

Informe Comercio

Horarios comerciales y tiempo de trabajo.
Regulación y negociación colectiva

Propuestas de CCOO

CCOO
servicios

ÍNDICE

ANTECEDENTES. El contexto de liberalización horaria en la distribución comercial minorista.....	3
EL TEJIDO PRODUCTIVO DEL COMERCIO MINORISTA.....	6
Distribución sectorial de las empresas y el empleo	7
Distribución de la cuota de mercado.....	9
Distribución territorial de las empresas y el empleo.....	11
EVOLUCIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO DEL COMERCIO MINORISTA.....	13
Evolución de las ventas y el empleo	13
Evolución de la red de locales y el empleo.....	15
LAS CONDICIONES LABORALES Y LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA EN EL COMERCIO MINORISTA.....	18
Condiciones laborales	18
Condiciones salariales.....	19
Aumento de las cargas de trabajo.....	20
Desajuste entre oferta y demanda de empleo.....	20
NEGOCIACIÓN COLECTIVA EN COMERCIO: ESTRUCTURA Y SITUACIÓN.....	22
Regulación y racionalización del tiempo de trabajo a través de la Negociación Colectiva en Comercio	23
La necesidad de acuerdos y compromisos laborales en los escenarios de ampliación de horarios comerciales en Zonas de Gran Afluencia Turística	24
CONCLUSIONES.....	26
TRES EJES DE PROPUESTAS DE CCOO PARA LA REGULACIÓN DE HORARIOS Y LA RACIONALIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO EN EL SECTOR COMERCIAL	27
1.- POR UN MODELO COMERCIAL EQUILIBRADO Y CON CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN	27
2.- POR UNA HOMOGENEIZACIÓN ESTATAL DE LA LEGISLACIÓN DE HORARIOS COMERCIALES ..	28
3.- LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA SECTORIAL Y EN LA EMPRESA, COMO MARCO PRINCIPAL DE RACIONALIZACIÓN Y REGULACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO	29

ANTECEDENTES. El contexto de liberalización horaria en la distribución comercial minorista.

La actividad económica del comercio minorista en España crea el 14,9% de los puestos de trabajo¹ totales del país y genera el 34,8% de lo que se produce en el conjunto del sector del comercio², que es la rama de actividad que más aporta al PIB nacional en términos de valor añadido bruto³ y la segunda en términos de producción.

Dado el peso específico del sector del comercio en general y de la actividad minorista en particular, se explica que la distribución comercial minorista haya sido objetivo de distintos desarrollos normativos, de carácter liberalizador, encaminados a reforzar los elementos de competencia en el sector.

A tal propósito, la flexibilización de los horarios comerciales se ha venido considerando como un instrumento estratégico de la política de oferta para incentivar la capacidad de crecimiento potencial de la actividad económica y, con ello, asegurar -a nivel teórico- la generación de empleo⁴.

La regulación de los horarios comerciales en España tiene su base en la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de Horarios Comerciales, que enmarca las condiciones de competencia del sector. Dicho texto fue modificado a posteriori por el RDL 20/2012, de 13 de julio, de medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y de fomento de la competitividad, que reguló por primera vez la determinación de las zonas de gran afluencia turística –en adelante ZGAT's–, por parte de las comunidades autónomas.

Ambos textos se consolidan con la entrada en vigor del RDL 8/2014, 4 de julio, de aprobación de medidas urgentes para el crecimiento, la competitividad y la eficiencia, cuyo objetivo es elevar el número de zonas susceptibles de ser declaradas como ZGAT's, mediante la reducción de criterios para su delimitación, y así profundizar en la liberalización de los horarios comerciales.

Esta revisión de la casuística se justifica con el interés por hacer crecer el número de poblaciones que puedan “beneficiarse del incremento del número de turistas y del gasto turístico”, en aras de “aprovechar las sinergias procedentes de la relación entre el turismo y el comercio, al ser el turismo un factor de empuje de la actividad comercial que aumenta la capacidad de generación de empleo y de actividad económica” (RDL 8/2014).

A partir de este cuerpo normativo, la libertad de horarios es principio básico de la legislación estatal y por tanto, de aplicación directa en todo el territorio nacional, concretándose como sigue:

- ◆ El horario global de apertura comercial durante el conjunto de días laborables de la semana no podrá ser inferior a 90 horas.
- ◆ Los domingos y festivos de apertura comercial autorizada serán dieciséis anuales.
- ◆ Los comerciantes tienen plena libertad para determinar el horario de apertura y cierre dentro de los días laborables y de los domingos y festivos en que ejerzan su actividad.

¹ Fuente: INE, 1tr2023, Encuesta de Población Activa.

² Fuente: INE, 2022, Contabilidad Nacional Anual de España (agregados por rama de actividad).

³ El sector del comercio supone el 13,7%, en términos de valor añadido bruto, y el 12,7%, en términos de producción, del PIB nacional a precios básicos. Fuente: INE, 2022, CNAE (agregados por rama de actividad).

⁴ Real Decreto-ley 6/2000, de 23 de junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios. Boletín Oficial del Estado, 151, de 24 de junio de 2000.

Además, la norma permite que las CCAA en su legislación particular recojan adaptaciones formales concretas sobre el horario global⁵ y sobre los domingos o festivos de apertura⁶, de forma que solo en caso de que las CCAA no ejerzan esta facultad de determinar los domingos y festivos de apertura comercial en su territorio, se entiende que los comerciantes disponen de plena libertad para establecer el calendario de apertura de sus establecimientos.

Este régimen general de horarios de apertura comercial se complementa con el régimen especial, que concede plena libertad para determinar las horas y los días de apertura en todo el territorio nacional a los siguientes establecimientos:

- ◆ Establecimientos dedicados principalmente a la venta de pastelería, repostería, pan, platos preparados, prensa, combustibles, carburantes, floristerías y plantas.
- ◆ Tiendas de conveniencia⁷
- ◆ Establecimientos de venta reducida⁸
- ◆ Establecimientos ubicados en ZGAT's. En este caso, los ayuntamientos pueden regular restricciones a la libertad de horarios.

La descentralización de competencias, supone que el sector de la distribución comercial minorista se esté desarrollando y explotando de forma desigual en unos territorios y otros.

Tanto es así, que los calendarios de domingos y festivos autonómicos⁹ y el mapa de ZGAT's declaradas en el territorio nacional, reflejan dos modelos de regulación contrapuestos: por un lado el de la Com. Madrid, que norma la libertad total de horarios y de días de apertura comercial y que mantiene la declaración de ZGAT's para todos sus municipios; en el polo contrario, el de País Vasco, que se acoge al mínimo legal de diez domingos o festivos de apertura anual, sin siquiera determinarlos en el calendario y, además, apenas declara dos de sus municipios como ZGAT's.

En el intervalo determinado por estas dos legislaciones, se sitúa el resto de regulaciones autonómicas. El mínimo común denominador a la disparidad normativa es que todas las CCAA concentran, en mayor o menor medida, los domingos y festivos de apertura en el mes de diciembre, intensificándose de forma clara las cargas de trabajo para las plantillas del comercio minorista en ese periodo.

⁵ Podrán establecer un máximo de horas de apertura comercial para el conjunto de días laborables de la semana.

⁶ Podrán rebajarlos a un mínimo de 10 anuales, siempre y cuando se atengan al atractivo comercial para los consumidores y se ciñan a los siguientes criterios: cuando coincidan dos o más festivos sucesivos, apertura en al menos un festivo; apertura en domingos y festivos coincidentes con períodos de rebajas; apertura en domingos y festivos de mayor afluencia turística; apertura en los domingos y festivos de la campaña de Navidad.

⁷ Son aquellas cuya superficie útil es inferior a 500 metros, tienen un horario de apertura al público de al menos 18 horas diarias y su oferta de artículos a distribuir queda comprendida dentro de lo que estipula el art. 5, apartado 4, de la Ley 1/2004.

⁸ Son aquellos cuya superficie útil de exposición y venta al público es inferior a 300 metros cuadrados; excluidos los pertenecientes a empresas o grupos de distribución que no tengan la consideración de PYME.

⁹ Son de aprobación anual por cada CCAA y pueden consultarse en la [página web](#) del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Calendario autonómico de aperturas en domingos y festivos

	Nº DDyFF	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	ZGAT's
Andalucía	16	2, 8			6, 30			2, 30	15		12	1, 26	3, 8, 10, 17, 24, 31	35
Aragón	10	2, 8			6		25					1, 26	10, 17, 24, 31	9
Asturias	10	2, 8			6, 30				15		12	26	8, 24, 31	2
Islas Baleares	10	15		12	6		25		15	10		26	8, 17, 24	70
Islas Canarias	10				6, 30							26	3, 6, 8, 10, 17, 24, 31	146
Cantabria	10	8			6, 30			23, 30	6, 13			26	24, 31	29
Castilla-La Mancha	12	8, 15			6, 30		25					26	3, 8, 10, 17, 24, 31	12
Castilla y León	10	2, 8			6, 30		25	2					3, 17, 24, 31	10
Cataluña	10	8					25				12	26	3, 6, 8, 10, 17, 24	111
Com. Valenciana	11	8			7, 9, 30		24	2			8	26	8, 24, 31	64
País Vasco	10													2
Extremadura	10	8			6, 30							26	10, 17, 24, 31	3
Galicia	10	8			6		25					26	3, 8, 10, 17, 24, 31	5
La Rioja	10	8			6, 9, 30			2		3		26	10, 24, 31	5
Madrid	TODOS													179
Murcia	16	2, 8			6, 30		9, 25				12	1, 26	3, 6, 8, 10, 17, 24, 31	24
Navarra	10	8			6			2, 25	15		12	1	4, 24	1
Ceuta	TODOS													1
Melilla	16	8, 29	26	26	20		25	9, 23		10	29	26	3, 10, 17, 24, 31	0

Extremadura: Los Ayuntamientos tienen que determinar 2 días adicionales. (Total DDyFF 10 = 8+2)
 Navarra: Hay 1 día adicional de fiesta local. (Total DDyFF 10 = 9+1)

Tabla 1. Fuente: MINCOTUR

Concentración de las ZGAT's según Comunidades Autónomas

La proporción de ZGAT's declaradas, puesta en relación con el número total de municipios de cada región autonómica, puede ser un indicativo cuantitativo del grado de intensificación de las políticas de liberalización del sector que, no obstante, debe verse complementado por análisis de tipo cualitativo. En este sentido, además del número de municipios con declaración de ZGAT debe tenerse en cuenta el número de municipios con más de 100.000 habitantes en cada CCAA, criterio que, junto con el dato de más de 600.000 pernoctaciones hoteleras, marca la obligación según el RDL 8/2014 de declaración de ZGAT.

Caso paradigmático en los últimos tiempos es el de Andalucía, con un número de municipios con declaración de ZGAT relativamente reducido, pero con una liberalización de facto en los grandes núcleos urbanos impulsada por el Gobierno andaluz en los últimos años, por la vía de la ampliación de oficio de los periodos temporales y de los marcos geográficos afectados por las ZGAT.

