BLACK FRIDAY

Y SU IMPACTO EN EL SECTOR COMERCIO EN ESPAÑA

> **La oportunidad de comprar con descuentos... a costa de empeorar las condiciones de trabajo**

CCOO servicios

Fue en 2012 cuando se celebró en España por primera vez el Black Friday, la tradicional fiesta del comercio americano que se ha ido extendiendo paulatinamente por el resto del mundo, marcando el inicio de la campaña de compras navideñas.

Si bien comenzó como un evento menor en nuestro país, ha ido evolucionado rápidamente en los últimos años y ha transformado el mercado laboral hasta convertir esta fecha, que este año se celebrará el 29 de noviembre, en el punto de inicio de campañas cruciales para el desempeño anual de muchas empresas. Y mientras estas campañas no dejan de añadir "días especiales", tales como el Cyber Monday y el Singles Day, a los que se unen las tradicionales compras de navideñas y el posterior periodo de rebajas, **el periodo álgido de actividad en el sector de comercio se alarga cada vez más**.

Sectores directamente relacionados con esta campaña como son el comercio electrónico, la logística y el comercio textil, se nutren de personas trabajadoras para desempeñar funciones de empaquetadores, carretilleros, mozos de almacén y transportistas, así como de profesionales de atención al cliente, que son los perfiles más demandados para el segmento de comercio electrónico. Dependientes, azafatos y demás perfiles comerciales, entre los que se valora especialmente el trato cercano al clientes y las dotes comunicativas, son los puestos más buscados para el sector del comercio textil. En todo caso, personas candidatas con competencias digitales y conocimiento de plataformas, son cada vez más requeridas.

El Estatuto de los Trabajadores[1] recoge de forma general el **derecho de los trabajadores a un descanso mínimo** semanal de un día y medio, que comprenderá la tarde del sábado o la mañana del lunes, y el día completo del domingo, aunque deja abierta la puerta también a una ordenación particular en el caso de ciertas actividades económicas. En el caso del Comercio[2], la norma específica sobre jornadas especiales de trabajo permite separar ese medio día del descanso semanal mínimo recogido en el ET y disfrutarlo en otro día de la semana, o bien acumularlo por periodos de hasta cuatro semanas, con lo cual ese periodo de descanso semanal puede quedar reducido a solo 1día.

Esta **prolongación de jornadas hace que las cargas de trabajo se vuelvan excesivas y los problemas de seguridad y salud en el trabajo se agravan**, puesto que los tiempos de descanso no se cumplen muchas veces, ni siquiera los tiempos de descanso diarios en jornadas de más de 6horas. Por otra parte, los turnos partidos y el trabajo en domingos y festivos, exigen una dedicación prácticamente exclusiva incluso a aquellas personas trabajadoras que sólo disponen de contratos a tiempo parcial, por el tiempo de descanso a mediodía y los tiempos de desplazamiento a los centros de trabajo.

Si a esta **intensificación de las condiciones de trabajo**, unimos una escala salarial que sitúa al sector del **Comercio entre los peor remunerados** del país, se comprende fácilmente que en esta época del año sean particularmente aquellos colectivos demandantes de empleo que se sitúan entre los más vulnerables, como **jóvenes, personal no cualificado y personas migrantes, los que acepten estos nuevos empleos** en el

[11] Art.37.1 y 34.7.
[2] RD 1561/1995, de 21 de septiembre, sobre jornadas especiales de trabajo.

sector de Comercio, haciendo que la rotación de personal en las empresas se incremente, ya que estas personas buscan mejorar sus condiciones laboral en cuanto les es posible.

Teniendo en cuenta que, para cubrir la campaña de Black Friday y de Navidad del año pasado se crearon algo más de 65mil empleos en el conjunto del sector del Comercio, y siguiendo la evolución de los datos de afiliación a la Seguridad Social durante los meses en que se eleva la contratación en el sector del comercio, **para la campaña de ofertas de este año CCOO espera la creación de al menos 71mil puestos de trabajo.** Esto supondría un crecimiento del empleo del +8,5% respecto al año pasado.

Cualquier dato por debajo de esa expectativa de crecimiento significaría que la prolongación del calendario de consumo para aumentar las ventas no está suponiendo la oportunidad para el empleo que tanto anuncian las empresas. Todo lo contrario, quedaría la evidencia de que la prolongación del calendario de ventas estaría revirtiendo negativamente sobre las plantillas, más expuestas a la sobrecarga de trabajo y a condiciones de estrés laboral.

Sin embargo **las empresas refieren la falta de perfiles adecuados y el absentismo creciente, como los principales problemas para un efectivo refuerzo** de plantillas en la campaña de este año. Y es que los procesos de transformación digital y la robotización creciente en multitud de tareas a desempeñar en estos sectores requieren personal especializado y con nuevas competencias, lo que hace necesario llevar a cabo procesos de formación más largos y específicos y por tanto, la preparación de esta campaña a efectos de refuerzo de las plantillas, necesariamente tendría que haber comenzado antes para las empresas.

Así, en el comercio mayorista, por ser el que surte a la división minorista, la campaña de contratación para preparar estas fechas se inicia en octubre, mientras que, en el comercio minorista se inicia en noviembre. Hay aquí ya una primera alerta: no por haberse adelantado el calendario de ventas al mes de noviembre se ha adelantado la campaña de contratación en estos sectores. La primera consecuencia de ello es que las plantillas **se refuerzan con contratos exprés, sin períodos de formación previos** y sin que las nuevas incorporaciones tengan tiempo de adaptarse al puesto de trabajo ni a los equipos de trabajo ya existentes.

Y esta es una primera queja que elevan las personas trabajadoras del sector: se enfrentan a uno de los períodos de mayor carga de trabajo con el peso de tener que cubrir los vacíos de formación de los refuerzos. Porque **las empresas minimizan el coste de formar a las nuevas contrataciones** y sólo pagan por el inevitable coste de ampliar las plantillas numéricamente para asegurar los turnos de trabajo en horarios ampliados y con ello la capacidad de aumentar la facturación en caja.

Por otra parte, los **pequeños negocios se quejan desde el principio** porque no pueden competir con los descuentos tan agresivos de las grandes cadenas y son cada vez más los que deciden, a modo de queja, no sumarse a estas campañas.

