

COMERCIO 4.0

12,96% PIB

16,80% EMPLEO

349.000 PERSONAS AFECTADAS POR UN ERTE

PROPUESTAS CCOO PARA UN SECTOR SOSTENIBLE Y UNA TRANSICIÓN JUSTA

Un sector clave para la economía española, en permanente cambio y transformación. La competencia también empuja a innovaciones y aplicaciones tecnológicas, con una **creciente digitalización y ascenso del comercio electrónico.** Y la reivindicación de una **transición digital justa** adquiere, aún más en el Comercio, una relevancia de estrategia nacional.

Más allá del debate entre formatos grandes y pequeños, como la forma más aparente y llamativa de la competencia, **se abren dimensiones más profundas:** sobre especialización y adaptación a las nuevas tendencias del consumo y hábitos de los consumidores, etc.

Desde CCOO apostamos por un desarrollo comercial sostenible y de calidad, junto a las necesarias infraestructuras físicas e inteligentes. La calidad en el empleo y las relaciones laborales tiene un papel decisivo,

Otro de los factores importantes de la evolución del cambio en el sector del comercio es el que tiene que ver con la **sostenibilidad.**

El objetivo principal de este documento es, en consecuencia, situar propuestas en abierto desde CCOO para abordar los retos de un sector estratégico, al tiempo que proponer la generación de espacios de encuentros y debate, preferiblemente impulsados desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo con los diferentes agentes del sector -patronales, sindicatos, consumidores, CCAA, Municipios...-, para la construcción de una “Alianza -u Hoja de Ruta- por un modelo comercial sostenible y una transición digital justa”.

Con este objetivo y estas ideas fuerza orientadoras, sostenibilidad en sus diferentes dimensiones y transición digital justa, se construye el presente documento: “COMERCIO 4.0”. Un documento abierto, asertivo y con vocación de que sirva de base para planteamientos compartidos, en el que situamos 40 propuestas, susceptibles de un mayor desarrollo, en torno a 4 ejes de actuación:

- Digitalización y comercio electrónico.
- Equilibrio y regulación del modelo comercial.
- Acción institucional y económica.
- Las personas, el principal activo.

1 DIGITALIZACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Apoyar al comercio de proximidad.

Apostamos por articular herramientas de apoyo al comercio de proximidad en sus diferentes formatos, como motor dinamizador de las ciudades, los territorios y el empleo, impulsando desde las diferentes Administraciones su necesaria transformación digital ante los retos de la omnicanalidad y el e-commerce.

2. Apostar por la innovación

Un impulso decidido y sostenido por la innovación en el sector como **factor de mejora de competitividad y estrategia de adaptación** a los nuevos hábitos de compra y de venta.

3. Apoyar específicamente a las PYMEs

En línea con las estrategias definidas a nivel de la UE y teniendo en cuenta la realidad del tejido empresarial del sector (**el 96,5% de sus empresas tienen entre 0 y 9 personas asalariadas**), resulta imprescindible un apoyo concreto al tejido empresarial de PYMEs y microPYMEs para **incrementar su competitividad y resiliencia** a través de su innovación y digitalización.

4. Estrategia de país en materia de digitalización

Definir una estrategia nacional con criterios y propuestas en materia institucional, legislativa, de regulación fiscal justa y real, de transición digital justa y de sostenibilidad en su cuádruple acepción (económica, social, laboral y medioambiental)

5. Formación en competencias digitales

Resulta estratégico definir una estrategia integral de Formación enfocada a la adaptación a los cambios funcionales, competencias digitales y empleabilidad de las plantillas del sector comercial en los nuevos empleos que puedan crearse,

6. Transición digital justa

La mejor garantía de una transición digital justa, a nivel general y en el Comercio, es la **participación sindical en la implantación y gobernanza de los procesos de digitalización**.

7. Garantizar la participación sindical en la transición digital

Fortaleciendo las relaciones laborales y la negociación colectiva, adaptando la acción sindical a las nuevas realidades laborales, e impulsando el diálogo social tripartito.

8. Análisis y diagnósticos compartidos

Análisis y diagnósticos compartidos con los principales agentes del sector comercial (empresas, personas trabajadoras, personas consumidoras), impulsados por parte de las Administraciones Públicas.

9. Protección de Datos para una I.A ética

La regulación sobre el derecho de las personas trabajadoras a **acceder a los datos que se recogen sobre ellas y participación de los agentes sociales en su regulación, implementación y control**.

10. Regulación del Trabajo a Distancia y la desconexión digital

Existe una amplia coincidencia sobre la **necesidad de abordar de forma inmediata una regulación sobre el Teletrabajo y otras formas de Trabajo a Distancia**.