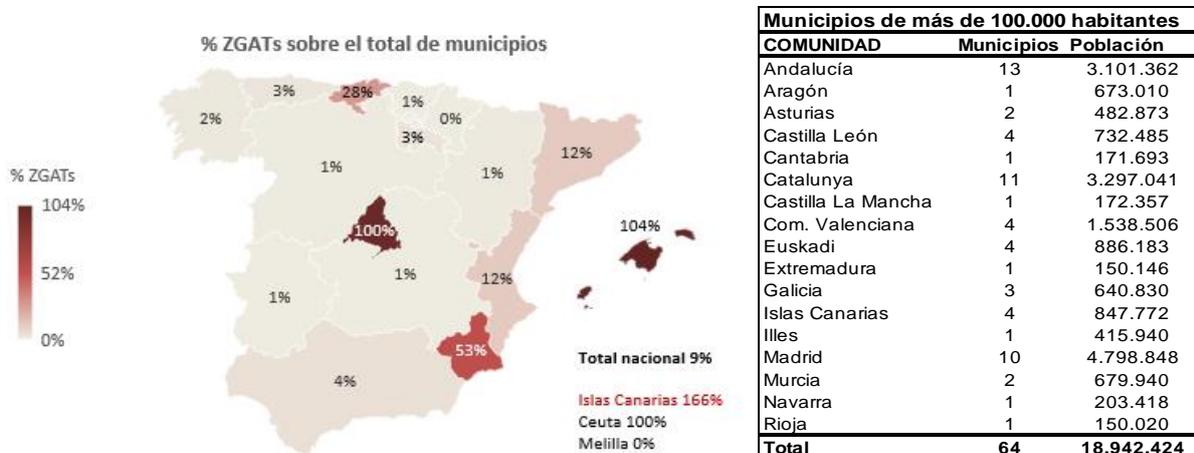


Gráfico 1. Fuente: MINCOTUR

Tabla 2. Fuente: MINCOTUR

EL TEJIDO PRODUCTIVO DEL COMERCIO MINORISTA

En el comercio minorista hay registradas 428.605 empresas¹⁰¹¹. Se estima que desde 2014 el tejido productivo del sector se ha reducido un 9%, lo que implica que hay 40mil empresas menos operando en el sector.

Edad de las empresas

Del total de empresas registradas en 2022, el 53% ya existían en 2014 y han sobrevivido hasta la actualidad (225mil empresas con más de ocho años de edad); el otro 47% son empresas constituidas a partir de 2015 (203mil empresas).

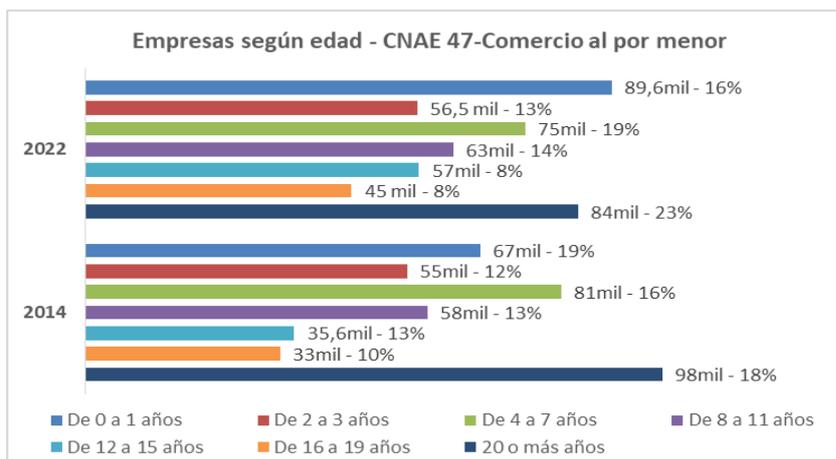


Gráfico 2. Fuente: INE. DIRCE

La comparativa con 2014 muestra que han sido las empresas más longevas y consolidadas, las que entonces tenían más de 12 años de edad, las que mejor han soportado las transformaciones productivas acaecidas en este período, tal y como refleja el crecimiento del 17% de las empresas con más de veinte años de vida (+14mil empresas). Por el contrario, una parte de las empresas que en 2014 tenían menos de 12 años de edad no han logrado sobrevivir hasta la actualidad, tal y como muestra la reducción del resto de grupos de edad.

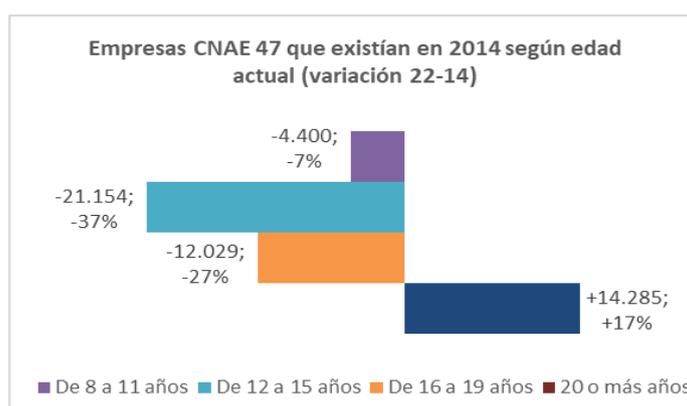


Gráfico 3. Fuente: INE. DIRCE

¹⁰ Fuente: INE, dic2022, Directorio Central de Empresas, DIRCE

¹¹ En la Explotación del DIRCE:

- Empresa corresponde a la combinación más pequeña de unidades jurídicas que constituye una unidad organizativa de producción de bienes y servicios y que disfruta de una cierta autonomía de decisión. La empresa ejerce una o más actividades en uno o varios lugares.
- Local corresponde a una empresa o una parte de ésta, situada en una ubicación geográfica concreta, y desde el cual se ejercen actividades económicas por cuenta de la misma empresa.

Tamaño de las empresas

De acuerdo con esta misma fuente estadística, las empresas del comercio minorista tienen constituidos un total de 543mil locales. De ellos, un 96% son establecimientos de autónomos y microempresas¹² (525mil locales), un 3% son de PYMEs (193mil locales) y tan solo un 0,1% son de grandes empresas (385 locales).

	Número de locales		Variación 2022-2014		Distribución locales	
	2014	2022	Nº Empr.		2014	2022
TOTAL ECONOMÍA	3.527.412	3.946.232	12%	418.820	-	-
Autónom. + Microempr.	3.360.518	3.746.278	11%	385.760	95,3%	94,9%
Total PYMEs	162.004	193.580	19%	31.576	4,6%	4,9%
Pequeñas	140.515	166.924	19%	26.409	4,0%	4,2%
Medianas	21.489	26.656	24%	5.167	0,6%	0,7%
Gran empresa	4.890	6.374	30%	1.484	0,1%	0,2%
CNAE 47- COM. MINORISTA	583.908	543.658	-7%	-40.250	16,6%	13,8%
Autónom. + Microempr.	567.790	525.247	-7%	-42.543	97,2%	96,6%
Total PYMEs	15.754	18.026	14%	2.272	2,7%	3,3%
Pequeñas	14.083	15.720	12%	1.637	2,4%	2,9%
Medianas	1.671	2.306	38%	635	0,3%	0,4%
Gran empresa	364	385	6%	21	0,1%	0,1%

Tabla 3. Fuente: INE. DIRCE

Volumen de empleo

Y según la Encuesta de Población Activa (EPA)¹³, en términos de empleo, en el comercio minorista hay 1.819.336 personas ocupadas, que representan el 60% de la población ocupada total en el conjunto del sector del comercio (3.051.511 personas) y el 8,9% del total de ocupación en la economía (20.452.758 personas). Del total de personas ocupadas en el comercio minorista, 1.370.392 personas se emplean como personal asalariado en el sector privado, lo que equivale a una tasa de salarización del 75% y el empleo femenino es mayoritario, con una tasa que alcanza el 64% (1.172.901 mujeres ocupadas en comercio minorista), frente a un 47% de mujeres ocupadas de media en el conjunto de la economía (9.527.822 mujeres).

Distribución sectorial de las empresas y el empleo

Atendiendo a la división por CNAE, las actividades que concentran el mayor número de empresas del comercio minorista son el 477-Comercio en establecimientos especializados, aglutina el 32% del total; el 472-Comercio alimenticio, representa el 19% del tejido productivo del sector; el 475-Comercio de artículos

¹² Tipología de empresas según el tamaño de sus plantillas, según la clasificación de la Estadística de Empresas Inscritas en la Seguridad Social:

- . Autónomos: locales sin asalariados.
- . Microempresas: plantillas de entre 1 y 10 trabajadores.
- . PYMEs: plantillas de entre 10 y 200 trabajadores,
 - . Pequeñas: plantillas de entre 10 y 50 trabajadores,
 - . Empresas: plantillas de entre 50 y 200 trabajadores.
- . Grandes empresas: plantillas superiores a los 200 trabajadores.

¹³ Fuente: INE, 1tr2023, Encuesta de Población Activa.

de uso doméstico, reúne el 16% de las empresas; y el 471-Comercio de establecimientos no especializados, que representa el 12% del tejido empresarial.

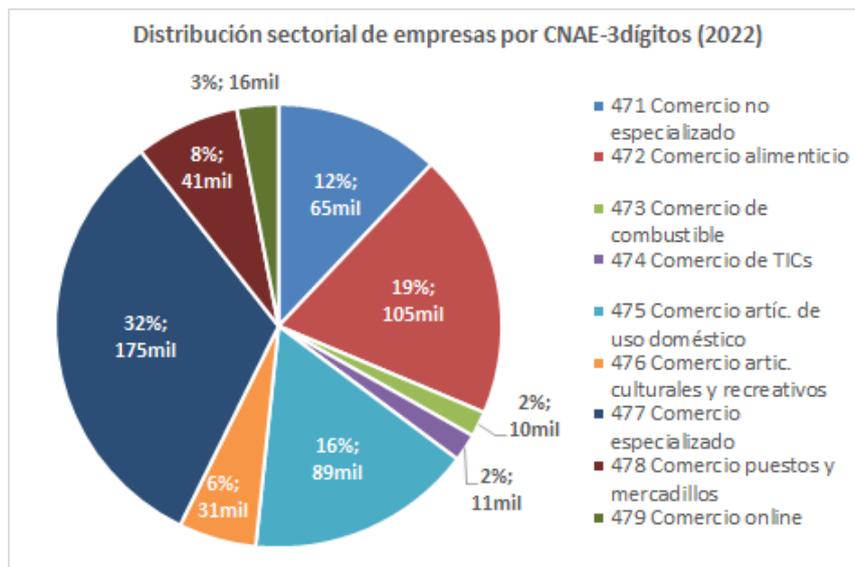


Gráfico 4. Fuente: INE. DIRCE

En el conjunto de las divisiones de actividad del comercio minorista se observa que el tejido productivo está constituido por empresas que operan sin asalariados y por microempresas. No obstante, la naturaleza de la actividad comercial favorece que en algunas divisiones haya mayor grado de implantación de las empresas de mayor tamaño.

Del total de empresas del comercio minorista, en el 471-Comercio no especializado se han establecido el 54% de PYME's y el 75% de las grandes empresas. Mientras que, en el 477-Comercio especializado se ubican el 22% de las PYME's y 12% de las grandes. De hecho, las grandes empresas apenas tienen implantación en el resto de actividades. Por tanto, son los subsectores con más atractivo productivo para las empresas más competitivas y con mayor escalabilidad.

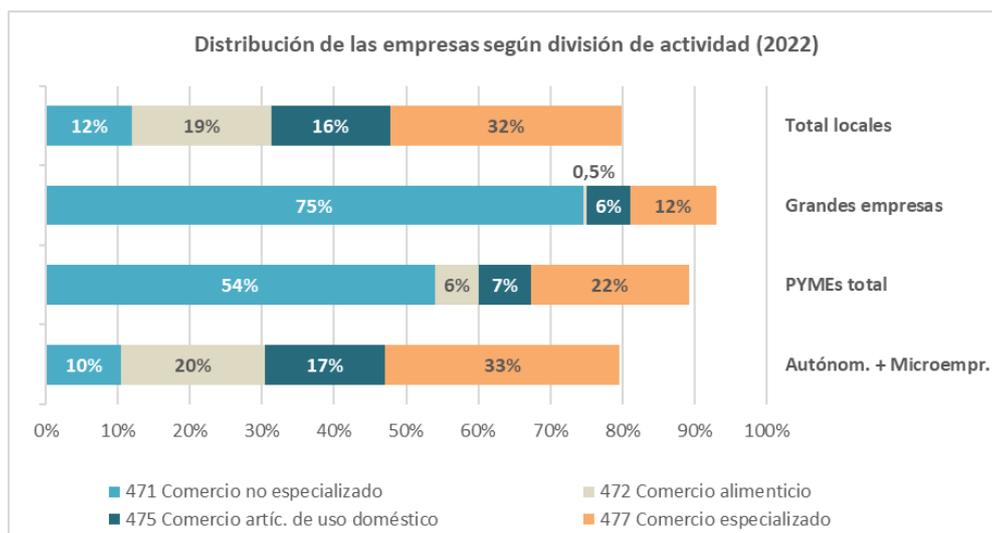


Gráfico 5. Fuente: INE. DIRCE

Ello explica que éstos sean a su vez los subsectores que generan más de la mitad del empleo del sector: el 34% del personal asalariado se emplea en el 471-Comercio no especializado y en el 477-Comercio especializado se emplea un 30% del total.