Todo ello hace que **para CCOO el Black Friday no sea únicamente una oportunidad, a priori, para encontrar empleo en esta última parte del año, sino más bien un problema para todas las personas que ya trabajan en el sector de Comercio**. Y es que los refuerzos de plantilla son escasos, mientras que los días

de apertura comercial se amplían y las jornadas de trabajo se alargan, con lo que las posibilidades de conciliación se reducen y las condiciones de trabajo se hacen extenuantes.

Sin embargo, un año más, el desempeño económico del comercio en este último ejercicio está siendo bueno y tanto los índices de ventas como la evolución de los beneficios están siguiendo una senda alcista muy por encima de la que están registrando los indicadores de empleo, tanto en términos de ocupación como de salarios.

Así, los titulares en prensa con las presentaciones de resultados de las principales compañías del sector, no dejan lugar a duda sobre la buena marcha de sus resultados. A modo de ejemplo:

- *Decathlon, la marca deportiva mundial multiespecialista, ha cerrado el año 2023 en España con una facturación de **2.127 millones de euros (con IVA),** lo que supone un crecimiento del 10% en facturación respecto a valores de 2019, alcanzando **los 123 millones de euros** de beneficio neto. En referencia al capital humano, la compañía contó durante el pasado ejercicio con una plantilla de más de **11.000 colaboradores** entre los que se compartieron **7,8 millones de euros del resultado.***

- *En el ejercicio fiscal 2022/2023 **MediaMarkt** España ha alcanzado una facturación de 2.333 millones de euros, lo que supone un **crecimiento de en torno al 3%** con respecto al ejercicio anterior. En cuanto al equipo humano, la compañía cuenta con cerca de 7.000 expertos tecnológicos que asesoran a los clientes*

- ***Obramat** logró superar en 2023 los 1.700 millones de euros de facturación, según consta en las últimas cuentas anuales depositadas por la compañía. Según los datos disponibles, de 2022 a 2023 el **aumento en ventas es del 12,2 %**.*

Por todo ello, **desde CCOO Servicios volvemos a insistir a las empresas en la necesidad de mantener unas condiciones de trabajo dignas para sus plantillas y reforzarlas de forma efectiva** en esta época del año en que la actividad se intensifica, con el fin de evitar sobreesfuerzos y problemas de conciliación que inciden negativamente y acarrean consecuencias nefastas en términos de salud laboral y seguridad en el trabajo.

Black Friday, una campaña para seguir disparando las ventas

A pesar de las tensiones inflacionistas que han definido el reciente ciclo económico, la economía española ha logrado evitar la caída del gasto privado y el colapso del consumo.

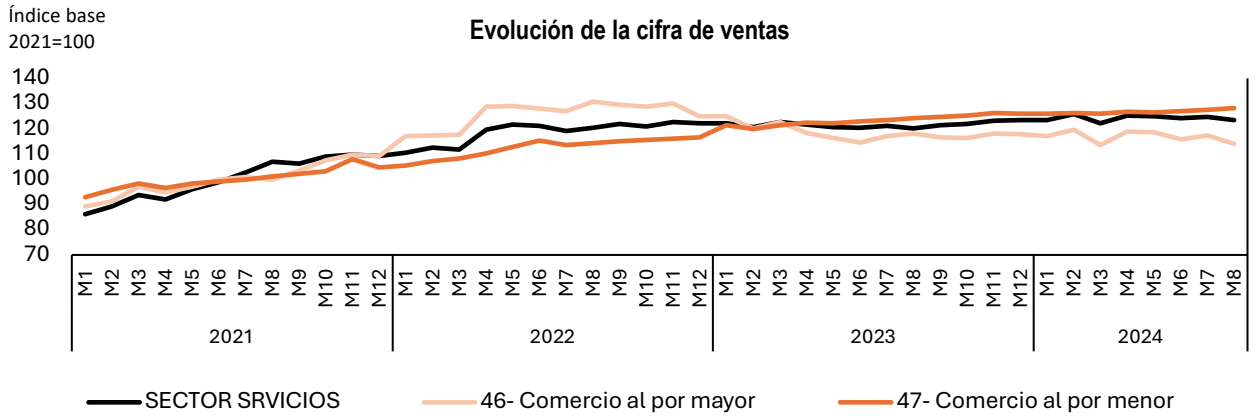
La creación de **más empleos y más estables** desde la reforma laboral, las **subidas pactadas del SMI,** la firma de **acuerdos de garantía salarial en los convenios colectivos** y las **medidas aplicadas para reducir el impacto de las subidas de precios** de combustible, energía y alimentos en la cesta de la compra han sido **determinantes para proteger el poder adquisitivo de los hogares** y mantener el consumo.

Detrás de la fortaleza de la economía española está también el impulso del turismo, un turismo cada vez más orientado al lujo, que está favoreciendo la **llegada de consumidores con un alto poder adquisitivo.**

A resultas de todo ello, la renta nacional bruta ha aumentado un +6,4% anual, según los últimos datos publicados por el INE[3]; incremento que se explica por una **mejor situación de la población asalariada** que ha permitido un **incremento de la renta bruta disponible de los hogares del +8,7%,** pero también a un **incremento del +5,6% del excedente bruto de explotación, en el que participa la extracción de riqueza del turismo.**

El crecimiento de la renta de los hogares ha permitido la recuperación del volumen de ventas del comercio tras la pandemia y consolidar al sector como fuente de crecimiento de nuestra economía; **particularmente al comercio minorista,** que sigue una trayectoria de crecimiento ininterrumpido y que incrementa su capacidad de facturar a una velocidad superior a la del sector servicios en su conjunto.

Gráfico 1. Evolución del índice de cifra de negocios en CNAE 46-Comercio al por y 47-Comercio al por menor.



Fuente: Elaboración propia a partir de los Indicadores de Actividad del Sector Servicios (IASS), publicados por el INE.

La previsión para el próximo año es que el consumo privado se mantenga al alza y siga tirando hacia arriba de las cifras del crecimiento económico de nuestro país, gracias a un mercado de trabajo que se prevé siga creando empleo y a través de un modelo turístico que se ha impuesto como fuente de extracción de riqueza extranjera. En este contexto, **la campaña del Black Friday se impone en el calendario de consumo para seguir disparando las ventas.**

[3] Fuente: Nota de prensa de las Cuentas Trimestrales no Financieras de los Sectores Institucionales (CTNFSI) del segundo trimestre de 2024, publicada por el INE el 30sep.-2024.

