




Confederación Española de Comercio



# CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE COMERCIO

**Comparecencia en la Mesa de la Comisión  
de Industria, Comercio y Turismo**

**13 de abril de 2021**



## ÍNDICE

- 1.- Salutación y agradecimiento**
- 2.- Presentación de la CEC. Carácter y función como agente social.**
  - 2.1 Qué hacemos**
- 3.- Exposición descriptiva del sector de comercio y su relevancia en la economía española.**
  - 3.1 Indicadores y características del sector en España**
  - 3.2 Valoración de la situación actual.**
- 4.- Propuestas de la Confederación Española de Comercio (CEC)**
  - 4.1 Los Fondos Europeos en el comercio**
  - 4.2 La recuperación post Covid-19**
- 5. - Conclusiones**



## 1. SALUTACIÓN Y AGRADECIMIENTO

Buenos días señorías. En primer lugar, quisiera trasladar **nuestro más sincero agradecimiento a nuestro Parlamento** por la invitación dispensada a la Confederación Española de comercio y, en particular, a la mesa de la Comisión de Industria, Comercio y Turismo.

## 2. PRESENTACIÓN DE LA CEC. CARÁCTER Y FUNCIÓN COMO AGENTE SOCIAL.

Nuestra organización integra a **8 confederaciones y 20 federaciones** de ámbito autonómico y provincial de empresas y empresarios; así como 6 organizaciones sectoriales de ámbito nacional, **representando en su conjunto a cerca de 435.000 comerciantes.**

La CEC es miembro de pleno derecho de la **Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME)**, organización más representativa de las pymes en España; y de la **Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)**, ostentando una vicepresidencia en CEPYME, así como en la Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo de CEOE (C4).

Igualmente, la CEC goza además de una amplia **presencia institucional en diversos organismos, comisiones y grupos de trabajo** vinculados con el sector comercio.

La amplia y probada experiencia de la que dispone nuestra organización, su gran representatividad y carácter estratégico, convierten a la Confederación Española de Comercio en una entidad con una **fuerte capacidad de influencia en el sector.** Asimismo, su estructura organizativa le permite hacer fluir la información con gran eficacia hacia todos sus agentes, tanto a nivel territorial como a nivel sectorial.



Además, la totalidad de los más de **250 convenios colectivos de ámbito provincial, autonómico y nacional** que se negocian en España son firmados por las organizaciones integradas en la CEC, siendo por ello la organización que representa al sector en los Planes Nacionales de Formación Continua y en el diálogo social con las organizaciones sindicales del sector.

## 2. 1. Qué hacemos

- Actuar en **defensa de los intereses de los empresarios de comercio**, de la pequeña y mediana empresa de comercio y del comercio en general.
- Servir como **órgano de unión y coordinación de las organizaciones miembro**, fomentando la unidad empresarial y representando a los asociados ante los órganos de consulta en los términos que prevea la correspondiente legislación.
- **Postular un modelo económico en el que la empresa comercial tenga los medios necesarios** para desempeñar el importante papel económico y social que le corresponde.
- **Atender las necesidades** de información, formación, investigación y perfeccionamiento de las empresas comerciales, estudiando y divulgando cuantos temas puedan promover la potenciación de la empresa de comercio.
- Desarrollar el **diálogo con los poderes públicos** sobre aquellas materias económicas y sociales que incidan en la actividad empresarial comercial, así como participar en el proceso de adopción de medidas que afecten a los empresarios del sector comercio.
- **Colaborar para que se instituyan los canales de comercialización más adecuados** entre el producto de origen y el consumidor.



- 
- **Cooperar con la Administración pública y los sindicatos** de trabajadores con el fin de conseguir un crecimiento basado en la paz social.
  - **Canalizar la participación de la empresa** comercial en los órganos de conciliación, negociación o arbitraje que puedan condicionar su futuro, tanto a nivel nacional como internacional.

En definitiva, la Confederación Española de Comercio viene desempeñando, en nuestro sector, la función que nos asigna el **art. 7 de la Constitución Española, de "defensa y promoción de los intereses económicos y sociales que les son propios"**. Y en esta función que nos asigna la CE basamos nuestra reivindicación y reconocimiento de organización básica para la defensa y promoción de los intereses económicos y sociales del sector en España.

### **3. EXPOSICIÓN DESCRIPTIVA DEL SECTOR DE COMERCIO Y SU RELEVANCIA EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.**

#### **3.1 Indicadores y características del sector en España**

#### **3.2 Valoración de la situación actual.**

#### **3.1 Indicadores y características del sector en España**

El comercio es un sector estratégico para la economía española, no solo por la dimensión y el empleo que genera, sino porque en él se están manifestando los grandes cambios que están sucediendo en la economía global.