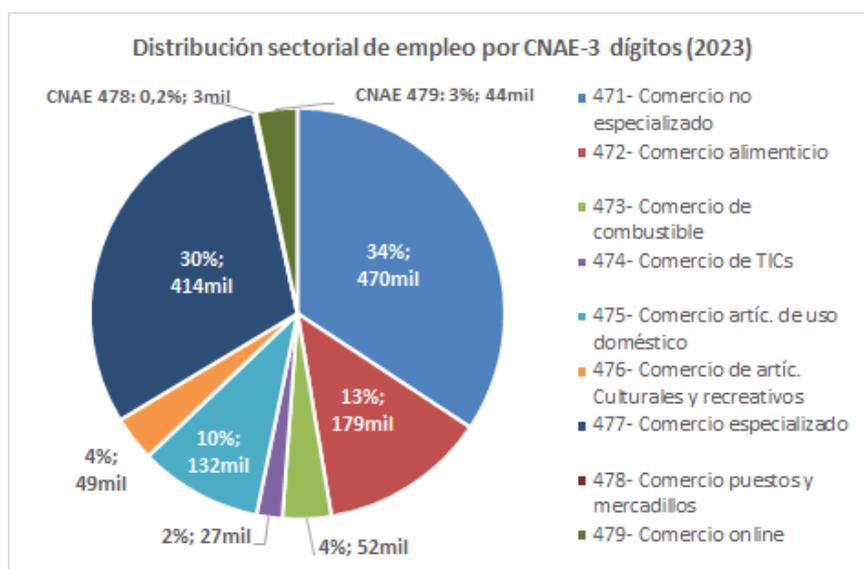


Gráfico 6. Fuente: INE. EPA

Distribución de la cuota de mercado

El comercio minorista¹⁴ facturó más de 254 mil millones de € en 2021 y a pesar de las medidas extraordinarias sufridas por el sector durante la gestión de la crisis sanitaria, el comercio electrónico supuso únicamente un 7,8% de las ventas totales (19,76 mil millones de €), frente a un 88,5% (225,5 mil millones de €) facturados por el sistema de ventas tradicional y de autoservicio, tal y como se recoge en la siguiente tabla:

	año 2021
TOTAL CIFRA DE NEGOCIO	254.672.877
Tradicional	156.476.114
Autoservicio	69.025.529
Comercio electrónico	19.764.432
Correo, catálogo o televenta	974.694
A domicilio	3.871.737
Máquinas expendedoras	1.855.314
Venta ambulante	991.681
Otros tipos	1.713.377

Tabla 4. Fuente: INE. EPSC

¹⁴ Fuente: INE. jun2023, Encuesta de Productos del Sector de Comercio 2022.

De esta cifra total de ventas, las actividades del comercio minorista con mayor volumen de negocio son el CNAE 471-Comercio no especializado, que factura el 40% (101.351,728 millones de €) y el CNAE 477-Comercio especializado, que concentra el 22% de la cuota de mercado (55.304,033 millones de €), seguidos del CNAE 475-Artículos de uso doméstico en establecimientos especializados (9,1%; 23.050,952 millones de €), CNAE 473-Combustible para la automoción (9%; 22.867,009 millones de €) y el CNAE 472-Alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados (8,9%; 22.702,201 millones de €).

Estas proporciones se mantienen si nos ceñimos a la cifra de negocios facturada exclusivamente a través de los establecimientos físicos, que alcanzó en 2020¹⁵ los 206.928 Millones de € y supuso el 94% del negocio total de la distribución comercial minorista.

En función de la superficie de venta, las empresas con una superficie superior a los 1.000m² dominan el negocio en el ámbito del comercio no especializado CNAE 471, donde acaparan un 66% de la cuota de mercado (59.690 Millones €) y del comercio de artículos de uso doméstico CNAE 475, en el que generan el 38% de la cifra total de ventas (7.540 Millones €). Pero son las empresas de menos de 120 m² las que tienen mayor cuota de mercado en el comercio alimenticio en establecimientos especializados CNAE 472, donde generan un 82% de la cifra total de ventas que se registra (17.373 Millones €), y en el comercio de otros artículos en establecimientos no especializados CNAE 477, donde concentran el 60% de la cifra de negocio (26.975 Millones €). En consecuencia, el comercio minorista en establecimiento físico puede clasificarse en torno a tres modelos en función de su superficie de venta:

- ◆ Por un lado los establecimientos de más de 1.000 m² (10mil establec.), que aunque representan solo el 2% del tejido productivo del comercio minorista, son los que más cuota de mercado concentran, con un 38% del total (78mil Millones €); y en términos de empleo, son los segundos con más población ocupada y reúnen al 27% de las personas que trabajan en el sector (399mil personas).
- ◆ En un espacio intermedio, los establecimientos de entre 120 y 1.000 m², que suponen el 22% del tejido productivo del comercio minorista, concentran un 30% de la cifra de negocios y un 29% de la población ocupada en el sector.
- ◆ Y, por último, los establecimientos de menos de 120 m² (331mil establec.), que componen el 76% del tejido productivo del comercio minorista y son, además, los que reúnen a la mayor proporción de población ocupada del sector, un 44% del total (643mil personas), generando un 32% de la cifra de negocio total del comercio minorista (66.198 Millones €).

En conclusión, el comercio minorista en establecimientos físicos también ha evolucionado en sus niveles de implantación territorial y de concentración de cuota de mercado, ampliándose en los establecimientos de mayor tamaño y superficie de venta a lo largo del tiempo, mientras que ha tendido a menguar en los establecimientos de menor tamaño.

Comentario aparte merece la constatación de enormes empresas “tractoras” en el sector, que unifican la oferta comercial, muy intensas (concentradoras) en empleo y con gran omnicanalidad, que son por su propia naturaleza ámbitos estratégicos para su sindicalización y desarrollo representativo y afiliativo, como bases

¹⁵ Fuente: INE, jun2022, Encuesta de Productos del Sector de Comercio 2021 (último dato disponible).

para la mejora de sus marcos de condiciones laborales, contrastando en este sentido con el tejido tradicional de pequeño formato, con tasas de empleo mínimas, que no hacen factible su sindicalización.

También cabría mencionar, en relación con los dimensionamientos, la realidad en parte de la distribución alimentaria, al coexistir las grandes marcas con un sistema de franquicias atendidas desde redes logísticas de los grandes distribuidores, que esquivan en muchos casos las limitaciones horarias marcadas optando por formatos más pequeños y "flexibilizando" con ello el horario de apertura.

Distribución territorial de las empresas y el empleo

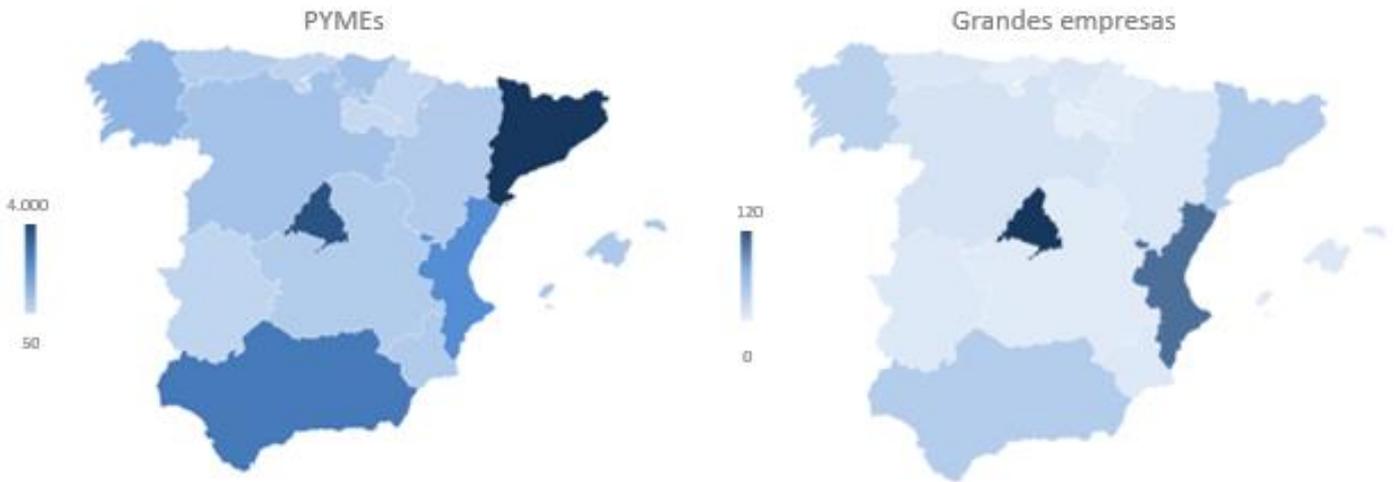
Los procesos demográficos de despoblación de las zonas rurales y de concentración urbana, condicionan el mapa empresarial del comercio minorista. Más de la mitad de los locales¹⁶ del comercio minorista se han establecido en los grandes núcleos poblacionales: en Andalucía se concentra el 20% de las empresas (107mil empresas), en Cataluña el 17% (90mil empresas); en Madrid el 12% (63mil empresas) y en Valencia el 11% (60mil empresas).

A los procesos demográficos, se suman la falta de una regulación homogénea en materia de horarios y de días festivos y la competencia fiscal interautonómica, que terminan de dibujar el mapa de la desigualdad territorial. Así, la distribución territorial de las empresas del comercio minorista según el tamaño de sus plantillas dibuja un mapa polarizado: aunque en todas las CCAA el tejido productivo se compone de una mayoría de microempresas, no en todas las CCAA tienen equivalente implantación las PYMEs y las grandes empresas.

De esta forma, las CCAA que se benefician del efecto sede atraen a las empresas más fuertes y competitivas: más de la mitad de las PYMEs y grandes empresas del sector están establecidas en Cataluña (22% del total), la Com. de Madrid (19% del total), Andalucía (14% del total) y la Com. Valenciana (12% del total); mientras que en CCAA más afectadas por procesos de despoblación y cuya actividad comercial está más condicionada por la intermitencia de la actividad turística, se constata la desertización del tejido empresarial de las PYMEs y las grandes empresas, lo que les lleva a conservar una mayor dependencia del comercio de proximidad y, por tanto, de un tejido empresarial más atomizado: La Rioja (0,4% del total), Navarra (0,5% del total), Extremadura (0,9% del total), Cantabria (1,2% del total) y Asturias (2,1% del total).

¹⁶ Fuente: INE, dic2022, Directorio Central de Empresas, DIRCE

Distribución de las empresas por CCAA



Gráficos 7 y 8. Fuente: INE. DIRCE

En consecuencia, el empleo se distribuye de forma análoga en los distintos territorios: son los grandes núcleos poblacionales los que concentran las mayores proporciones de población asalariada en el comercio minorista: 17% en Cataluña (227mil personas), 16% en Andalucía (219mil personas), 14% en la Com. Madrid (189mil personas) y 12% en la Com. Valenciana (170mil personas).