Una oportunidad para el crecimiento económico

Las patronales de las empresas de comercio, particularmente del sector textil y del *retail,* **publicitan la campaña de promociones del *Black Friday* como** una temporada clave para el crecimiento económico del sector y **una oportunidad excepcional para la generación de empleo.**

Desde luego, **las cuentas económicas del sector del comercio mayorista y minorista dejan margen para que las empresas aumenten su inversión en plantillas y no compensen los costes extras en contratación** que necesitan para aumentar las ventas y los beneficios durante este tipo de campañas, **por la vía del aumento de las cargas laborales y la pauperización de las condiciones laborales.**

Según los últimos datos publicados por el Observatorio de Márgenes Empresariales[4], **las empresas del comercio al por mayor han incrementado su margen de beneficios sobre ventas un +9,9% en el último año,** independientemente de registrar una caída de las ventas del -2,7% anual[5].

Por su parte, **las empresas del comercio al por menor han incrementado** su volumen de ventas un +2,0% en el último año y **su margen de beneficios sobre ventas un +7,9% anual.** En este segmento, **las vinculadas al sector textil[6],** pese a registrar una caída del -0,5% anual de las ventas[7], **han aumentado su margen un +13,5% anual; y las de otro comercio especializado[8],** registrando un incremento de ventas de sólo el +4,6% anual, **han multiplicado su margen de beneficios hasta +29,4% anual.**

Los datos económicos **contrastan con los datos de creación de empleo** en el sector. En el **comercio mayorista las plantillas sólo han aumentado un +1,4% anual y en el comercio minorista un +1,3% anual.** Pero dentro de éste, mientras que, en **el comercio especializado también se han ampliado un +1,4%, en el textil se han llegado a reducir un -0,7% anual.**

Esta discrepancia con los datos de beneficios empresariales indica que **las empresas, para aumentar sus cuentas de resultados,** por un lado **están trasladando el aumento de sus costes de aprovisionamiento a los precios que pagan los consumidores** y, en paralelo, **están cargando sobre las plantillas el aumento de la actividad** para incrementar lo menos posible el peso de la partida de costes laborales.

Todo este proceso, además, sucede en un **contexto de creciente concentración empresarial: el tejido productivo del comercio mayorista se ha reducido un -5,9% anual y el del comercio minorista un -6,5% anual** y dentro de éste, el del textil un -4,7% anual y el de otro comercio especializado un -7,9% anual. **Son las grandes empresas,** con mayor capacidad para hacer economías de escala, abriendo menos centros de venta pero más grandes, y también con mayor capacidad para compensar las presiones inflacionistas, **las que se imponen frente a los pequeños competidores.**

---

[4] Fuente: Observatorio de Márgenes Empresariales, información trimestral del 2T 2024, cálculos anuales realizados con la media móvil de los últimos cuatro trimestres.

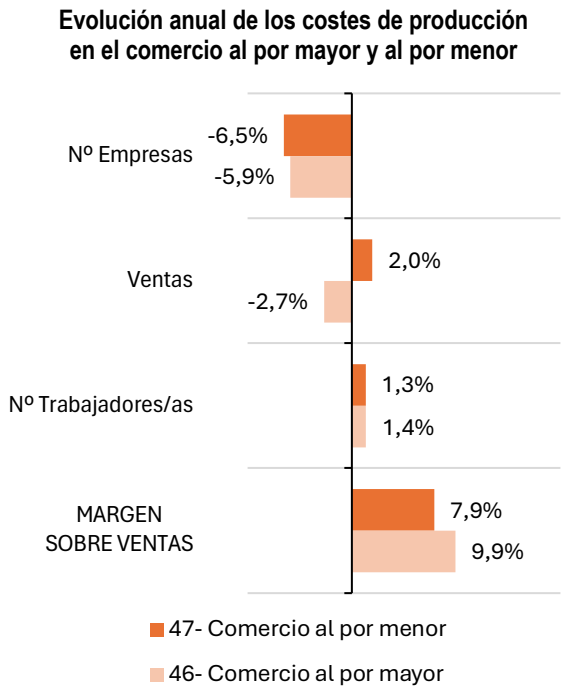
[5] Caída que no se explica por una evolución negativa de la producción en el sector, sino que se explica por el efecto calendario que introduce la comparativa con el año de recuperación. De hecho, el sector sí evoluciona positivamente -tal y como se muestra en el Gráfico 1- y, respecto a 2022, el sector consolida un incremento de ventas del +6,6%.

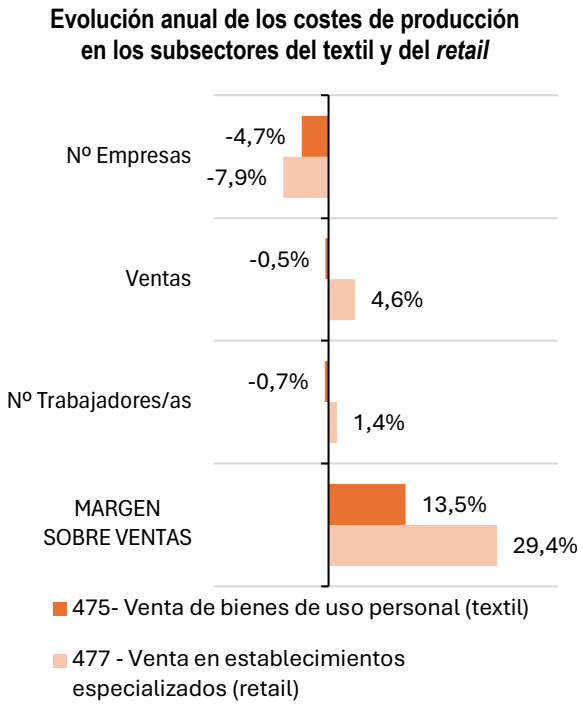
[6] CNAE 475. Comercio al por menor de textiles en establecimientos especializados, entre otros.

[7] De nuevo, el dato negativo recoge el efecto calendario de la recuperación. El sector sí evoluciona positivamente, respecto a 2022 consolida un incremento de ventas del +6,0%.

[8] CNAE 477. Comercio al por menor de otros artículos en establecimientos especializados

Gráfico 2 y 3. Evolución anual de los costes de producción según las declaraciones de impuestos de las empresas de los CNAE 46, 47, 475 y 477.





Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el Observatorio de Márgenes Empresariales (OME).