La dimensión económica de un sector de actividad no se debe medir únicamente en función del valor de su producción o del valor añadido que genera. Existen otros aspectos que han de



---

tenerse en cuenta y, sin duda, uno de los principales es el papel que desempeña dentro del tejido productivo de una economía, es decir, cómo afecta su actividad al resto de los sectores, el conocido “efecto arrastre”.

### Aportación a la economía

- El sector de comercio supone el 13% del total de la economía española siendo **uno de los principales motores económicos del País**.

### Impacto en el empleo

- El comercio es el **principal sector de la economía en términos de empleo**, el 17% del total de afiliados a la Seguridad Social trabaja en el Sector Comercio, siendo el primer sector en número de empleos.
- Además, **el empleo por cuenta propia tiene mayor peso**, en términos relativos, que en el conjunto de la economía.

### El efecto arrastre del comercio

Además, **el efecto arrastre del sector comercio sobre el resto de la economía es también relevante y muy variado**, destacando los efectos indirectos que genera sobre sectores tan heterogéneos como el energético, la construcción, el transporte terrestre, los servicios de almacenamiento, los servicios financieros, las actividades inmobiliarias, los servicios de seguridad y administrativos, los productos alimenticios, o los servicios de publicidad y estudios de mercado, entre los más destacados.



### Dimensión social y vertebradora del territorio.

Otro de los aspectos más relevantes del comercio, son **su dimensión social y vertebradora del territorio**, aspecto tan importante como el económico y que merece un estudio específico.

Además, las empresas con menos de 10 trabajadores representan el 44,6% del total en España, lo que da una idea del elevado grado de atomización del sector comercio en nuestro país.

**Señorías, una vez más debo manifestar que, este es el modelo comercial de nuestro País y su contribución a la economía del País.**

### **3.2 Valoración de la situación actual.**

#### En base a los datos obtenidos a través de encuestas internas de la CEC

Si bien hay que destacar el impacto desigual que la pandemia ha tenido en las empresas del comercio en función de su tipología, tamaño y ubicación, en términos generales el sector se encuentra en una situación muy complicada. Según datos de CEC, el comercio minorista ha registrado en 2020 una **caída de facturación acumulada sin precedentes** (20% – 25% de media), afectando de forma particular a los negocios ligados al equipamiento de la persona (que han registrado una caída que alcanza el 40%) así como aquellos ubicados en los territorios más dependientes del turismo.



La corriente de reconocimiento por parte de la opinión pública hacia los establecimientos y comercios de proximidad surgida en los últimos meses y motivada por el papel ejemplar de estos negocios durante el confinamiento y sus medidas de seguridad, tampoco ha sido suficiente para paliar los efectos de la crisis sanitaria.

Tras casi un año de cierres forzados de establecimientos, de continuas y rigurosas limitaciones en su actividad, son muchas las empresas del sector que se encuentran en una situación muy vulnerable. Los datos reales indican unas pérdidas de facturación de 12.000 millones de euros que ya ha provocado el cierre de cerca de 63.000 negocios. Un escenario que, según los principales servicios de estudios, seguirá empeorando debido a la contracción del consumo privado en casi un 14% a causa de las restricciones y cierres de actividad decretados de manera sucesiva por las diferentes Administraciones Públicas.

En términos de empleo, en 2020, el conjunto del comercio cerró el año con una caída de 94.000 afiliados respecto a 2019. Una cifra que se espera se vea incrementada notablemente cuando finalicen los ERTes.

En cuanto a la reactivación del consumo, los indicadores tampoco son muy optimistas, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) se situó en marzo en 73 puntos, según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), un dato que pese a tratarse del mejor resultado del último año, aun está muy por debajo de los niveles pre-pandemia y de los cien puntos que separan la valoración positiva de la negativa.

Más allá de las medidas paliativas urgentes que esta pandemia requiere, es imprescindible abordar un **plan económico y políticas concretas para el sector de comercio** en estrecha





colaboración con las organizaciones empresariales más representativas del sector. Señorías, para ello, quiero remarcar a las organizaciones empresariales más representativas como **legítimas y exclusivas representantes de comercio** a efectos de interlocución y expresión de los intereses empresariales y sectoriales.

Las empresas de comercio se caracterizan por presentar una dimensión reducida.

El comercio español se caracteriza por estar más atomizado que su homólogo europeo. Por lo tanto, el papel del pequeño comercio sigue siendo muy relevante, lo que a su vez pone de manifiesto la importancia del papel que en este contexto desempeña la Confederación Española de Comercio, así como todas sus Organizaciones miembro, tanto de ámbito territorial como sectorial.