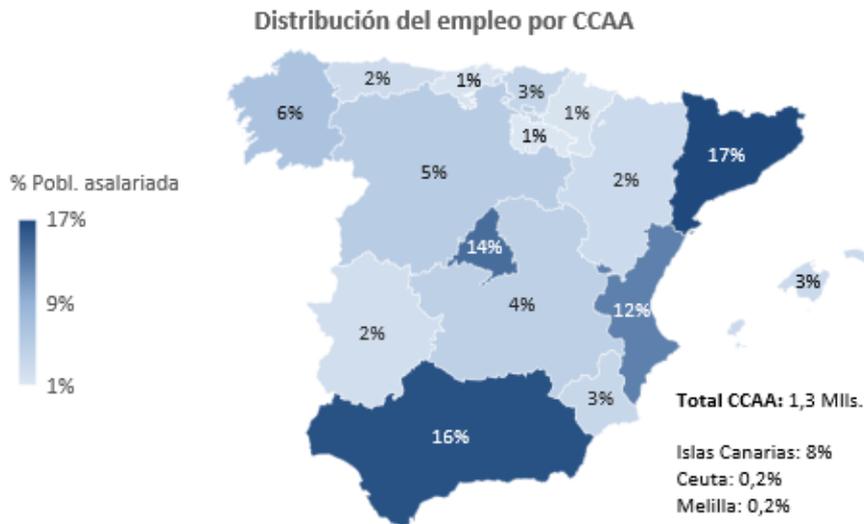


Gráfico 9. Fuente: INE. EPA

EVOLUCIÓN DEL TEJIDO PRODUCTIVO DEL COMERCIO MINORISTA

Evolución de las ventas y el empleo

La cifra de ventas del comercio minorista¹⁷ ha crecido un +10,0% respecto a 2015¹⁸ y la evolución del índice de ocupación¹⁹, aunque también registra una tendencia positiva, muestra un crecimiento más modesto en este periodo, del +6,5%.

En comparación con 2015, la evolución que siguen las ventas y la ocupación en las distintas CCAA refleja que el sector del comercio ofrece distintos grados de rentabilidad en función del territorio: las regiones que más han incrementado la cifra de ventas son la Com. Madrid, que factura un +32,8%; e Islas Baleares, que genera un +24,6% de cifra de negocio. Por el contrario, la cifra de ventas está en retroceso en Extremadura, donde cae un -2,7%; y en Castilla y León, donde se pierde un -1,3% de la cifra de negocio.

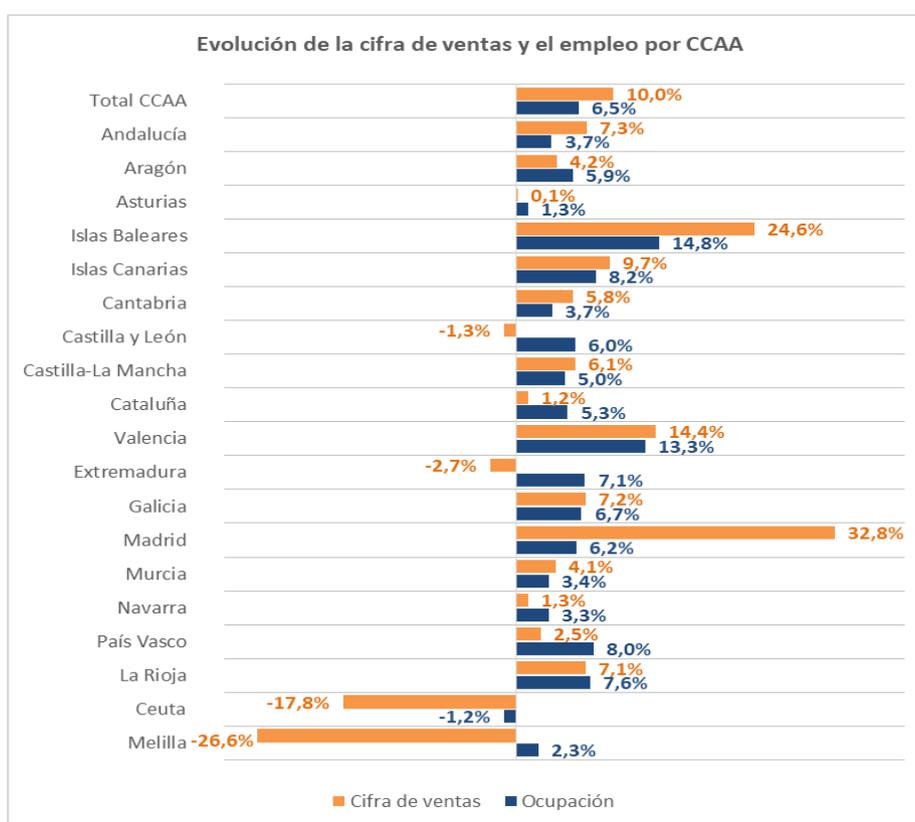


Gráfico 10. Fuente: INE. ICM

Pero la ventaja competitiva en la que se sitúan la Com. de Madrid e Islas Baleares no está repercutiendo positivamente sobre el empleo, puesto que ambas son las CCAA que registran el mayor diferencial entre la evolución de la cifra de negocio y la evolución de la cifra de ocupación: en la Com. de Madrid la ocupación sólo crece un +6,2% y en Islas Baleares un +14,8%.

¹⁷ Fuente: INE, may2023, Índices de comercio al por menor (ICM).

¹⁸ Se toma 2015 como referencia para la comparación porque es el año base de la última serie publicada del ICM. Se descartan las variaciones del año 2014 para el análisis porque están publicadas en base 2010.

¹⁹ En la Estadística del ICM, población ocupada incluye tanto al personal remunerado como al no remunerado que trabaja y/o pertenece a la empresa o es remunerado por ella.

Paradójicamente, sucede también que, incluso en las CCAA que han perdido cifra de negocio, el índice de ocupación ha aumentado: en Extremadura se ha incrementado un +7,1%, en Castilla y León un +6,0%.

El análisis territorial muestra que la heterogeneidad normativa en materia de horarios comerciales y de fiscalidad están desequilibrando los parámetros de competencia entre las CCAA. Y son precisamente las regiones que están aplicando las políticas de liberalización del sector de forma más intensiva las que registran una mayor brecha entre la positiva evolución de la cifra de negocio y la moderada evolución en la creación de empleo.

Por otro lado, realizando el análisis de forma desagregada por modos de distribución²⁰, se comprueba de nuevo que las grandes cadenas son las que más cuota de mercado han ganado, con un incremento de la cifra de negocio del +31,9% desde 2015, y aunque también han generado empleo en mayor medida, lo han hecho a un ritmo muy inferior al de sus ventas, puesto que registran un aumento del índice de ocupación del +22,0%. Les siguen las grandes superficies, que muestran un aumento de ventas del +12,7% y del +9,5% en las cifras de ocupación.

Esta diferente evolución entre el índice de ventas y el índice de ocupación, pone de manifiesto que las estrategias de rentabilidad de las grandes empresas descansan en gran medida sobre la intensificación de los procesos de trabajo para sus plantillas.

En la situación opuesta encontramos a las empresas unilocalizadas, las únicas que han visto caer sus ventas un -5,4%, aunque para mantener su actividad no han destruido empleo en términos netos al registrar crecimientos del índice de ocupación del +2,4%. Lo que significa que, no tienen capacidad para mantener su cuota de mercado y son cada vez menos rentables.

En cuanto a las pequeñas cadenas, mantienen su volumen de facturación con un ligero incremento del +3,6%, pero dejan un registro negativo en su índice de ocupación, que cae un -3,8%; lo que demuestra que han destruido empleo en términos netos para mantener su cifra de negocio.

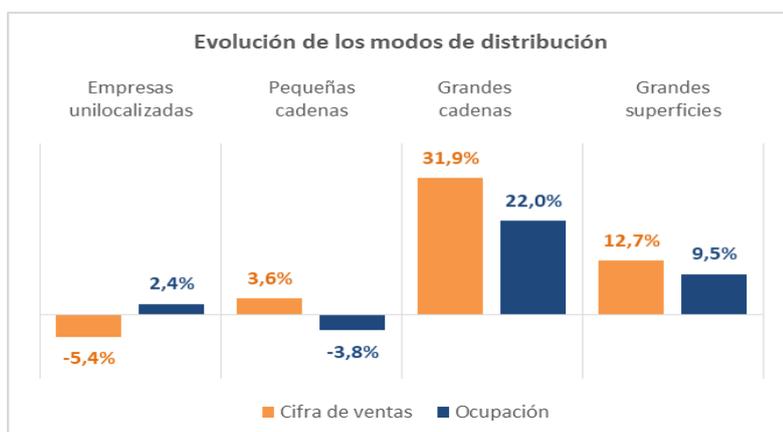


Gráfico 11. Fuente: INE. ICM

²⁰ Según la clasificación del ICM, se distinguen los siguientes modos de distribución:

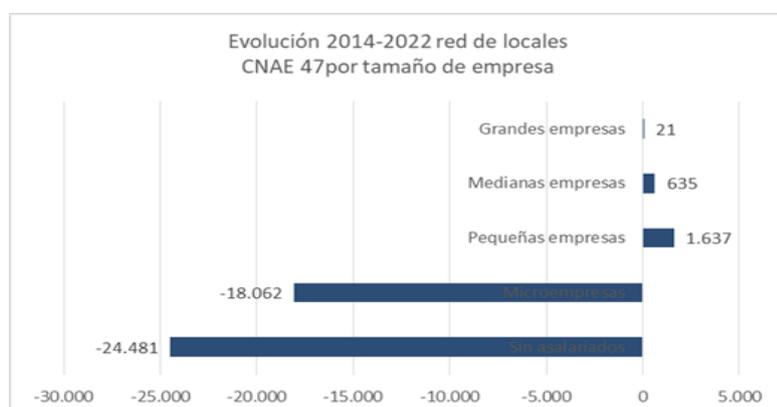
- . Empresas unilocalizadas: empresas con un único local
- . Pequeñas cadenas: empresas con menos de 25 locales y plantillas de menos de 50 personas
- . Grandes superficies: empresas cuya superficie de venta es superior a los 2500m²
- . Grandes cadenas: empresas que reúnen menos de 25 locales y plantillas de más de 50 personas

Evolución de la red de locales y el empleo

Se estima que desde 2014 la red de locales²¹ de comercio minorista se ha reducido un 7%, lo que significa que hay 40mil locales menos operando en el sector. Esta tendencia no se replica en el conjunto de la economía, donde el dinamismo de otras actividades económicas ha permitido la apertura de más de 410mil locales nuevos, ampliando un 12% hasta ahora la red de establecimientos de negocio en el país.

La comparativa con 2014 muestra que el cierre de locales se reproduce en todas las regiones autonómicas sin excepción y además afecta a la mayoría de divisiones del comercio minorista (excepto al comercio de combustible, la venta minorista en puestos y mercadillos y el comercio online).

Pero, además, delimita una frontera clara en la evolución que siguen los establecimientos según el tamaño de sus plantillas. Los ceses de actividad se registran entre las empresas sin asalariados (-8%; -24mil locales) y las microempresas (-2%; -18mil locales). Por el contrario, los locales con plantillas superiores a las 20 personas incrementan su competitividad y son los que se consolidan con nuevas aperturas en el sector minorista.