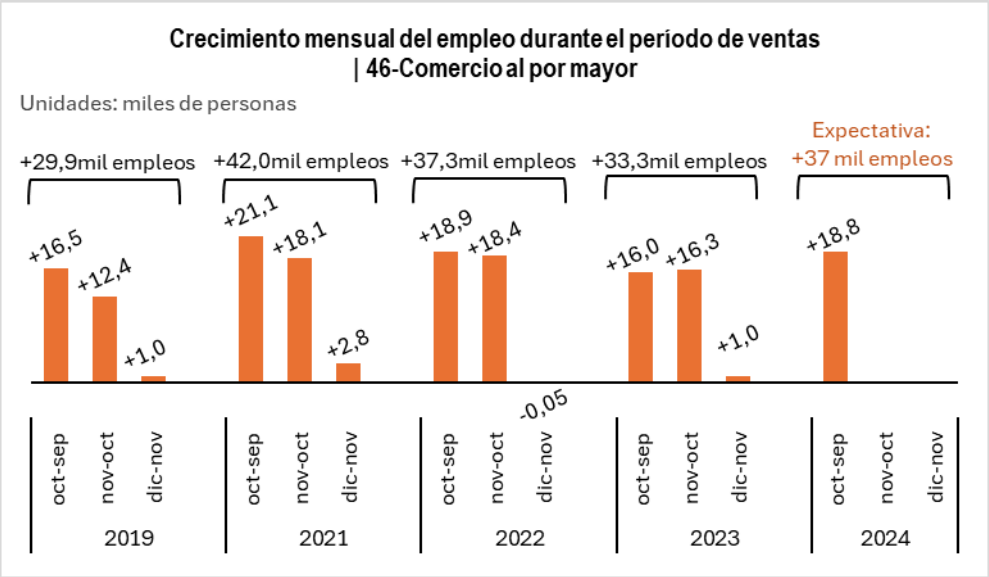
¿Una oportunidad para el empleo?

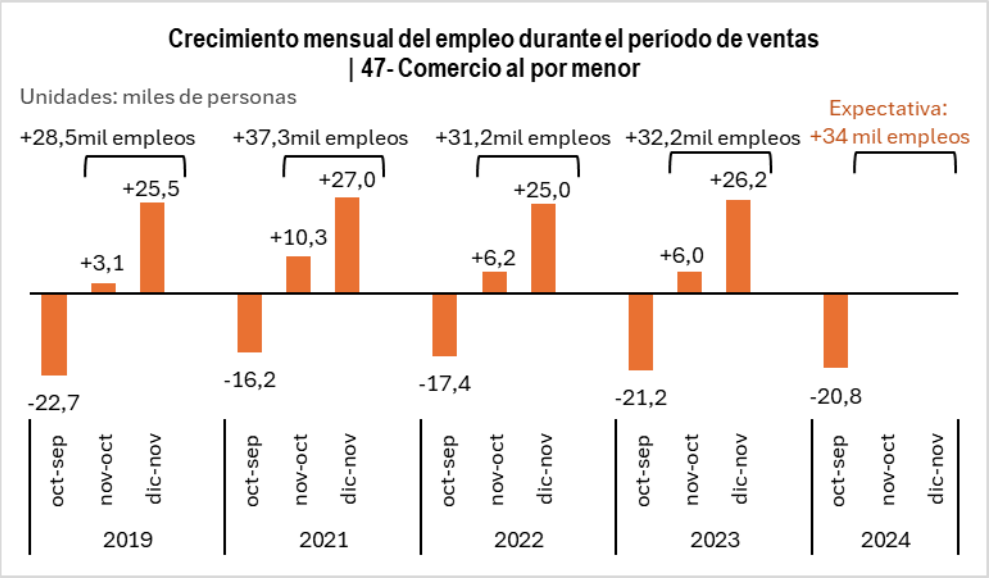
Teniendo en cuenta el margen económico con el que operan las empresas, que **para cubrir la campaña de Black Friday y Navidad del año pasado se crearon algo más de 65mil empleos,** y siguiendo la evolución del empleo durante los meses en que se eleva la contratación en el sector del comercio, **para la campaña de ofertas de este final del año, se espera la creación de al menos 71mil puestos de trabajo. Esto supondría un crecimiento del empleo del +8,5% respecto al año pasado[9].**

Cualquier dato por debajo de esa expectativa de crecimiento significaría que la ampliación del calendario de promociones para aumentar las ventas no está suponiendo la oportunidad para el empleo que tanto anuncian las empresas. Todo lo contrario, quedaría la evidencia de que la extensión del calendario de ofertas estaría revirtiendo negativamente sobre las plantillas, más expuestas a la sobrecarga de trabajo y a condiciones de estrés laboral.

[9] Fuente: Afiliación media a la Seguridad Social, cálculos realizados con la media de los meses de octubre, noviembre y diciembre, según los datos de empleo del CNAE 46-Comercio al por mayor y el 47-Comercio al por menor.

Gráfico 4 y 5. Evolución del empleo en los meses de la campaña de ventas de invierno en CNAE 46-Comercio al por y 47-Comercio al por menor.





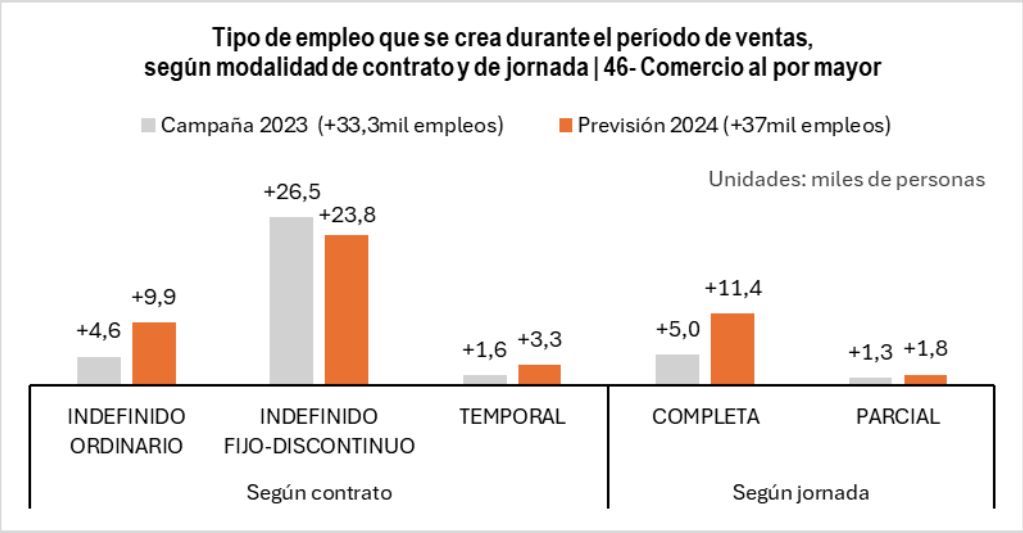
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Afiliación a la Seguridad Social.