Señorías, permítanme manifestar que desde la Confederación Española de Comercio, consideramos, en base a nuestra trayectoria, conocimiento del sector, capilaridad y cercanía a las empresas y autónomos del sector, además del reconocimiento que la propia Constitución Española hace en relación con las asociaciones empresariales respecto de la “defensa y promoción de los intereses económicos y sociales que les son propios”, nuestra necesaria **participación en la toma de decisiones de afectación al sector comercio.**

#### 4. Propuestas de la Confederación Española de Comercio (CEC)

En este apartado plantearé una serie de propuestas orientadas a como afrontar la recuperación post Covid-19 y el aprovechamiento de los Fondos Europeos en el comercio.



## 4.1 Los Fondos Europeos en el comercio

El sector del comercio es una pieza estratégica en el desarrollo económico y social del país, y más allá de las medidas paliativas urgentes que esta pandemia requiere, es imprescindible abordar el “día después” de modo que podamos afrontar las consecuencias que sin duda alguna producirá esta pandemia, en relación con la oferta comercial derivada de los cierres, con diferente afectación dependiendo del ámbito territorial (municipios, barrios, ámbito rural, etc.) y/o de cada subsector concreto. Todo ello, en correlación con las características demográficas del entorno.

Por lo tanto, consideramos imprescindible abordar un **plan económico y políticas concretas para el sector de comercio** en estrecha colaboración con las organizaciones empresariales más representativas del sector. Señorías, para ello, quiero reiterar el papel de las organizaciones empresariales más representativas como **legítimas y exclusivas representantes de comercio** a efectos de interlocución y expresión de los intereses empresariales y sectoriales.

En lo que respecta a medidas concretas para favorecer la recuperación del sector destacaría, por su importancia, las siguientes:

1. Respecto al Real Decreto-Ley 5/2021 de 12 de marzo de medidas extraordinarias de apoyo a la solvencia empresarial en respuesta a la pandemia de la COVID-19 y en relación con las ayudas directas a autónomos y empresas:



- a) En su exposición de motivos establece que con cargo a esta línea se canalizarán ayudas directas a las empresas y autónomos cuya actividad se ha visto negativamente afectada por la pandemia. Es decir, se refiere a empresas y su particular afectación negativa, en términos económicos, de la pandemia en su actividad. Por tanto, no entendemos el criterio restrictivo basado en el CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) que excluye un número importante de empresas en situación de gran vulnerabilidad. En consecuencia, **que el único criterio aplicable para acceder a estas ayudas se base en criterios económicos** y no por CNAE de comercio.
  - b) En su defecto, desde la CEC sugerimos las siguientes modificaciones al texto del Real Decreto:
    - i. Artículo 2.4. Que las comunidades autónomas puedan ampliar en las convocatorias los CNAES del anexo a otras empresas de comercio y servicios para que puedan acceder a las ayudas. Ya que la incidencia de la pandemia está siendo desigual según el tejido empresarial existente en las diferentes CCAA.
    - ii. Artículo 3.2 que la convocatoria de ayudas de cada CCAA pueda establecer un porcentaje de caída en su volumen de operaciones anual declarado o comprobado por la Administración, en el impuesto sobre el Valor Añadido o tributo indirecto equivalente inferior al 30%.
    - iii. Artículo 3.5 añadir al final, ***“o en las que contemple la convocatoria de ayudas de cada CCAA”***.
2. En este nuevo escenario, la especialización, la innovación, la orientación a las necesidades de los consumidores y las nuevas



tecnologías juegan un papel fundamental, condicionando su capacidad de supervivencia y crecimiento a medio y largo plazo.

Desde la CEC consideramos muy necesario potenciar e incentivar la **digitalización del sector**, especialmente a la micropyme.

Para ello proponemos la creación de las Oficinas Técnicas de apoyo digital al comercio local, como una medida de acompañamiento directo y continuo a través de la Confederación Española de Comercio y sus organizaciones miembros, de modo que en este momento decisivo de transición se puedan aprovechar las ventajas que ofrece nuestra capilaridad y cercanía a las empresas en pos de una mayor efectividad en este necesario proceso de transformación digital.

3. Con el mismo propósito de efectividad proponemos que la CEC y sus organizaciones miembro actúen como entidades colaboradoras para la gestión de las ayudas al sector en las diferentes CCAA.
4. Confederación Española de Comercio en una entidad con una fuerte capacidad de influencia en el sector cuya estructura organizativa permite vertebrar de una manera eficiente la información y proyectos de manera eficiente y eficaz, tanto a nivel territorial como a nivel sectorial. En base a ello, proponemos que la Confederación Española de Comercio actúe de nexo entre la Administración y el sector de Comercio, para dar apoyo administrativo (como las oficinas de digitalización o también como soporte administrativo para la gestión, difusión y canalización de las ayudas al sector, al igual que en cada ámbito territorial bajo soporte de los correspondientes convenios de colaboración).