	2022	2014
Sin asalariados	273.208	297.689
Microempresas	252.039	270.101
Pequeñas empresas	15.720	14.083
Medianas empresas	2.306	1.671
Grandes empresas	385	364
TOTAL ESTABLECIMIENTOS	543.658	583.908

Tabla 5. Fuente: INE. DIRCE

Gráfico 12. Fuente: INE. DIRCE

Paralelamente, en términos de empleo, en el comercio minorista se han destruido más de 56mil puestos de trabajo desde 2014, por lo que el sector minorista ha perdido un 3,0% de su población ocupada (en 2014 se empleaban 1.875,3Mlls. de personas). Este comportamiento regresivo que muestra el empleo del sector tampoco tiene correlato en el conjunto de la economía, ni tampoco en el conjunto del sector comercial, pues en ambos casos la tendencia en la última década ha sido al crecimiento del empleo.

El año 2022 culminó manteniendo las cifras de empleo del conjunto de la economía en cotas históricas, al registrar más de 20Mlls de personas ocupadas, lo que determina un crecimiento acumulado del +17,6% del volumen de ocupación respecto a 2014. Comportamiento al alza que también queda registrado en el conjunto del comercio, donde la población ocupada total se situó en 2.985,8mil personas en 2022 y, por tanto, el crecimiento acumulado del empleo es del +4,2% respecto al año 2014.

La caída de la ocupación en el comercio minorista se explica por la desaparición de casi 97mil autónomos (-25% desde 2014), pero también por la destrucción del tejido productivo local, que ha supuesto la pérdida de más de 22mil empresarios, cooperativistas y miembros de negocios familiares (-12% desde 2014), que

²¹ Fuente: INE, dic2022, Directorio Central de Empresas, DIRCE

son quienes encaran las dificultades crecientes para aguantar la competitividad y sobrevivir en el mercado, pese a cumplir con una función de dinamización del empleo local y de cohesión social en el territorio.

Sin embargo, esta dinámica de transformación que opera en el tejido productivo no tiene un coste directamente negativo en términos de empleo asalariado: la población empleada en el sector privado ha conservado un crecimiento del +4,9% desde 2014 (+63,6mil personas), gracias a que no se ha destruido tejido productivo de las PYMEs y las grandes empresas. Sin embargo, pese a que las empresas con mayor tamaño y con más potencialidad para generar puestos de trabajo han ganado implantación en el comercio minorista, el ritmo de creación de empleo en el sector es notablemente inferior al pulso medio que marca el total de la economía, donde la población asalariada se ha incrementado un +21,2% desde 2014 (+2,4Mlls personas).

Ahora bien, la contracción de la cifra de población asalariada que se registra en el sector, se explica por la destrucción de empleo en dos de los subsectores del comercio minorista con mayor peso específico: se pierden 26,6mil puestos en el 472-Comercio alimenticio (-13% desde 2014) y 13,3mil en el 475-Comercio de uso doméstico (-9% desde 2014). Por el contrario, la creación de empleo se concentra en el 471-Comercio no especializado (+18,3%, +76mil asalariados) y en el 477-Comercio especializado (+8,9%, +31mil asalariados).

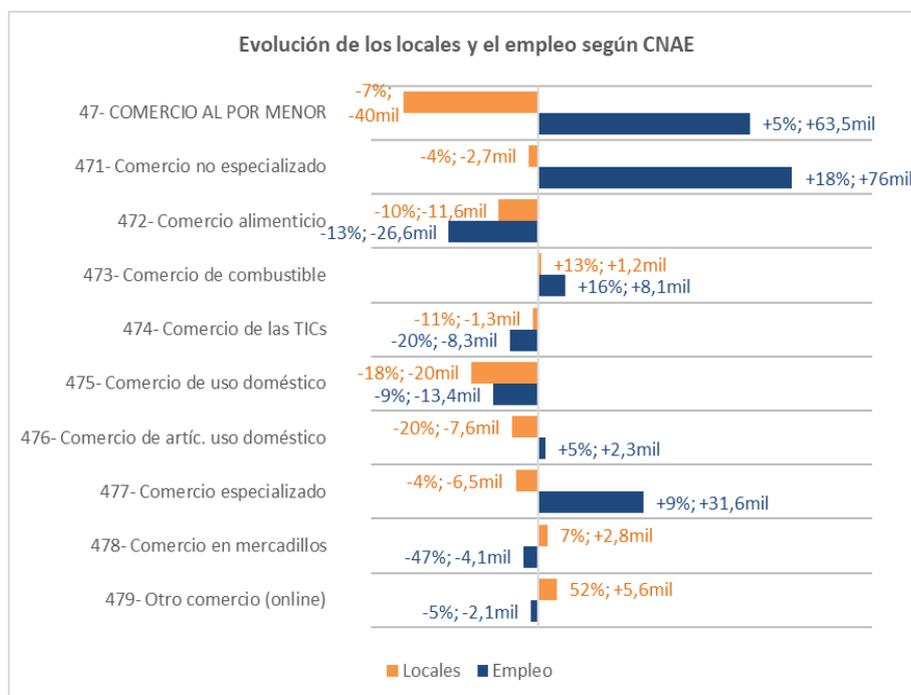


Gráfico 13. Fuente: INE. DIRCE

Territorialmente, la disminución de población asalariada se localiza en cuatro Comunidades Autónomas, siendo la Com. de Madrid la que más puestos de trabajo ha destruido (-13%, -27mil empleos asalariados desde 2014). Pero es Islas Baleares la comunidad que ha perdido empleo en el sector a más velocidad (-18% desde 2014). Les siguen País Vasco (-7,6mil personas; -13% desde 2014) y Cataluña (-1,2mil personas; -1% del total).

En el resto de CCAA la población asalariada ha aumentado. En términos absolutos es Andalucía donde más crece el número de personas asalariadas trabajando. Pero es en Castilla La-Mancha, Murcia, Cantabria y Galicia donde más ha aumentado la población asalariada respecto a su capacidad de crear empleo.

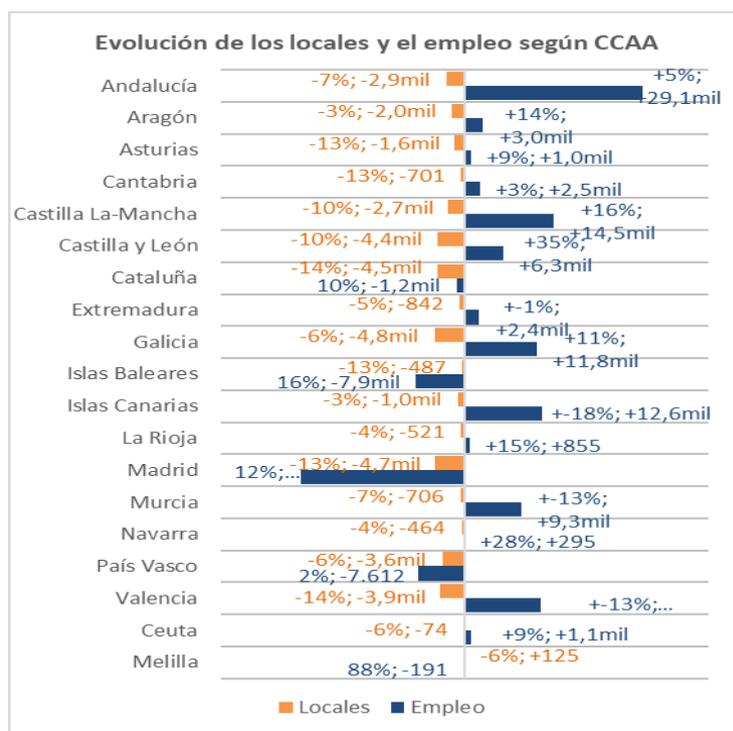


Gráfico 14. Fuente: INE. DIRCE

Teniendo en cuenta las **ocupaciones profesionales**, la huella que deja el recorte de empleo asalariado en dos de los sectores con más peso específico es de 84mil vendedores menos trabajando en la distribución minorista. Por el contrario, crece el empleo en las ocupaciones que organizan las cadenas de venta y consumo en tiendas y almacenes, así como en las ocupaciones que dan soporte comercial desde oficinas.

CNAE 47- COMERCIO AL POR MENOR	PROMEDIO 2022				Dif.2019	
	Asalariados	% del total	Hombre	Mujer	Ambos sexos	
Ocupaciones profesionales mayoritarias						
1	522- Vendedores en tiendas y almacenes	626.269	46%	166.675	459.593	-84.288 -12%
2	550- Cajeros y taquilleros	153.686	11%	21.024	132.662	15.647 11%
3	521- Jefes de sección en tiendas y almacenes	80.326	6%	30.151	50.175	11.257 16%
4	982- Reponedores	56.245	4%	29.980	26.266	-682 -1%
5	543- Expendedores de gasolina	42.636	3%	28.102	14.534	-1.089 -2%
6	562- Técnicos aux. de farmacia y emerg. sanitarias y otros trabaj. de los cuidados	42.337	3%	7.451	34.886	727 2%
7	981- Peones del transporte, descargadores y afines	35.917	3%	29.276	6.641	-706 -2%
8	214- Farmacéuticos	26.584	2%	4.643	21.941	-2.633 -9%
9	351- Agentes y representantes comerciales	25.236	2%	16.819	8.417	-861 -3%
10	412- Empleados de registro de materiales, serv. apoyo a la prod. y transporte	18.697	1%	12.834	5.863	6.014 47%
11	841- Conductores de automóviles, taxis y furgonetas	16.951	1%	16.646	305	-2.836 -14%
12	450- Empleados admin. con tareas de att. Público	16.791	1%	2.596	14.195	2.666 19%
13	430- Otros empl. admin. sin tareas de att. público	16.484	1%	5.139	11.345	-5.452 -25%
14	770- Trab. industria alimentación, bebidas y tabaco	13.234	1%	5.603	7.631	-5.122 -28%
15	143- Directores y gerentes de empresas de comercio	13.130	1%	6.252	6.878	586 5%
16	411- Empleados contables y financieros	10.125	1%	2.284	7.841	380 4%
17	442- Empleados de agencias de viaje, recepcionistas de hoteles y telefonistas	9.826	1%	2.147	7.679	944 11%
18	921- Personal de limpieza de oficinas, hoteles y otros establ.	9.528	1%	992	8.537	-4.613 -33%
19	265- Otros prof. de las ventas, la comercialización, la publicidad y las rr.pp.	8.512	1%	2.692	5.819	2.312 37%
20	122- Directores comerciales de publicidad, rr.pp., investig. y desarrollo	7.986	1%	5.101	2.885	2.502 46%
TOTAL asalariados del sector privado		1.368.583	90% del total	474.204	894.379	-64.951 -5%

Tabla 6. Fuente: INE. EPA

LAS CONDICIONES LABORALES Y LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA EN EL COMERCIO MINORISTA

Condiciones laborales

Pese a la influencia del factor de estacionalidad en la actividad anual del comercio minorista, la tasa de temporalidad²² del sector tradicionalmente ha sido más contenida que la del conjunto de la economía, una realidad que mejora tras la aplicación de la Reforma Laboral en 2022, que ha hecho descender la tasa de temporalidad del sector hasta el 11% en 2023 (15% en 2022 y 22% en 2014), mientras que la tasa de temporalidad media del conjunto de la economía se ha frenado en el 14% en 2023 (19% en 2022 y 25% en 2014).

El comercio de combustible y el de artículos culturales y recreativos (6% y 5% respectivamente) flexionan la tasa de temporalidad del sector hacia abajo, mientras que el resto de divisiones superan el umbral del 11% que fija la tasa media del comercio minorista; inclusive el comercio no especializado y el especializado (12% respectivamente), pese a ser los subsectores en los que operan las empresas de mayor tamaño y, por tanto, las empresas que al contar con plantillas más grandes están menos expuestas a la volatilidad productiva. Únicamente en el comercio en puestos de ventas y mercadillos podría explicarse la excesiva temporalidad (31%) por la idiosincrasia de su actividad productiva.