2 EQUILIBRIO Y REGULACIÓN DEL MODELO COMERCIAL

11. Integrar los nuevos canales en la actividad principal

Creemos estratégico **integrar los nuevos canales de venta y servicio al cliente en la actividad principal como estrategia de innovación y garantía de Empleo.**

12. Cambio de paradigma en torno a los horarios de apertura

Apostamos por promover un cambio de paradigma en cuanto al óptimo equilibrio empresarial de horario de apertura/atención, nivel de ventas y plantilla mínima necesaria, **máxime con la aceleración disruptiva que supone el e-commerce.**

13. Homogeneizar a nivel estatal la legislación de horarios comerciales

Abordar de forma consensuada **una regulación que pueda homogeneizar lo más posible los horarios comerciales en todo el país**, a condición de mantener las competencias legislativas en la materia de las Comunidades Autónomas, y que opere como elemento de mayor cohesión económica y social entre las mismas.

14. Proteger a personas consumidoras

Potenciar la legislación en materia de garantía y protección de las personas consumidoras y usuarias.

15. Equilibrar las reglas de los diferentes formatos comerciales

Impulsar de forma estratégica medidas destinadas a **equiparar la base jurídica, regulatoria, fiscal y de control de los diferentes formatos comerciales.**

16. Regulación y legislación: claves para definir el modelo comercial.

Resulta necesario abordar una optimización, mejora y desarrollo legislativo y normativo de la actividad comercial, en sus diferentes formatos y subsectores de actividad, con el objetivo de incidir en la **definición de un modelo comercial innovador, resiliente y sostenible.**

17. Reforzar la actuación inspectora

Una potenciación de la actuación inspectora que entendemos debe impulsarse en términos de **recursos humanos, salto tecnológico y acuerdos de refuerzo con las CCAA**, especialmente las de mayor actividad comercial.

18. Agenda comercial global social y sostenible

Apostamos por una **agenda comercial global progresista, social y sostenible**, basada en una adecuada regulación del comercio, en una globalización con dimensión social, en la generación de empleos de calidad y salarios justos, en la protección y promoción de normas sociales, medioambientales y laborales (normas y convenio OIT, especialmente), y en un sistema comercial alternativo que sea justo y equitativo, también y muy especialmente en las cadenas de suministro, además de promover los ODS de las Naciones Unidas.

3 ACCIÓN INSTITUCIONAL Y ECONÓMICA

19. Sostener el tejido empresarial y el empleo

Apostamos por la implementación y refuerzo de **medidas concretas e inmediatas que eviten la pérdida de tejido empresarial y de empleo en el sector comercial.**

20. Vincular el empleo a las ayudas a empresas

Las medidas económicas para el sostenimiento del tejido empresarial **deben estar expresamente vinculadas con compromisos efectivos de mantenimiento del empleo.**

21. Criterios RSE en las políticas de ayudas y subvenciones públicas

Apostamos por un impulso legislativo al establecimiento de prioridades en cuanto a los requisitos a cumplir por aquellas empresas que quieran acogerse a instrumentos de financiación, subvenciones y ayudas, que **refuercen mediante coeficientes de ponderación a aquellas empresas que ofrezcan garantías en materia de RSE/sostenibilidad.**

22. Política para la distribución comercial como política industrial

Entendemos que debe abordarse la definición de la política para la distribución comercial **desde una perspectiva de política industrial en toda su extensión.**

23. Perspectiva general e integrada de la cadena de valor

Desde tres líneas principales: **(i) La lógica interna de la distribución comercial y su cadena de valor, (ii) La estructuración de la oferta comercial y su inserción en los modelos urbanos, (iii) El reto de la “ultima milla”.**

24. Líneas de inversión estratégicas

Creemos que el modelo comercial debe conllevar la mejora de los marcos de colaboración público-privados, y de los procesos de diálogo social en el ámbito apropiado cuando ello sea necesario, para el desarrollo de políticas eficaces orientadas al desarrollo comercial. Es este sentido, entendemos que las diferentes administraciones (municipal, autonómica, central) deben estimular y facilitar la iniciativa privada, y suplirla en inicio si es preciso, en **líneas de inversión de especial interés.**

25. Consejos u observatorios sectoriales, representativos y participativos

Apostamos por potenciar los Consejos de Comercio existentes a nivel estatal, territorial y provincial/local, o impulsar su creación donde no existan, como **ámbito de participación de los diferentes agentes del sector públicos y privados.**

26. Observatorio del Comercio 4.0

Desarrollo y dinamización de este Observatorio, dependiente del MINCOTUR, **incorporando al mismo a las organizaciones sindicales.**