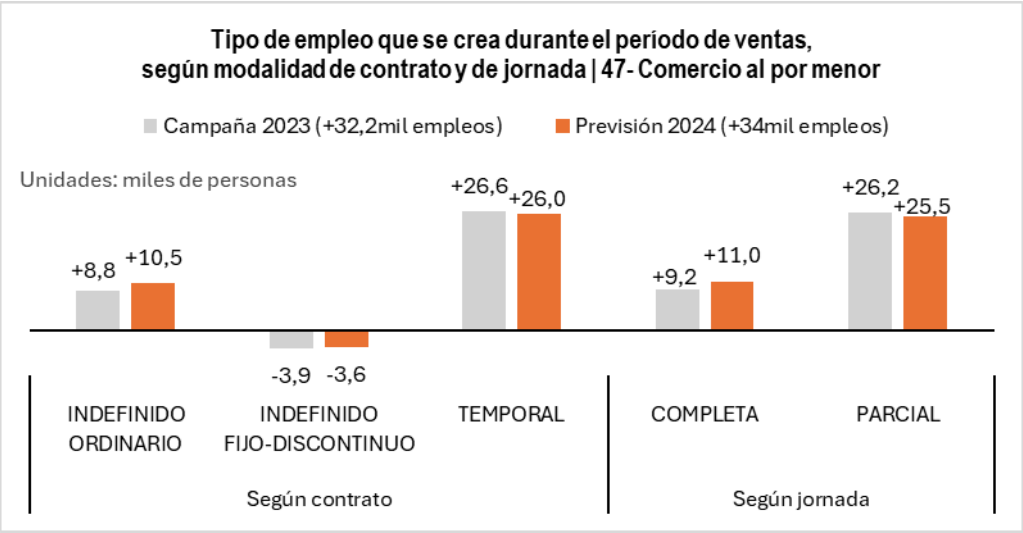
Ahora bien, **para realizar una valoración positiva de las campañas de ventas,** no basta con medir cuántos contratos se firman, sino que **es imprescindible evaluar cuál es la calidad del empleo que se crea** durante estos períodos de máxima productividad.

Según el empleo generado **durante la campaña de ventas de invierno del año pasado,** se diagnostica que, **en el comercio al por mayor el 79% de los empleos que se crearon fueron de tipo fijo-discontinuo;** mientras que **en el comercio al por menor el 83% de los empleos que se crearon fueron temporales y, según jornada, el 81% fueron a tiempo parcial[10].** Los datos demuestran por tanto, que para aumentar la actividad en estas fechas, las empresas se siguen apoyando en la creación de empleo inestable.

[10] Fuente: Afiliación media a la Seguridad Social, cálculos realizados con la media de los meses de octubre, noviembre y diciembre, según los datos de empleo del CNAE 46-Comercio al por mayor y el 47-Comercio al por menor.

Gráficos 6 y 7. Evolución del empleo en los meses de la campaña de ventas de invierno en CNAE 46-Comercio al por y 47-Comercio al por menor.





Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Afiliación a la Seguridad Social.

En el comercio al por mayor la alerta pesa sobre el empleo fijo-discontinuo, que coge peso en los períodos álgidos de contratación. En este sentido, desde el sindicato denunciamos que **si esta modalidad de contrato no es estable en el tiempo, estaríamos ante un posible uso perverso de este tipo de contratos.**

En el comercio minorista, al contrario, la alerta sigue estando sobre el empleo temporal y sobre la contratación a tiempo parcial. Por un lado, pese a la estacionalidad productiva del sector, **el contrato fijo-discontinuo continúa siendo residual y apenas alcanza una tasa del 2%** (6% en el conjunto de la economía). Al contrario, se sigue utilizando el contrato temporal **y no se garantiza la estabilidad de las plantillas, ni se consolidan las contrataciones, finalizadas las campañas.**

Además, **la tasa de empleo parcial en el sector minorista se eleva al 34%** (18% en el conjunto de la economía). Las empresas utilizan este tipo de contratación para ensamblar los turnos de las plantillas y acoplarlos a sus necesidades organizativas, **lo que se traduce en un uso abusivo y excesivo de la turnicidad y rotación horaria, y por encima de todo, en que las personas trabajadoras no tienen garantizadas ni jornadas de trabajo completas, ni salarios completos.**

Más ventas, más horas de trabajo

Durante las campañas de promociones, además de crearse empleo inestable, **las condiciones de trabajo se vuelven más exigentes.** Porque **las empresas** pueden alegar "necesidades productivas del sector" y **aplican medidas** extraordinarias de regulación de las condiciones laborales, **como la distribución irregular de la jornada, la realización de horas complementarias y/o extraordinarias, o la limitación de los períodos de descanso y vacacionales en estas fechas del calendario.**

En el comercio al por mayor se realizan más de 245mil horas extras semanalmente, **de las cuales un 45% no se pagan,** mientras que **en el comercio al por menor el n.º de horas extras asciende a 391mil, de las cuales el 27% no se pagan. No consolidar este tiempo de trabajo extraordinario equivale,** en puestos de trabajo a tiempo completo, a perder la oportunidad de crear **casi 7mil empleos en el comercio mayorista y hasta 11mil empleos en el comercio minorista[11].**

Pero, además, si tenemos en cuenta la proporción de empleo extraordinario que se realiza sin pagar, **las empresas del comercio mayorista están esquivando el pago de 145millones de € al año** de costes laborales **y las del comercio minorista más de 94 millones de € anuales.** Lo que significa que, **las personas trabajadoras que realizan horas extras no pagadas están perdiendo más de 10mil € al año en el comercio mayorista y más de 5mil € al año en el comercio minorista.**

Tablas 6 y 7. Tiempo de trabajo extraordinario que se registra semanalmente en CNAE 46-Comercio al por y 47-Comercio al por menor.