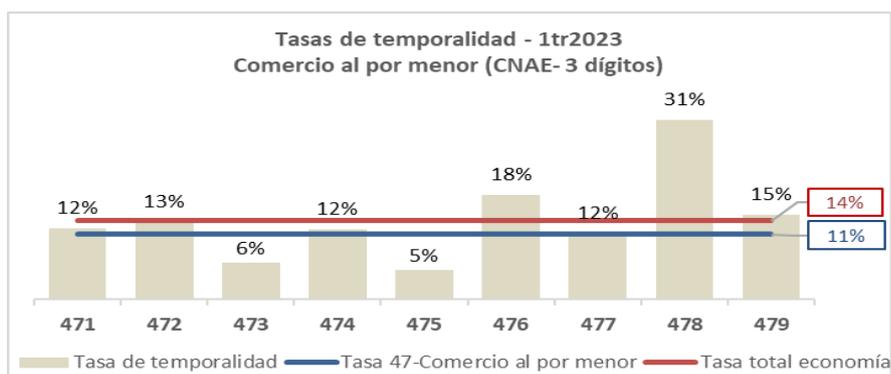


Gráfico 15. Fuente: INE. EPA

La nota negativa la pone la tasa de parcialidad del sector, que llega a alcanzar el 26% en el 2023, con un impacto especialmente relevante entre las mujeres del sector, donde la cifra escala hasta el 32% (13% entre los hombres). Además, prácticamente no se ha corregido en el último decenio (26% en 2022 y 27% en 2014) y tampoco ha reducido su mayor impacto en el empleo femenino (2014: 33% tasa de parcialidad femenina, 16% tasa de parcialidad masculina). Esta situación no se replica en el conjunto de la economía, donde la tasa de parcialidad general es 9 p.p. inferior y ha descendido hasta el 17% en 2023 (17% en 2022 y 20% en 2014).

La elevada parcialidad es transversal a la mayoría de actividades del comercio minorista, en lo que supone una herramienta no pactada por las empresas para flexibilizar la mano de obra y los tiempos de trabajo, en no pocas ocasiones recurriendo a horas complementarias y ampliaciones coyunturales.

²² Fuente: INE, abr2023, Encuesta de Población Activa (EPA).

Ni las actividades que demandan más mano de obra, el comercio especializado (CNAE 477, 31%) y el comercio no especializado (CNAE 471, 25%), reducen la parcialidad, lo que evidencia que las jornadas parciales son el instrumento al que recurren las empresas para acortar los costes laborales.

De nuevo sólo en el comercio en puestos de venta y mercadillos la prevalencia de la parcialidad (CNAE 478, 57%) puede explicarse por la propia naturaleza de la actividad productiva.

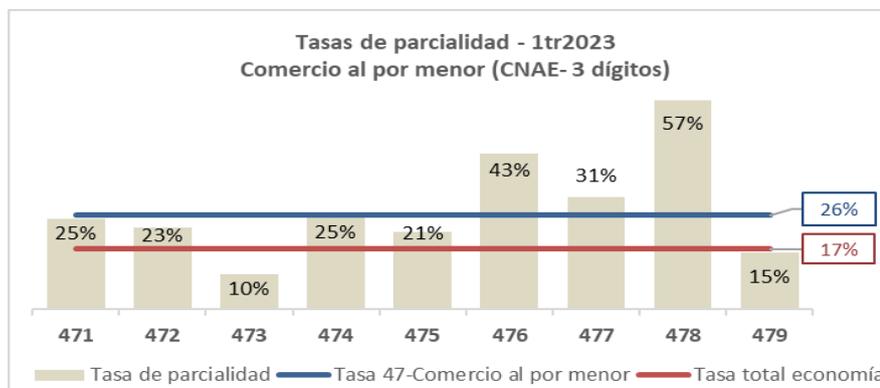
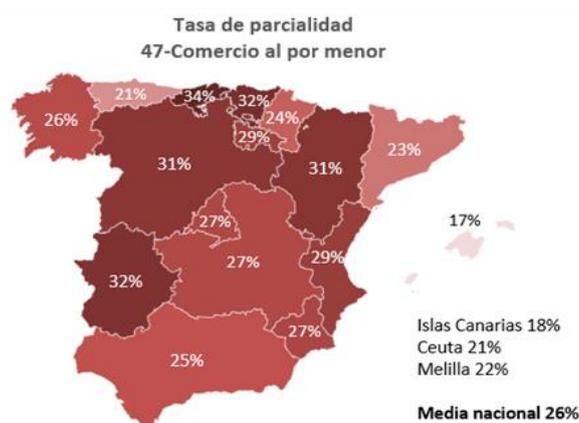
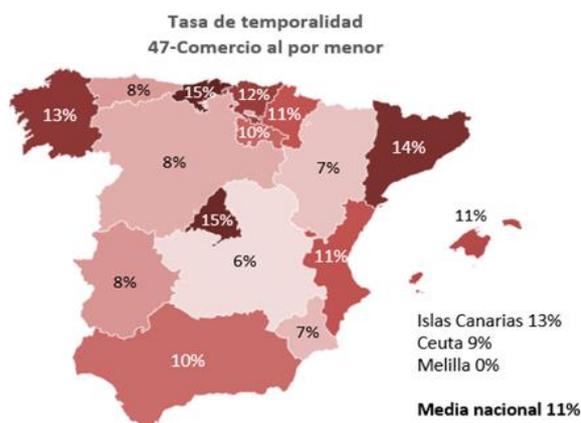


Gráfico 16. Fuente: INE. EPA

En un análisis territorializado, despuntan la Com. de Madrid (15%), Cantabria (15%) y Cataluña (14%) por registrar las tasas de temporalidad más elevadas.



Gráficos 17 y 18. Fuente: INE. EPA

Hay también once CCAA que registran una tasa de parcialidad superior al umbral del 26% que fija la media del país en el comercio minorista. Únicamente registran tasas ligeramente inferiores las dos regiones insulares, Asturias, Cataluña, Navarra y Andalucía.

Condiciones salariales

El sector del comercio ocupa el quinto lugar en la lista de sectores económicos con las remuneraciones más bajas²³, situando la ganancia media anual de las personas empleadas en el sector del comercio en

²³ Fuente: INE, jun2023, Estadística de Estructura Salarial (EES).

2021 en 22.215€ anuales, lo que implica que se cobra un 14,2% menos que en la media de la economía española (25.870€ anuales).

Aunque en el último decenio los salarios en el sector comercio han crecido un 12,4% (19.772€ anuales en 2014), el diferencial respecto a la ganancia media del conjunto de la economía se ha agudizado, pues en 2014 los salarios del comercio se situaban un 13,5% por debajo de la retribución media.

Además de evidenciar por tanto que el comercio es un sector de bajas remuneraciones, se caracteriza también por su acusada brecha de género, que escala hasta el 25% (18% de media en la economía). Así, la ganancia media de las mujeres empleadas en el comercio es de 19.026€ anuales (un 14% inferior a la retribución media del sector), frente a los 25.298€ de ganancia anual para los hombres empleados en el sector.

Aumento de las cargas de trabajo

Junto a las altas tasas de empleo a tiempo parcial y los bajos salarios, hay que señalar también como un indicador fundamental de la baja calidad en el empleo, las **sobrecargas de trabajo** que el personal de comercio soporta **en los periodos de** concentración de ventas que marcan las campañas de **rebajas**.

Estas campañas se han venido extendiendo en el tiempo a lo largo del año (rebajas de enero, de verano, campañas prenavideñas del *black Friday* o *cyber Monday* en noviembre, compras de navidad...), de forma que cada vez resultan más amplias las épocas del año en que el personal del comercio minorista afronta esos periodos promocionales y de concentración de ventas, con un incremento exponencial de las cargas de trabajo.

Sin embargo, los **volúmenes de contratación extra o de refuerzo en esos periodos resultan absolutamente marginales** durante los periodos de actividad punta de verano (aprox. +4%) y navidad (aprox. +2%)²⁴. En consecuencia, las plantillas del comercio minorista sufren prolongaciones de jornada, periodos sin descanso, improvisación de calendarios, o sobreesfuerzos físicos en el puesto de trabajo, por ejemplo, que **inciden de forma negativa en su salud y en sus posibilidades de conciliación**.

Desajuste entre oferta y demanda de empleo

La última información estadística disponible revela que en el sector del comercio se registran actualmente unas 16mil vacantes²⁵ disponibles para las personas demandantes de empleo, lo que equivale al 12% del total de puestos de trabajo sin cubrir del conjunto de la economía.

La citada fuente no permite desagregar la información por divisiones de actividad, pero según el Informe de Tendencias del mercado de trabajo en España del año 2023²⁶, publicado por el Observatorio de las Ocupaciones del Servicio Público de Empleo Estatal, el comercio al por menor se encuentra entre la lista de actividades económicas en las que se detecta un mayor número de vacantes sin cubrir. Y por

²⁴ Fuente: Seg.Soc. Afiliación media mensual RG CNAE 47.

²⁵ Fuente: INE, jun2023, Encuesta Trimestral de Coste Laboral (ETCL). Se toma por referencia el dato promedio de 2022 para corregir el efecto de estacionalidad. Con todo, el dato promedio anual es superior al dato conocido en la última publicación de la ETCL, según la cual en el 1^{er} trimestre de 2023 en el sector del comercio quedaron registradas más de 14mil vacantes, esto es, el 10% del total de vacantes cifradas (149,6mil).

²⁶ Informe disponible en la [página web del SEPE](#)

ocupaciones profesionales, la de vendedores en tiendas y almacenes es de las que registran vacantes con mayor dificultad de cobertura.

La ocupación de vendedores en tiendas y almacenes se encuadra dentro de las ocupaciones elementales, por lo que no puede aducirse como causa de las dificultades de cobertura la falta de competencias técnicas y/o transversales.

De hecho, según el Informe de Prospección y Detección de Necesidades Formativas del año 2022²⁷ elaborado por el mismo Observatorio, las ofertas de empleo de vendedores en tiendas y almacenes demandan un perfil profesional con competencias básicas.

El desajuste entre la oferta y la demanda de empleo en el comercio minorista parece responder más bien a un desacuerdo con las condiciones del puesto de trabajo que ofrecen las empresas y a un sesgo generacional por parte de ellas en la contratación laboral que realizan.

Así, según la información que hace pública el SEPE sobre paro y contratos, al cierre de 2022 se registraron 454mil demandantes de empleo que solicitaron como primera ocupación la de vendedores en tiendas y almacenes. De ese total, 321mil personas figuran como paradas (71% del total) y atendiendo a los grupos de edad de las personas paradas demandantes de empleo, el 46% son mayores de 45 años, el 35% tienen entre 35 y 45 años y solo el 20% son menores de 30 años. Sin embargo, la proporción se invierte en términos de contratación: el 56% de los contratos los firman menores de 30 años, el 31% quienes tienen entre 35 y 45 años y solamente el 13% restante los mayores de 45 años.

Estos datos se complementan con la cifra de paro de larga duración, que alcanza el 43% en esta profesión. Mientras que, la contratación entre el colectivo de parados de larga duración apenas supera el 2%.

Se constata por tanto un desequilibrio por grupos de edad en los datos de paro y contratos, que sacan a la luz un sesgo generacional en la gestión de la oferta de empleo, según el cual se desestiman las demandas de empleo de los mayores de 45 años, que son quienes además componen de forma mayoritaria el colectivo de parados de larga duración.

Además, tras la pandemia, del total de casi 1 millón de nuevos empleos, se cuantifica un 25% de ellos ocupados por menores de 30 años. Sin embargo, en este periodo el sector de Comercio (CNAE G) registra una pérdida de 45mil empleos de menores de 30 años, lo que deja entrever que la positiva evolución del mercado de trabajo tras la crisis sanitaria, ha favorecido la incorporación de los jóvenes a puestos de trabajo con mejores condiciones laborales y vinculados a sus competencias formativas, reduciendo el la dependencia de este colectivo del sector del comercio como puerta de entrada al mercado laboral.