27. Investigación + Desarrollo + Innovación + Excelencia + Formación

Entendemos que el modelo comercial, en sus diferentes sectores, debe caminar hacia su desarrollo en términos de valor añadido, impulsando como ejes estratégicos y conectados el **I+D+i+E+F (Investigación, Desarrollo, Innovación, Excelencia y Formación).**

28. Optimizar tejido productivo y promocionar el aumento de tamaño de las empresas

La necesidad de situar debates y consensos acerca de la optimización del tejido productivo del sector comercial, con la promoción del aumento del tamaño medio de las empresas como elemento de **adaptación, sostenibilidad y resiliencia.**

4 LAS PERSONAS, EL PRINCIPAL ACTIVO

29. La salud, lo primero: Implementación y seguimiento Guías PRL

La salud de las personas consumidoras y de las personas trabajadoras del sector, lanzando al tiempo un mensaje de seguridad y confianza para las personas consumidoras, con garantías sanitarias de los establecimientos y mecanismos de inspección y control.

30. Prorrogar los ERTes por COVID

Prorrogar (mantener) las medidas de los ERTes con las condiciones establecidas durante la COVID19, hasta finales de año en los sectores de comercio, que por su naturaleza o su actividad tengan vinculación con el turismo.

31. Programas de fomento del empleo

Se deben de poner en marcha por las administraciones correspondientes, consensuados con los agentes sociales, programas de fomento del empleo y mejora de la empleabilidad de las personas trabajadoras del sector comercial.

32. Impulsar el papel la negociación colectiva

Apostamos por un impulso desde el Diálogo social tripartito y la acción legislativa del papel de la negociación colectiva sectorial, recuperando la equidad contractual de las partes y la prevalencia del convenio sectorial, para impulsar una gestión compartida y coordinada de la evolución del sector comercial -y sus diferentes subsectores- en la presente coyuntura.

33. Calidad en el empleo: eje clave del modelo de comercio

No puede hablarse de comercio de calidad, y menos aún de modelo comercial sostenible, si no hay una **mejora de la calidad del empleo y de las condiciones laborales del sector**.

34. La Formación, factor de empleabilidad, adaptación y resiliencia.

Entendemos esencial la puesta en marcha de estrategias ambiciosas de formación y recualificación de las plantillas, como uno de los vectores clave de **mejora de la empleabilidad, adaptación, productividad y resiliencia del factor trabajo**.

35. Reforzar la estructura, el ámbito y los contenidos negociación colectiva sectorial

Recuperar el Acuerdo Marco de Comercio con contenidos reforzados, así como por ampliar los contenidos y reforzar los marcos de negociación colectiva sectorial estatal, en los sectores de actividad del comercio (Grandes Almacenes, Comercio textil, Comercio Alimentación, Comercio Metal...), mediante **convenios y acuerdos marcos estatales de subsector** que eviten la dispersión y parcialidad actuales, además de evitar vacíos de cobertura convencional.

36. Racionalizar el tiempo de trabajo vía negociación colectiva.

Apostamos por avanzar en una **regulación pactada en los marcos de negociación colectiva de los elementos de contratación y jornada**.

37. Gobernar el cambio

Resulta imprescindible **impulsar un gobierno compartido y corresponsable del cambio- Por ello, en un plano más amplio, aplicable a la negociación colectiva sectorial pero también de forma concreta a la negociación colectiva en la empresa, consideramos estratégico prever la negociación y consecución de acuerdos en torno a los siguientes escenarios:** (i) Organización del trabajo, (ii) Reestructuraciones organizativas y de empleo, (iii) procesos de reducción o de ajuste de capacidad instalada, (iv) Plan social de acuerdo intergeneracional, (v) Aplicación de

marco convencional sectorial para las externalizaciones, (vi) Marcos de negociación sectorial en Salud Laboral y Prevención de riesgos laborales, Igualdad y Formación.

38. Establecer protocolos para una transición justa

Impulso a la suscripción a nivel sectorial, subsectorial y/o de empresa de Protocolos para una transición digital justa que incluyan **recomendaciones y compromisos en torno a las propuestas anteriores**.

39. Regular las plataformas digitales

Resulta igualmente imprescindible abordar a corto plazo una regulación legal de las plataformas digitales, esencial para afrontar el futuro de la actividad comercial, y especialmente en sus aspectos laborales, que reconduzca sus elevados niveles de precarización.

40. Garantizar los derechos sindicales en las nuevas realidades laborales

Resulta igualmente esencial garantizar, en los marcos legales y convencionales, el ejercicio de los derechos sindicales en las nuevas realidades del mundo del trabajo (plataformas, teletrabajo, fragmentación del proceso productivo), además de impulsar la propia adaptación y anticipación del sindicato.