	Tiempo de trabajo extraordinario (nº horas extras semanales)			Equivalencia de las h. extras en empleos a t. completo al año			Costes laborales anuales (millones de €)		
	TOTAL EXTRAS	% PAGADAS	% NO PAGADAS	TOTAL EXTRAS	PAGADAS	NO PAGADAS	TOTAL EXTRAS	PAGADAS	NO PAGADAS
TOTAL CNAE	**6.355.208**	**59%**	**41%**	**180.981**	**106.687**	**74.294**	**7.895**	**4.654**	**3.241**
46- Comercio al por mayor	245.164	55%	45%	6.982	3.839	3.143	322	177	145
47- Comercio al por menor	390.901	73%	27%	11.132	8.151	2.981	352	258	94

	Costes laborales semanales por trabajador (€ unidad exacta)			Costes laborales mensuales por trabajador (€ unidad exacta)			Costes laborales anuales por trabajador (€ unidad exacta)		
	TOTAL EXTRAS	PAGADAS	NO PAGADAS	TOTAL EXTRAS	PAGADAS	NO PAGADAS	TOTAL EXTRAS	PAGADAS	NO PAGADAS
TOTAL CNAE	**171**	**190**	**172**	**682**	**760**	**689**	**8.872**	**9.882**	**8.954**
46- Comercio al por mayor	171	166	196	686	663	785	8.915	8.623	10.209
47- Comercio al por menor	105	113	105	420	452	419	5.464	5.880	5.443

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Encuesta de Población Activa del INE.

En definitiva, durante las campañas especiales de ventas, **las empresas hacen un uso abusivo y perverso de los mecanismos de flexibilidad para reducir al máximo los costes económicos necesarios para elevar la contratación** y maximizar así sus beneficios. Por eso **las personas trabajadoras del sector denuncian que estas campañas se convierten en jornadas laborales extensas, rotativas y casi impredecibles,** en las que están expuestas habitualmente a la modificación de horarios con escaso preaviso y a periodos de trabajo semanales ininterrumpidos **que les dejan exhaustos y que, sistemáticamente, les obligan a**

[11] Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA), explotación de microdatos, cálculos realizados con la media móvil de los últimos cuatro trimestres hasta el 2T 2024.

posponer su derecho al tiempo libre y de descanso, hasta encontrar esos huecos de menor actividad que va dejando el calendario comercial.

A todo ello se suma que **las empresas, tanto del comercio mayorista como del minorista,** no adelantan los calendarios de contratación a las campañas de ventas y **continúan apostando por contratos exprés** sin que los refuerzos cuenten con períodos de formación previos adecuados y suficientes. Esta es otra queja de **las personas trabajadoras del sector: se enfrentan a uno de los períodos de mayor carga de trabajo, con el peso además de tener que cubrir los vacíos de formación de los refuerzos, porque las empresas no quieren asumir el coste de formar a las nuevas contrataciones.**

Más carga de trabajo, más siniestralidad laboral

Maximizar los márgenes empresariales a costa de ajustar las cifras de personal, particularmente en los períodos de máxima actividad, **supone someter a las plantillas a cargas de trabajo excesivas y exponerlas a problemas de salud y seguridad en el trabajo,** que se manifiestan en la elevación de cifras de accidentes laborales.

En el sector del comercio la cifra de accidentes con baja producidos en la jornada de trabajo ha aumentado un +2% anual, en consecuencia, se acumulan ya más de **47mil accidentes en jornada laboral**[12]. Esta realidad aleja al sector del conjunto de la economía, que registra un descenso generalizado de los accidentes de trabajo.

Sin embargo, **en términos de bajas IT, en el comercio se registra un n.º inferior de horas no trabajadas por IT,** una media de 7,4h. por trabajador al mes, **que en el conjunto de la economía** (7,9h.)[13]. **Detrás de estos datos está el endurecimiento de la carga laboral,** que induce a las personas trabajadoras a no ausentarse de su puesto para no sobrecargar aún más a sus compañeros/as. **Pero también está la precariedad salarial y económica,** que incrementa el temor de las plantillas a perder sus puestos de trabajo.

El **riesgo de accidentes** en el sector de comercio está relacionado principalmente con la carga y descarga de camiones, así como el transporte de productos. También con el uso de carretillas mecánicas, elevadoras y transportadoras, la manipulación de paquetes, las caídas de objetos en almacenes, de altura desde plataformas elevadas, etc.

Muchos de estos accidentes pueden evitarse fácilmente con el diseño y mantenimiento adecuado de las zonas de trabajo, que deben tener una correcta iluminación y una adecuada visibilidad, estar señalizadas y con espacios de maniobra suficientes, pero desde luego resulta ineludible **contar con personal debidamente formado y entrenado para el desempeño correcto de sus funciones y sobre todo, en un número suficiente de personas** para poder desempeñar sus funciones con ritmos de trabajo y tiempos de descanso adecuados. Y esta cuestión se omite con demasiada frecuencia en esta época del año en que la gran afluencia de clientes y los picos de actividad se alargan más cada año y las plantillas se ven forzadas a trabajar con horarios extenuantes y cansancio físico y mental acumulado.

[12] Fuente: Seguridad Social, estadística de Accidentes de Trabajo, dato acumulado enero-agosto.
[13] Fuente: INE, Encuesta Trimestral de Costes Laborales (ETCL), cálculos realizados con el promedio de los dos primeros trimestres de 2024.

Tabla 8. Evolución de la siniestralidad laboral en el sector de Comercio.

	VALORES ABSOLUTOS		VARIACIONES SOBRE IGUAL PERIODO AÑO ANTERIOR	
	2023	2024	Absolutas	Relativas en %
ACCIDENTES CON BAJA EN EL PERIODO DE REFERENCIA	**411.861**	**412.735**	**874**	**0,2**
En jornada de trabajo	357.348	356.275	-1.073	-0,3
In itinere	54.513	56.460	1.947	3,6
Asalariados	389.105	391.076	1.971	0,5
Trabajadores por cuenta propia	22.756	21.659	-1.097	-4,8
ACCIDENTES EN JORNADA DE TRABAJO	**357.348**	**356.275**	**-1.073**	**-0,3**
Sección de actividad				
G - Comercio	46.514	47.455	941	2,0
ÍNDICES DE INCIDENCIA DE ACCIDENTES EN JORNADA DE TRABAJO (1)				
Sección de actividad				
Total	**225,7**	**219,3**	**-6,4**	**-2,9**
G - Comercio	177,5	178,3	0,8	0,4

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Estadística de Accidentes de Trabajo de Seguridad Social.

