

# Black Friday: grandes beneficios, malas condiciones laborales

**+6,4%**

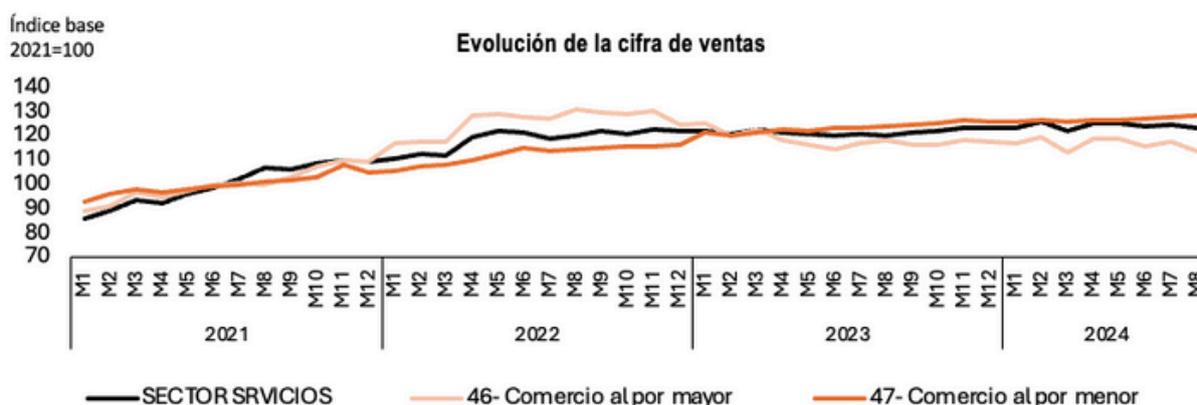
Renta Nacional Bruta

**+8,7%**

Renta Bruta disponible de los hogares

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**. En este contexto, la campaña Black Friday se impone en el calendario de consumo para seguir disparando las ventas.

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



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

## Los datos económicos contrastan con los datos de creación de empleo:

MARGEN BENEFICIO SOBRE VENTAS último año	CREACIÓN DE EMPLEO último año
EMPRESAS COMERCIO POR MAYOR <b>+9,9%</b>	EMPRESAS COMERCIO POR MAYOR <b>+1,4%</b>
EMPRESAS COMERCIO MINORÍSTA <b>+7,9%</b>	EMPRESAS COMERCIO MINORÍSTA <b>+1,3%</b>

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**.

## ¿Cuánto empleo se crea para cubrir la campaña de Black Friday y Navidad?

El año pasado se crearon algo más de 65.000 empleos para cubrir la campaña de Black Friday y Navidad.

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.

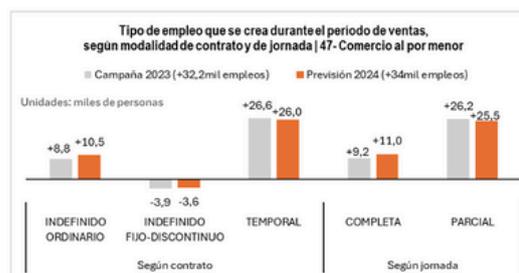
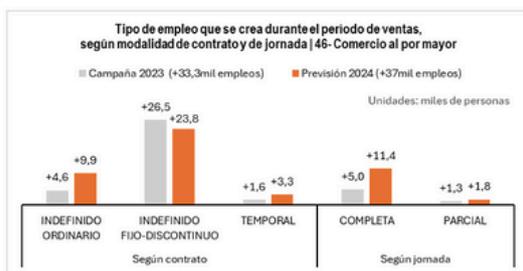


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Afiliación a la Seguridad Social.

## ¿Qué calidad tenían estos empleos?

En el **comercio al por mayor** el **79%** de los empleos que se crearon fueron del tipo **fijo - discontinuo**. En el **comercio al por menor** el **83%** de los empleos que se crearon fueron **temporales**, el **81%** a **tiempo parcial**.

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.

## Previsiones 2024

Teniendo en cuenta el margen económico con el que operan las empresas 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 71 mil 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 ampliación del calendario de promociones para aumentar las ventas no está suponiendo la oportunidad para el empleo que tanto anuncian las empresas.

En cuanto al tipo de empleo, se prevé un **porcentaje alarmante de contratación fijo-discontinua en el comercio mayorista** (si este tipo de contratación no es estable en el tiempo, estaríamos ante un posible uso perverso de este tipo de contratos). En el **comercio minorista** la alerta sigue estando sobre el **empleo temporal** y la contratación a **tiempo parcial**. Por lo tanto, no se garantiza la estabilidad de las plantillas, ni se consolidan las contrataciones, finalizadas las campañas.

## 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.**

**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
<b>TOTAL CNAE</b>	<b>6.355.208</b>	<b>59%</b>	<b>41%</b>	<b>180.981</b>	<b>106.687</b>	<b>74.294</b>	<b>7.895</b>	<b>4.654</b>	<b>3.241</b>
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
<b>TOTAL CNAE</b>	<b>171</b>	<b>190</b>	<b>172</b>	<b>682</b>	<b>760</b>	<b>689</b>	<b>8.872</b>	<b>9.882</b>	<b>8.954</b>
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.

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.**

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.

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.**

## Mayores beneficios que no se reflejan en los salarios

Todo el esfuerzo extra que asumen las plantillas, sin embargo, no se compensa económicamente. Particularmente en el comercio minorista,

**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
<b>TOTAL CNAE</b>	<b>26.268 €</b>	<b>-</b>	<b>28.215 €</b>	<b>24.186 €</b>	<b>14% - 4.029 €</b>	<b>4,3% 1.090 €</b>	<b>4,3% 1.173 €</b>	<b>4,4% 1.018 €</b>
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.

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). 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.

**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.

## 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.