El análisis deja por tanto **una evidencia que, justamente, y más en un sector que se configura claramente como una primera puerta para la empleabilidad joven, hace estratégico proyectar planes de carrera y formación como medida de retención del talento.**

²⁷ Informe disponible en la [página web del SEPE](#)

NEGOCIACIÓN COLECTIVA EN COMERCIO: ESTRUCTURA Y SITUACIÓN

La estructura de la negociación colectiva en el sector comercial es enormemente heterogénea, y se compone principalmente por:

- **9 convenios colectivos sectoriales estatales, que dan cobertura a casi 350mil personas trabajadoras**, entre los que destaca el de Grandes Almacenes, además de Ortopedias, Droguerías, Tiendas de conveniencia, Flores y Plantas, Jardinería, Artes gráficas y *Merchands*. De las 350.000 personas de ámbito de aplicación de estos convenios, el 84% tiene sus convenios vigentes, el 14% en negociación iniciada en 2023 y solo un 2% con negociación desde hace más de 1 año.
- **20 convenios de Grupo o Empresa de ámbito superior a 1.000 personas trabajadoras**, localizados en Supermercados (Mercadona, Consum, Lidl, Eroski, Grupo Día, Ahorramás, Champions, Supercor, entre otras), además de parte del comercio Textil (Primark, Kiabi) y Grandes Formatos (WDF, Decathlon, Sprinter...), que junto con otros convenios de empresas de tamaño inferior, **dan cobertura a unas 300.000 personas trabajadoras**. Todos estos convenios están en estado de vigencia.
- **179 convenios colectivos sectoriales provinciales o, en su caso, autonómicos**, en una realidad de enorme atomización y heterogeneidad (generales, de pluralidad de subsectores, de un solo subsector, con ámbitos de aplicación que van desde menos de 100 personas a 100.000...), **que dan cobertura en torno a 1.300.000 personas trabajadoras del sector**. Como ejemplos extremos de atomización, 56 de ellos tienen un ámbito de menos de 1.000 personas (totalizando 30.000 personas de aplicación), otros 62 convenios dan cobertura a un ámbito de entre 1.000 y 5.000 personas (totalizando 160.000 personas de aplicación). De estos 179 convenios, **50 acumulan un proceso de negociación de más de 18 meses** y 61 han iniciado su negociación en 2023.

Estos datos demuestran **el nivel de atomización de la estructura territorial de negociación colectiva sectorial en Comercio**, que no solo resulta ineficiente en términos de gestión de la misma y de potencialidad de construcción organizativa, sino que **incide directamente de forma negativa sobre la fortaleza del ámbito negocial y la capacidad sindical para el desbloqueo de los procesos de negociación**. En consecuencia, el nivel de cobertura medio de los 50 convenios colectivos de Comercio que acumulan más de 18 meses de negociación es de 3.965 personas trabajadoras, esto es, menos de la mitad del nivel de cobertura medio de los convenios provinciales sectoriales en situación de vigencia o con negociación recién iniciada, y muy lejos de las 20.000 personas de cobertura media de los convenios sectoriales provinciales de Hostelería o de las 50.000 personas de cobertura media de los convenios sectoriales estatales del conjunto de sectores de nuestra Federación.

Evidentemente, más allá de la constatación de la ineficiencia que produce la atomización sobre buena parte de la estructura de negociación colectiva en el sector, no resulta en absoluto sencillo ir corrigiendo la misma, caminando hacia convenios sectoriales estatales o autonómicos o al menos, convenios sectoriales únicos provinciales de comercio, debido a los intereses en clave provincial de patronales y personas asesoras de la parte empresarial, así como por la falta de compromiso de la CEOE y de sus estructuras territoriales.

Por otro lado, la situación de decaimiento en la práctica del AMAC (Acuerdo Marco del Comercio) desde 2018, como marco vertebrador de la negociación colectiva del sector, no ayuda a esta estrategia de refuerzo

de su estructura, que seguimos desplegando a través del **impulso sindical que estamos realizando de forma proactiva para marcos únicos provinciales o marcos autonómicos**, así como en otros espacios que pueden abrirse en el marco de las **grandes marcas de Comercio textil** donde la patronal ARTE recientemente ha promovido la negociación de un convenio colectivo y, en su caso, de **Alimentación**.

Regulación y racionalización del tiempo de trabajo a través de la Negociación Colectiva en Comercio

En términos de negociación colectiva, hay que tener en cuenta que las leyes de liberalización horaria han trasladado la responsabilidad de regular el trabajo en domingos y festivos a los agentes sociales.

La Ley 1/2004 y los sucesivos reales decretos que la modifican y complementan operan desregulando las limitaciones temporales a la apertura y cierre de establecimientos comerciales. De este modo, autorizan la explotación del factor trabajo más allá de la semana laboral ordinaria, pero no dan cobertura jurídica en materia de normativa laboral, ni garantizan los adecuados periodos de descanso.

Esto supone poner a pivotar sobre la negociación de los convenios colectivos, la inevitable necesidad de ordenar y normar cómo debe hacerse el llamamiento del trabajo en domingos y festivos; o en su defecto, en ausencia de un pronunciamiento desde la negociación colectiva, autoriza a los comerciantes a explotar el factor trabajo en los términos que dicta la legislación laboral básica, esto es, el Estatuto de los Trabajadores y el Real Decreto 2001/1983, de 28 de julio, sobre regulación de la jornada de trabajo, jornadas especiales y descansos.

La ausencia de un marco de negociación colectiva común en un sector definido por la atomización empresarial, conlleva que en la heterogeneidad de convenios colectivos registrados en el sector se despliegue una miríada de casuísticas particulares para normar el trabajo en domingos y festivos.

En este sentido, **se ha realizado un análisis centrado en los subsectores estratégicos de Grandes Almacenes, Supermercados y Comercio Textil, cuya estructura de negociación colectiva se compone principalmente de:**

- **73 convenios colectivos provinciales o autonómicos**. 39 de ellos son de aplicación a 112.539 personas de Supermercados y 45 de ellos -varios coincidentes con los 39 mencionados- son de aplicación a 145.721 personas de Comercio textil.
- **1 convenio colectivo sectorial estatal, el de Grandes Almacenes**, de aplicación a 228.113 personas.
- **16 convenios colectivos de grupo o empresa**, 13 de ellos de aplicación a 214.000 personas de Supermercados y 3 de aplicación a 11.927 personas de Comercio textil.

En definitiva, **el perímetro de análisis detallado se ha centrado sobre 3 subsectores estratégicos de Comercio que concentran 712.320 personas en 90 convenios** (1 sectorial estatal, 73 sectoriales territoriales, 16 de grupo/empresa), **con los siguientes resultados:**

- 36 convenios colectivos (**40%** del total), que dan cobertura a 88.965 personas (**13%** del total) especifican el trabajo de **lunes a sábado**.

- 14 convenios colectivos (**16%** del total), que dan cobertura a 323.375 personas (**45%** del total) marcan trabajo obligatorio en Domingos y Festivos, aunque **de forma limitada** (en % o en número de domingos y festivos de trabajo obligatorio).
- 9 convenios colectivos (**10%** del total), que dan cobertura a 36.085 personas (**5%** del total) marcan el trabajo en **domingos y festivos como obligatorio, sin matices**.
- 20 convenios colectivos (**22%** del total), que dan cobertura a 73.825 personas (**10%** del total) establecen como **voluntario** el trabajo en **domingos y festivos**.
- 61 convenios colectivos (**68%** del total), que dan cobertura a 603.231 personas (**85%** del total) establecen **algún tipo de compensación** por el trabajo en **domingos y festivos** (económica, en descanso o mixta).

Esta heterogeneidad en la regulación y racionalización del tiempo de trabajo, a través de la negociación colectiva, conlleva un desequilibrio sectorial y territorial en los parámetros de competencia del sector, en tanto que coexisten distintos umbrales para fijar el valor de explotación del factor trabajo en domingos y festivos; umbrales que no se fijan atendiendo al conjunto de la realidad productiva, sino en función de la fuerza negociadora de cada unidad empresarial, lo que contra intuitivamente propicia un escenario de competencia no equilibrada entre empresarios.

Cara a las condiciones laborales de las plantillas, la ausencia de un pronunciamiento expreso y claro en el conjunto de marcos convencionales respecto al llamamiento del trabajo en domingos y festivos, ex ante autorizado por la normativa laboral básica y desregulado por las leyes de liberalización de horarios de apertura, legitima un marco de inseguridad jurídica para las personas que se emplean en el sector por cuenta ajena, en caso de ausencia de previsión pactada.

La necesidad de acuerdos y compromisos laborales en los escenarios de ampliación de horarios comerciales en Zonas de Gran Afluencia Turística

El marco regulatorio a nivel autonómico, respecto al número de domingos y festivos de apertura, ha permanecido dentro de una relativa estabilidad entre comunidades autónomas, con la única ampliación significativa en los últimos años en Andalucía (que ha pasado de 10 a 16, con carácter general, con la oposición del sindicato). Sin embargo, la ampliación del número de municipios, ámbito territorial y periodos temporales de liberalización de horarios comerciales, en las Zonas de Gran Afluencia Turística, configuran en determinados ámbitos una desregulación de facto que, de no abordarse bajo el principio de consenso entre los agentes del sector y garantizando acuerdos que aborden las implicaciones laborales, impacta negativamente y de forma directa en los tiempos de trabajo, los equilibrios del contrato laboral y los marcos de negociación colectiva.

En este sentido, en el proceso de ampliación que se viene produciendo en años recientes en algunas CCAA, muy particularmente en los **grandes municipios de Andalucía**, desde CCOO se viene reclamando el **consenso de todos los agentes sociales y municipales** en las declaraciones como ZGAT, así como estudios que avalen sus revisiones o ampliaciones, así como que no afecten necesariamente a los horarios comerciales y que no tengan carácter indefinido. Igualmente, se está exigiendo que en las declaraciones o revisiones de las ZGAT deban incorporarse **criterios de empleo (incremento de horas contratadas, reducción de la parcialidad, incremento de la contratación) y medidas específicas de corresponsabilidad y conciliación** en los centros de trabajo que desarrollen su actividad comercial en la ZGAT.

En la línea que el sindicato reivindica, el **Acuerdo social firmado por CCOO en marzo de 2022 para la ampliación de la ZGAT en el municipio de Barcelona**, es un claro ejemplo de posibles soluciones porque queda enmarcado en un consenso político y social impulsado por el Ayuntamiento para ofrecer servicios comerciales a un colectivo de entre 6 y 8 millones de visitantes entre el 15 de mayo y el 15 de septiembre.

Este acuerdo ha sabido conciliar los intereses del conjunto de agentes del sector, incluyendo nuestra principal reivindicación, **un retorno social en términos de calidad y cantidad en el empleo**; y hacerlo sobre la base del principio de **voluntariedad en la prestación de servicios en domingos o festivos** y el **principio de retribución o compensación** (aspectos desarrollados mediante acuerdos laborales con los grandes operadores e incorporado a los convenios colectivos provinciales).

Así mismo refleja la **apuesta específica por la generación de empleo y la reducción de la parcialidad**, con mecanismos de seguimiento del proceso desde la perspectiva de la calidad del empleo; unos mecanismos de seguimiento que constatan datos muy positivos de contratación durante 2022 en el ámbito de dicha ZGAT, también impulsados por la Reforma laboral e indiciarios justamente de lo que buscamos con nuestra propuesta de equilibrio rentabilidad/empleo: el doble de contratación indefinida a tiempo completo, más del doble de contratación indefinida a tiempo parcial, así como reducción a la mitad de la contratación temporal.