Por otra parte, la introducción de **nuevas tecnologías** de forma masiva a la hora de gestionar las actividades del comercio, **así como los procesos de concentración empresarial** que han hecho desaparecer el pequeño comercio en favor de franquicias y grandes superficies, y **han modificado las pautas de trabajo y las relaciones laborales**, se añaden a esta insuficiente dotación de plantillas en el sector y agravan los **problemas de salud** ligados al estrés, a las malas posturas y a los movimientos repetitivos, o al uso de herramientas tecnológicas. Por ejemplo[14],

- problemas de **estrés por la organización del trabajo** (tiempos de desempeño de tareas y tiempos de descanso inadecuados; jornadas a turnos y trabajo nocturno; imposibilidad de conciliar el tiempo de trabajo y la vida personal; alta temporalidad y rotación; dificultades de promoción laboral).
- problemas de **ruido** (ruido ambiental intenso derivado de megafonías, de un aforo excesivo de clientes, o de las operaciones de preparación de la venta);
- problemas de **temperatura** en el puesto de trabajo (en muchos establecimientos comerciales los trabajadores pasan demasiado calor en verano y frío en invierno; los sistemas de refrigeración pueden generar demasiado frío o una distribución irregular del mismo entre los diferentes espacios; temperaturas extremas, o corrientes de aire y por consiguiente cambios bruscos de temperatura);
- problemas de **iluminación** (por exceso o defecto, luces fluorescentes que pueden producir dolor de cabeza, o falta de luz natural de forma continua en almacenes y tiendas);
- problemas de **radiaciones** (por el láser de los lectores de códigos de barras que pueden llegar a provocar lesiones en la retina) o riesgos por el uso y almacenamiento de ciertos productos químicos;
- problemas **músculo - esqueléticos** por el tiempo de posturas mantenidas (varices y piernas hinchadas por permanecer de pie durante toda la jornada, dolores de espalda, problemas articulares en brazos y manos por la manipulación de cargas con excesivo peso.

[14] Fuente: ISTAS CCOO. https://istas.net/salud-laboral/trabajos-trabajadores-y-colectivos/establecimientos-comerciales

Mayores beneficios, pero bajos salarios

Todo el esfuerzo extra que asumen las plantillas, sin embargo, **no se compensa económicamente. Particularmente en el comercio minorista,** que registra condiciones de retribución muy por debajo de las condiciones medias del conjunto de la economía: **con un salario medio de 19,5mil € brutos anuales**[15], esto es, un salario un **26% inferior al salario medio** de la economía (26,3mil € anuales). De media, en este sector se cobran **6,7mil€ al año menos que en el resto de los sectores de la economía. En el comercio mayorista sin embargo,** las condiciones de retribución sí se aproximan a las del resto de la economía, llegando incluso a ser un **6% superiores, con un salario medio de 27,9mil € brutos anuales.**

Ahora bien, **en ambos sectores** las malas condiciones de remuneración se endurecen para las mujeres: **ellas cobran más de 3mil € menos al año que los hombres.** Aunque inferior a la del conjunto de la economía (14%), **la brecha salarial de género es del 12% en el comercio mayorista,** mientras que **en el comercio minorista se eleva hasta el 17%,** hecho especialmente grave siendo un sector altamente feminizado (65% empleo femenino[16]). **La mayor brecha salarial** en el comercio minorista **se explica por la alta prevalencia del empleo a tiempo parcial entre las mujeres,** que no les permite reunir salarios completos.

Tabla 9. Bases de cotización medias anuales en CNAE 46-Comercio al por y 47-Comercio al por menor.

	Bases medias de cotización 2024						Dif. Anual					
	Ambos sexos	*Dif. Base media*	Hombres	Mujeres	Brecha de género		Ambos sexos		Hombres		Mujeres	
TOTAL CNAE	**26.268 €**	**-**	**28.215 €**	**24.186 €**	**14%**	**- 4.029 €**	**4,3%**	**1.090 €**	**4,3%**	**1.173 €**	**4,4%**	**1.018 €**
46- Comercio Mayorista	27.956 €	6%	29.353 €	25.716 €	12%	- 3.637 €	4,9%	1.293 €	4,6%	1.291 €	5,5%	1.332 €
47- Comercio Minorista	19.509 €	-26%	21.972 €	18.193 €	17%	- 3.779 €	4,7%	869 €	4,4%	923 €	4,9%	858 €

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Estadística de Bases de Cotización y Cotizantes de la Seguridad Social.

La negociación colectiva ha permitido que los salarios se eleven un +4,9% anual en el comercio mayorista y un +4,7% anual en el comercio minorista; en ambos sectores **por encima de la media** de la economía (+4,3% anual). Sin embargo, **en el comercio minorista la prevalencia de los bajos salarios limita el impacto de las subidas salariales en términos de poder adquisitivo.** El personal asalariado de este sector, en términos nominales, **ve crecer sus salarios menos** (+869€ anuales) **que las y los trabajadores del resto de la economía** (+1.090€ anuales).

Pero las empresas del sector operan con un margen de beneficios que permite elevar los salarios del comercio minorista, para que dejen de estar a la cola de la economía y que el personal empleado en el sector ascienda en la pirámide salarial, mejorando realmente su capacidad adquisitiva.

Teniendo en cuenta que la maximización de las ventas exige mayores esfuerzos a las plantillas del sector, cabe exigir, particularmente en el sector minorista, que **las empresas trasladen a las tablas salariales el impacto positivo del beneficio generado.**

[15] Fuente: Seguridad Social, Estadística de Bases de Cotización y Cotizantes, cálculos realizados con el promedio de los dos primeros trimestres de 2024.
[16] Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA), explotación de microdatos, cálculos realizados con el promedio de los tres primeros trimestres de 2024.

La *Black Reality* de las vacantes: las malas condiciones laborales

El sector del comercio es la actividad económica que ocupa a más personas en España, por tanto, es también **la actividad donde se registra una de las mayores bolsas de puestos de trabajo sin cubrir: 15mil puestos vacantes se registran en el sector del comercio,** lo que representa un **9,6% del total** de 151mil puestos que quedan sin cubrir en el conjunto de la economía[17].