---

## 4.2 La recuperación post Covid-19

A continuación, se proponen una serie de medidas para favorecer la recuperación del sector:

1. Un establecimiento comercial en España está afectado por más de 3.000 normas europeas, nacionales, autonómicas y municipales. Se hace imprescindible una moratoria legislativa que no añada más complejidad a la ya complicada gestión en un periodo en el que está en juego la supervivencia de miles de comercios.
2. Según un reciente estudio de la C4 de CEOE, los nuevos costes de origen regulatorio surgidos en los últimos años y que el sector comercial asume de manera directa ascienden a 1.475 M€ al año, a los que deben añadirse 299 M€ anuales que van contra el bolsillo del consumidor. No se debe incrementar todavía más la presión impositiva y normativa sobre el sector, pues impacta directamente en la inversión empresarial, imprescindible para la recuperación de la economía que tenemos por delante.
3. Cabe destacar los nuevos costes normativos de naturaleza medioambiental. El comercio está totalmente comprometido con la sostenibilidad, pero necesitamos que las iniciativas impulsadas por las administraciones sean eficientes y eficaces dado su alto coste. En este sentido, iniciativas como un **Sistema de Depósito, Devolución y Retorno (SDDR) obligatorio** para la gestión de envases, no sólo, no es compatible con nuestro modelo de distribución, especialmente en el pequeño comercio, sino que tiene un impacto muy discutible en términos de mejora de las tasas de reciclado.
4. En un momento de zozobra económica como la actual, es más necesario que nunca que la Administración ponga coto al



---

**Hurto Multirreincidente** en el Comercio, una lacra que supone:

- 420 M€ anuales desperdiciados para la Administración, ya que se dedican 300 M€ a costes administrativos, policiales y judiciales de causas judiciales inconclusas de esta naturaleza, y no se llegan a cobrar más 120 M€ en sanciones derivadas de hurtos en el comercio.
- Y además, según AECOC, supone 1.800 M€ anuales en pérdidas para el sector.

Para ello es fundamental, según ha propuesto la C4 de CEOE, modificar el Código Penal para que la multirreincidencia tenga consecuencias y modificar la Ley de Enjuiciamiento Criminal para ganar operatividad en los procedimientos judiciales.

5. El impacto que sobre la actividad comercial que tendría **la limitación a 1.000 euros del pago en efectivo** podría ser nefasto en un momento económico como el actual. Además, resulta una medida desproporcionada que puede poner en cuestión el propio concepto de curso legal del dinero y sus efectos en la lucha contra el fraude están en entredicho. En este sentido, en los pocos países dónde se ha implantado no ha funcionado. No hagamos experimentos en plena contracción del consumo.
6. Por último, quisiera manifestar en este apartado que consideramos imprescindible que los profesionales de la cadena de valor del gran consumo tengan un **acceso prioritario al plan de vacunación** frente al Covid19. Como sector esencial reconocido para abastecer de alimentos y productos de primera necesidad al conjunto de la población del país, no tendría sentido alguno dejarlo fuera de los colectivos de vacunación prioritaria. Agradecemos mucho el reconocimiento de la ciudadanía durante el confinamiento,



---

pero si éramos esenciales entonces: ¿porqué no lo somos ahora?

## 5. Conclusiones

- ✓ Consideramos imprescindible abordar un **plan económico y políticas concretas para el sector de comercio** en estrecha colaboración con las organizaciones empresariales más representativas del sector, como **legítimas y exclusivas representantes de comercio** a efectos de interlocución y expresión de los intereses empresariales y sectoriales.
- ✓ Son necesarias ayudas directas a los subsectores más afectados por la crisis del COVID. En el caso del pequeño comercio sólo CEC y su estructura territorial pueden y deben ser los instrumentos para canalizar dichas ayudas.
- ✓ No cabe duda de que un plan de ayudas directas al sector debe contar con un importante apoyo presupuestario, pero no menos importante y urgente es **establecer procedimientos administrativos eficaces y eficientes** en la gestión del tiempo desde la solicitud de la ayuda hasta su percepción. Con tal fin de efectividad proponemos que la CEC y sus organizaciones miembro actúen como entidades colaboradoras para la gestión de las ayudas al sector en las diferentes CCAA.
- ✓ Para terminar, quisiera reivindicar la función que nos asigna el texto constitucional a las organizaciones empresariales, y por tanto a la Confederación Española de Comercio, de la “defensa y promoción de los intereses económicos y sociales que les son propios”, frente a otras entidades cuya finalidad es la de representación, promoción y defensa de intereses generales, que no empresariales. En base a ello, proponemos la **participación de la Confederación Española de Comercio en la toma de decisiones que afectan al sector comercio**, así como la constitución de los foros necesarios para ello, a semejanza de lo que sucede en otros sectores económicos considerados estratégicos para nuestro país.



Confederación Española de Comercio

[www.cec-comercio.es](http://www.cec-comercio.es)