CONCLUSIONES

El comercio y la actividad económica han estado siempre en el origen de la creación, expansión y modelo de los núcleos de población, por el desarrollo económico y social que propician. Pero este desarrollo normativo a lo largo del último decenio ha desencadenado una situación heterogénea entre las distintas CCAA, lo que unido a la muy diferente composición de su entramado comercial y también al diferente régimen fiscal en la tributación autonómica, ha incrementado los niveles de desigualdad entre las distintas regiones del país, favoreciendo la concentración de la actividad comercial en las grandes zonas urbanas (especialmente del centro del país, agravando con ello el problema de la despoblación de las zonas rurales y de las ciudades y municipios más pequeños) y en las medianas y grandes empresas (ante las que los pequeños establecimientos de comercio tradicional tienen dificultades de competencia en un entorno también marcado por la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo).

En este marco, la implementación de políticas de apertura en domingos y festivos como estrategia para contrarrestar la competencia del comercio electrónico tiene un impacto directo en la conciliación de la vida personal y laboral de sus plantillas, si no tiene un contrapeso de regulación y racionalización a través de la negociación colectiva de ámbito sectorial y de empresa.

Los marcos convencionales deben ser claves para mejorar la calidad del empleo en el sector, que aunque muestra sin lugar a dudas una drástica reducción de los índices de temporalidad en el último año, como consecuencia de la Reforma Laboral de 2022, aún permanece caracterizado por elevadas tasas de parcialidad (26%), que además se han mantenido prácticamente estables en la última década en comercio, mientras que en el conjunto de actividades económicas se han reducido en 9 puntos.

Para CCOO, el **objetivo fundamental** en materia de horarios comerciales es **conciliar los intereses de competencia de las empresas y de disposición de oportunidades de compra de las personas consumidoras**, con la **correcta adecuación de los niveles de cargas de trabajo de las personas trabajadoras** en el comercio, así como con la **respuesta a sus necesidades de conciliación** de la vida laboral con su vida personal, dotándoles de **mejores condiciones retributivas y de distribución de las jornadas de trabajo, con especial incidencia en los horarios de fin de semana y días festivos**.

Para ello es **necesario establecer marcos normativos homogéneos sobre regulación de horarios comerciales** en el conjunto del país (sin perjuicio de las competencias autonómicas en la materia), enfocar el **desarrollo de las ZGAT bajo el principio del consenso de los agentes del sector** (incluyendo compromisos en el plano laboral) y, muy especialmente, **impulsar de forma proactiva la regulación y racionalización del tiempo de trabajo a través de la negociación colectiva, en torno a la voluntariedad y compensación del trabajo en domingos y festivos, así como el avance en tiempos de descanso y fines de semana de calidad**.

TRES EJES DE PROPUESTAS DE CCOO PARA LA REGULACIÓN DE HORARIOS Y LA RACIONALIZACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO EN EL SECTOR COMERCIAL

1.- POR UN MODELO COMERCIAL EQUILIBRADO Y CON CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN

Promoción del equilibrio entre los distintos formatos comerciales. Apostamos por impulsar desde los diferentes agentes implicados en el sector, el equilibrio entre los diferentes formatos comerciales, como fórmula que propicie el consenso entre los distintos actores, la competitividad de las empresas, la rentabilidad de todos los operadores, el mantenimiento y mejora del empleo, los derechos de conciliación de las personas profesionales del sector y un modelo de ciudades más amable y sostenible.

Integrar los nuevos canales en la actividad principal. Creemos igualmente estratégico integrar los nuevos canales de venta y servicio al cliente en la actividad principal, como estrategia de innovación y garantía de empleo. Por la propia naturaleza de la omnicanalidad, la discusión clásica de los horarios y tiempos de trabajo cobra una nueva dimensión y ofrece oportunidades más sostenibles de conectar conciliación laboral, corresponsabilidad, consumo responsable y racionalización de horarios.

Cambio de paradigma en torno a los horarios de apertura. Apostamos también por promover un cambio de paradigma en cuanto al óptimo equilibrio empresarial de horario de apertura/atención, nivel de ventas y plantilla necesaria (máxime con la aceleración disruptiva que supone el *e-commerce*). Se trata de proponer una distinta asignación de factores de modo que la acción del sindicato a través de la negociación colectiva sea central y ofrezca la oportunidad de poner de relieve la necesidad de abrir el foco a nuevas reflexiones, más allá de la realidad de maximizar los beneficios empresariales; una mirada ampliada al conjunto de la sociedad acerca de los usos y costumbres y la racionalización de horarios.

Equilibrio de las reglas de juego de los formatos disruptivos. Creemos esencial impulsar de forma estratégica medidas destinadas a equiparar la base jurídica, regulatoria, fiscal y de control de los diferentes formatos comerciales, equilibrando y definiendo los marcos en los que compiten los formatos disruptivos, al tiempo que favoreciendo la adaptación de los formatos tradicionales a la realidad y exigencias de las personas consumidoras en la actualidad. En este sentido, se hace necesaria una actualización y homogenización normativa que aborde la digitalización, las nuevas tendencias de consumo, los desafíos y oportunidades vinculados a la economía de las plataformas y el análisis de grandes volúmenes de datos, creando un terreno de juego regulado y nivelado, incluida la adopción de medidas en materia de competencia, también para el comercio *on line* (interior y transfronterizo), que genere equilibrios entre los distintos canales de venta, un marco fiscal homogéneo y la protección y seguridad en el tratamiento de datos personales.

Regulación y legislación: claves para definir el modelo comercial. Desde una perspectiva más amplia y global, además de los enunciados concretos anteriores resulta necesario abordar una optimización, mejora y desarrollo legislativo y normativo de la actividad comercial, en sus diferentes formatos y subsectores de actividad, así como canales de distribución y venta, que se enmarque en un marco regulatorio europeo y aborde aspectos que hoy por hoy presentan vacíos o carencias, con el objetivo de incidir en la definición de un modelo comercial innovador, resiliente y sostenible, en su cuádruple acepción: económica, social, laboral y medioambiental; un desarrollo legislativo que, a nuestro juicio, debería hacerse con la participación y consenso de los diferentes agentes del sector.

2.- POR UNA HOMOGENEIZACIÓN ESTATAL DE LA LEGISLACIÓN DE HORARIOS COMERCIALES

Bajo estas nuevas perspectivas, nuestras propuestas y líneas de actuación en materia de horarios comerciales se basan en abordar de forma consensuada una regulación que pueda homogeneizar lo más posible los horarios comerciales en todo el país, salvaguardando siempre las competencias legislativas en la materia que constitucionalmente ostentan las Comunidades Autónomas, pero que opere como elemento de mayor cohesión económica y social entre las mismas.

Nos pronunciamos, por tanto, por una legislación básica de ámbito estatal en materia de horarios comerciales que:

- Establezca un régimen general que contemple una horquilla de máximos en las horas de apertura diaria y semanal, como elemento también conectado con criterios de sostenibilidad medioambiental.
- Establezca igualmente, en ese régimen general, un límite mínimo y máximo de domingos y festivos de apertura comercial, además de objetivar la capacidad de regular las permutas de los mismos a nivel local, en su caso.
- Adecúe y diferencie el límite para la definición de las zonas de gran afluencia turística (ZGAT), y en su caso sus especificidades en materia de horarios comerciales, a la realidad económica y social de las mismas desde un punto de vista turístico, evitando una interpretación extensiva basada en la aplicación de un único criterio, o la obligatoriedad de que exista (al menos una de ellas) en un municipio con población superior a la que en cada momento señale la ley.
- Contemple el interés general desde un punto de vista amplio y, en base a ello, garantice la participación de todos los actores implicados a través de sus representantes, e incentive el consenso de los agentes sociales y resto de grupos de interés del sector tanto en la definición del marco regulatorio estatal como en su adaptación, seguimiento y control a nivel autonómico y, en su caso, local.

3.- LA NEGOCIACIÓN COLECTIVA SECTORIAL Y EN LA EMPRESA, COMO MARCO PRINCIPAL DE RACIONALIZACIÓN Y REGULACIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO

Impulso del papel de la Negociación colectiva. Sin perjuicio de seguir incidiendo en una regulación homogénea, equilibrada y, sobre todo, consensuada, de los horarios comerciales, apostamos por la potenciación de la negociación colectiva sectorial y en la empresa como el ámbito más directo -y que en mayor medida depende de la fuerza contractual del sindicato- para impulsar garantías y medidas para la racionalización y regulación del tiempo de trabajo, así como de mejora cuantitativa y cualitativa del empleo, inclusive en un entorno de mayor liberalización de los marcos de apertura comercial.

Refuerzo y evolución de la estructura, ámbito y contenidos de la negociación colectiva sectorial. Apostamos, si resultase viable en algún momento, por recuperar un Acuerdo Marco Estatal de Comercio (AMAC) como elemento vertebrador de la estructura de la negociación colectiva en el sector, así como por ampliar sus contenidos y en su caso, abordar marcos de negociación colectiva sectorial estatal (Grandes Almacenes, Comercio textil, Comercio Alimentación...) o, bien autonómicos, en forma de convenios y/o acuerdos marcos que permitan homogeneizar condiciones laborales y reducir el nivel de dispersión de la estructura de negociación colectiva, evitando así vacíos de cobertura convencional.

Racionalización del tiempo de trabajo vía negociación colectiva. Además de nuestras propuestas en materia de regulación de horarios comerciales, apostamos por seguir avanzando en una regulación pactada en los marcos de negociación colectiva de los elementos de contratación y jornada sobre los que inciden aquellos:

- Impulsar fórmulas adecuadas que garanticen descansos de calidad (224 días de prestación anual, 2 días de descanso semanal, garantía de fines de semana completos), al tiempo que pueden resultar también generadoras de empleo.
- Definición de la voluntariedad del trabajo en domingos y festivos o, al menos, limitación de su obligatoriedad a un número o porcentaje máximo de domingos y festivos a trabajar, así como su compensación en tiempo libre y/o incremento del valor hora de trabajo.
- Impulso a la reducción de la jornada máxima anual, mensual y semanal en los diferentes ámbitos convencionales.
- Impulso a la firma de Acuerdos sociales vinculantes en caso de declaraciones o revisiones de las ZGAT, que incorporen criterios de empleo -incremento de horas contratadas, reducción de la parcialidad, incremento de la contratación-, mecanismos de seguimiento de dichos datos, los principios indicados de voluntariedad y compensación en el trabajo en domingos y festivos, así como medidas específicas de corresponsabilidad y conciliación en los centros de trabajo que desarrollen su actividad en el perímetro de la ZGAT.
- En línea con lo anterior, y con similares criterios a reivindicar, impulso a la concreción de acuerdos laborales con los principales operadores para el desarrollo o concreción en el ámbito de cada empresa de las implicaciones laborales de una ampliación de los horarios de apertura en los centros y ámbitos a los que afecte.

- En las negociaciones sobre distribución irregular de la jornada, se priorizará dar certeza a la misma por períodos prolongados de tiempo (preferiblemente anuales).
- Avanzar, allí donde las características de la empresa lo permitan, en el establecimiento de jornadas continuadas y turnos rotativos.
- En estrecha conexión con lo anterior, plantearse la aplicación de la normativa y jurisprudencia del TJUE en materia de no solapamiento de los derechos a los descansos.
- Gestión de tiempo de trabajo, medidas de flexibilidad (jornadas irregulares, horas extraordinarias, necesidades variables de fuerza de trabajo), cargas de trabajo y sus consecuencias sobre la salud.
- Medidas para la reducción de la parcialidad, con el establecimiento de horas mínimas de contratación, la consolidación de horas complementarias y/o ampliaciones de jornada, y la preferencia de utilización de la jornada parcial en los casos de puntas de trabajo.
- Regulación del contrato fijo discontinuo, con carácter de voluntariedad y condiciones (sujeto a duración mínima diaria y periodos garantizados de trabajo, condiciones de llamamiento, etc...).
- Uso y límites adecuados para la utilización del contrato eventual por circunstancias de la producción.