Sin embargo, **también hay más de 534mil personas demandando empleo en el sector del comercio en España**, **de las que un 69% están en situación de desempleo** (369mil personas). Además, casi 15mil son nuevas demandas contabilizadas este último mes, de personas desempleadas[18].

Tabla 10. Demandantes de empleo en situación de alta en el sector del comercio.

OCTUBRE 2024

	TOTAL	PARADOS	NO PARADOS						
			TOTAL	CON DISPONIB. LIMITADA	CON RELAC. LABORAL	TEASS	OCUPADOS	DEMANDAN EMPLEOS ESPECIF.	OTROS NO OCUPADOS
TOTAL DEMANDANTES									
45 VENTA Y REP. VEHÍCULOS	35.505	26.006	9.499	2.717	2.032	5	3.805	127	813
46 COMERCIO AL POR MAYOR	147.835	93.969	53.866	10.149	27.691	45	12.254	467	3.260
47 COMERCIO AL POR MENOR	351.251	249.447	101.804	20.946	31.300	132	38.390	1.160	9.876
G COMERCIO	**534.591**	**369.422**	**165.169**	**33.812**	**61.023**	**182**	**54.449**	**1.754**	**13.949**
NUEVAS DEMANDAS									
45 VENTA Y REP. VEHÍCULOS	3.159	2.222	937	116	403		349	14	55
46 COMERCIO AL POR MAYOR	8.680	4.980	3.700	282	2.543		727	53	95
47 COMERCIO AL POR MENOR	12.462	7.790	4.672	363	2.677	1	1.208	88	335
G COMERCIO	**24.301**	**14.992**	**9.309**	**761**	**5.623**	**1**	**2.284**	**155**	**485**

Fuente: Estadística de Empleo del SEPE correspondiente al mes de octubre 2024.

El SEPE identifica que el comercio minorista se encuentra en la lista de actividades económicas en las que se detecta un mayor número de puestos sin cubrir. Particularmente, por ocupaciones profesionales, señala que la de **vendedores en tiendas y almacenes registra mayor dificultad de cobertura,** pese a encuadrarse dentro de las ocupaciones elementales[19]. **Sin embargo,** según El Observatorio de las Ocupaciones, **dicha ocupación se sitúa en el segundo puesto en el ranking de las 50 ocupaciones más solicitadas por los demandantes parados** y el quinto puesto en el ranking de las 50 ocupaciones en las que se registran más contratos[20].

A la luz de los datos, se puede concluir que el desajuste entre la oferta y la demanda de empleo en el comercio minorista no responde a un problema de falta de mano de obra cualificada. **En un sector cuya oferta de empleo demanda un perfil profesional con competencias básicas, la aparición de puestos vacantes obedece al desacuerdo con las condiciones ofertadas en esos puestos,** tanto en términos de condiciones de desempeño de las funciones como de retribución salarial, **son percibidas como insuficientes por las y los candidatos**[21].

[17] Fuente: INE, Encuesta Trimestral de Coste Laboral. Último dato disponible: 2tr2024, publicado en sep24
[18] Fuente: SEPE. Estadística mensual de empleo. Último dato disponible: octubre2024, publicado en nov24
[19] Fuente: SEPE, Informe de Tendencias del mercado de trabajo en España del año 2023.
[20] Fuente: SEPE, Informe del Mercado de Trabajo Estatal, año 2023.
[21] Fuente: SEPE, Informe de Prospección y Detección de Necesidades Formativas del año 2022.

¿A quién afecta la *Black Reality*?

La precarización de las condiciones de trabajo se sostiene recurriendo a los colectivos de personas trabajadoras más vulnerables: jóvenes, mujeres y personas extranjeras. Son estos grupos de población los que **tienden a ocupar una posición más debilitada en el mercado de trabajo**. En los tres casos, la ocupación de una posición secundaria e infravalorada en el mercado de trabajo explica que estén **más dispuestos a asumir la volatilidad horaria y la irregularidad de sus jornadas o, directamente, acepten las condiciones que las empresas ofertan, porque su poder de negociación está más limitado.**

Esta realidad es particularmente aguda en el comercio minorista, que es el sector más intensivo en mano de obra y el que requiere una mano de obra menos cualificada. **En el sector minorista, la tasa de empleo femenino alcanza el 64%, la tasa de empleo femenino extranjero el 56%, la tasa de empleo joven el 10% y la tasa de población con estudios básicos o secundarios es del 33%. Todas ellas superiores a las del conjunto de la economía:** 53% de empleo femenino; 52% de empleo femenino extranjero; 8% de empleo joven, 26% de población con estudios secundarios[22].

[22] Fuente: INE, Encuesta de Población Activa (EPA), explotación de microdatos, cálculos realizados con el promedio de los tres primeros trimestres de 2024.

Por todo ello:

Desde CCOO exigimos y reivindicamos

- Una política de contratación basada en la estabilidad, que reduzca sustancialmente los niveles de parcialidad y elimine el fraude en la contratación, con contratos que reflejen la jornada y el turno horario real, además de impulsar cláusulas que permitan aumentar las horas de contratación (reivindicando un mínimo de 28 horas de contratación) y/o consolidar las horas complementarias sistemáticas.

- El desarrollo de una política de formación que garantice una efectividad inicial en el desempeño del puesto de trabajo.

- El cumplimiento expreso del descanso diario y semanal para poder planificar y conciliar la vida, además de avanzar en medidas de regulación de horarios, fines de semana de calidad y mecanismos que impulsen la conciliación corresponsable y la reducción de los niveles de parcialidad femenina en el sector.

- El cumplimiento riguroso de la legislación sobre prevención de riesgos laborales, haciendo hincapié en la evaluación de riesgos psicosociales.

- Reivindicamos la regulación de los bonus e incentivos por ventas, así como su mejora en estos periodos (Campaña Navidad y otros).

- La racionalización de la regulación sobre horarios comerciales (horario de apertura y cierre, Domingos/festivos apertura), trabajando por su homogeneización a nivel estatal, además de alcanzar acuerdos que regulen voluntariedad y compensación en el caso de las ZGAT (Zonas de Gran Afluencia Turística).

- Dotaciones adecuadas de plantilla y horas pactadas, con ampliaciones de jornada consolidables y refuerzos -preferiblemente indefinidos- durante la campaña especial de ventas con más carga de trabajo, particularmente desde noviembre a enero, para garantizar un servicio de calidad.