en el plan director.

Y como ustedes habrán podido comprobar, el sector del comercio es un sector en el que están implicados diversos actores. Por un lado, los ayuntamientos, que son los interlocutores ante los consumidores, que desarrollan actuaciones en materias de urbanismo, de seguridad, de movilidad, de dinamización; es decir, una serie de factores que afectan directa o indirectamente a la actividad comercial; por supuesto, el Gobierno regional, en esa labor de promoción y fomento; por supuesto, también las cámaras de comercio, en cuanto a la promoción, al apoyo y al emprendimiento de los comerciantes y las asociaciones de comerciantes, como hemos puesto también de manifiesto aquí esta mañana, y también del Gobierno de la nación, en ese carácter general regulativo, que le lleva a esas determinadas medidas y aplicaciones de directivas europeas, que yo desde aquí quiero también hacer un ruego para que a la hora de aplicar algunas de ellas se evalúen las consecuencias que están teniendo en otros países, desde el punto de vista del comercio de proximidad y desde el punto de vista del comercio local. Y por supuesto, también los consumidores, que, si cabe, deben ser cada vez más consciente de la importancia que tiene el comercio local.

Con esto, una vez que se han expuesto, como digo, los diferentes agentes, lo que quiero poner de manifiesto es que esta es una labor de todos —ustedes también lo han dicho aquí esta mañana—, y necesitamos la participación activa y el compromiso de todos y cada uno de estos agentes implicados. Ese es el espíritu que inspira al Gobierno regional en su día a día en el sector del comercio y ese es el espíritu que también inspira la realización de ese plan director, que nos va a permitir y va a marcar la hoja de ruta de cara a los próximos años.

Una de las mayores satisfacciones que tengo en el desempeño de mi función es el poder desplazarme prácticamente a todos y cada uno de los municipios y tener reuniones y encontrarme y hablar con los comerciantes que, como digo, se encuentran al frente de su comercio y que se encuentran prestando sus servicios en los establecimientos. Y he de decirles que el sector de los comerciantes es un sector ocupado, interesado, predispuesto y motivado. Es un sector en el que he visto confianza, positividad, energía y ganas de seguir adelante en su día a día, a pesar de las dificultades, como se ha puesto de manifiesto, a las que se enfrentan día a día a la hora de subir sus persianas, con mucho sacrificio y con mucho esfuerzo.

Debemos de seguir apostando por ellos, ya que son la fuerza y el motor de nuestra economía regional, generando empleo, riqueza y esa cohesión social tan necesaria para nuestros municipios y para nuestra región. Merece, por lo tanto, la pena, el consenso y la colaboración.

Y desde aquí les invito a todos ustedes, si no lo han hecho ya, a que conozcan la amplia y la variada oferta comercial con la que cuentan en sus municipios, con la que cuentan en sus calles, que visiten y que compren en esos comercios que tienen en las puertas de sus casas porque les van a ofrecer garantías, un trato individualizado, esos comerciantes que tienen nombre y apellidos, que tienen alma y corazón, y que son el latido también de nuestra región.

Muchas gracias.

SR. CERÓN MORALES (PRESIDENTE):

Muchas gracias, señor Gómez, por sus aportaciones, y darle las gracias por estar aquí esta mañana, en esta comisión, aquí, en la Asamblea.

Y sin nada más, levantamos la sesión.