



Confederación Española de Comercio

**PROPUESTAS DEL SECTOR DEL  
COMERCIO EN ESPAÑA PARA  
LAS ELECCIONES GENERALES  
DE 2023**

Confederación Española de Comercio

Julio 2023



Confederación Española de Comercio

## RESUMEN EJECUTIVO

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.

Por ello, que conseguir una regulación y unas condiciones del mercado que promuevan su eficiencia, debe ser objetivo prioritario de las políticas administrativas, económicas, normativas y sociales de las Administraciones públicas.

La **situación que el sector comercio y más concretamente el comercio de proximidad atraviesa en nuestro país actualmente es, cuando menos, difícil**, a lo que se suma un **proceso de transformación continua** en el que 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 **Confederación Española de Comercio** vemos imprescindible **generar un contexto más favorecedor para el comercio que redunde en beneficio de toda la sociedad**, el de presentar propuestas de consenso a los órganos de gobierno, poderes públicos y otras instituciones.

Antes de avanzar en **estas líneas de trabajo que, desde el sector del comercio, consideramos prioritarias, queremos exponer algunos datos del sector** manifiesto la dimensión y caracterización del sector comercio en la economía española.

- Tiene un **peso en la economía española del 13%**, siendo una de las actividades más relevantes de nuestra estructura productiva. Es una actividad que ha tenido una contribución notable a la generación de riqueza de nuestro país a lo largo de las últimas décadas.
- Es el primer sector de la economía española en términos de empleo, suponiendo el **17% de los afiliados a la Seguridad Social** y con especial participación del empleo femenino, ya que el 61,5% de los empleados del sector son mujeres.



Confederación Española de Comercio

- El 80 % de los contratos son indefinidos.
- En el comercio, **el empleo por cuenta propia tiene mayor peso**, en términos relativos, que en el conjunto de la economía. **En 2023, el 23,05% de los ocupados en este sector lo eran por cuenta propia (un 35,05% en el caso del comercio minorista)**, frente al 16% para el conjunto de la economía.
- Por edad, este es un sector donde **la plantilla es relativamente más joven que en el conjunto de la economía**. Así, el comercio tiene una mayor proporción de empleados menores de 29 años, que se cuantifica en el 17,5% de los ocupados de este sector (13,8% en el conjunto de los sectores). El segmento de 30 a 50 años tiene unos porcentajes de ocupación similares a la media de la economía española, siendo más reducidos en el comercio los porcentajes de edades comprendidas entre los 50 y los 59 años y los mayores de 60 años. **Tramos de edad, éstos, en los que un alto porcentaje de personas trabajadoras por cuenta propia se encuentran sin que existan garantías de relevo generacional.**
- 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.



Confederación Española de Comercio

## MEDIDAS DESTINADAS A LA ESPECIAL PROTECCIÓN PARA EL COMERCIO DE PROXIMIDAD:

### Diálogo con el sector

- **Creación de foros de diálogo permanentes del MINCOTUR** con las organizaciones del sector, de forma que se ponga encima de la mesa la realidad del sector y se pacten políticas en materia de comercio.
- En este sentido, desde la CEC llevamos años reclamando la creación de una **mesa de trabajo permanente con el Gobierno de España** y en el nivel regional y local para definir la estrategia y las medidas a implementar destinadas al comercio en sus distintos canales de distribución.
- Creación de una **Estrategia Nacional sobre Comercio** a largo plazo con la colaboración de los sectores implicados y que defina el modelo estable para fomentar el desarrollo del sector de cara a los próximos 20 años, incluyendo un plan de protección para el comercio de proximidad.
- Elaboración de un **Informe sobre la importancia del comercio de proximidad** a nivel nacional, que incluya un diagnóstico y una proyección a 10 años y el estudio de casos de éxito en otros países de nuestro entorno.
- Creación de un **Observatorio nacional de comercio**, que incluya al comercio tradicional, con datos por CCAA y provincias para medir su evolución y que sirva de base para la adopción de medidas.



Confederación Española de Comercio

## Ámbito fiscal

- **Reducir la presión fiscal sobre nuestro sector**, tanto pymes como empresarios autónomos, que está muy por encima de la media de la Unión Europea. Asimismo, realizar un mayor control, por parte de las autoridades competentes, del **cumplimiento de la legalidad vigente en materia de comercio y consumo, laboral y fiscal, por parte de los grandes operadores de venta por Internet.**
- Ampliar la rebaja del IVA Alimentario. Apoyamos la **reducción del IVA a los productos esenciales, que ha demostrado su eficacia** como freno a la espiral inflacionista y de la que se han beneficiado íntegramente los consumidores, no los comerciantes. Es imprescindible que estas **reducciones se amplíen a otros como la carne y los productos pesqueros**, que no quedaron incluidos en la rebaja de enero 2023.
- **Reestructurar la obligación del pago de determinados impuestos, como el IVA, antes de que las facturas emitidas puedan ser cobradas**, dado que este tipo de prácticas supone una verdadera traba para su ciclo productivo, especialmente a las pymes, que tienen que recurrir a financiación externa para afrontar este hecho.
- Implantación de un **efectivo *leve playing field* que establezca unas mismas reglas y obligaciones para todos los operadores económicos** con independencia de si desarrollan su actividad a través de establecimientos comerciales físicos o a través del comercio electrónico con el fin de equilibrar las diferencias en el tratamiento fiscal.



Confederación Española de Comercio

## Líneas y programas de ayuda al comerciante

- Creación por parte de las distintas Administraciones públicas, de programas y líneas de ayuda específicas al sector. Entre ellos, líneas de **ayudas locales a fondo perdido para creación de nuevas empresas de comercio de proximidad o ayudas para la renovación y modernización de comercios**, así como ayudas directas para el pago de las cuotas de seguridad social y de autónomos del comercio de proximidad.
- **Garantizar el acceso al crédito bancario para las empresas comerciales**, especialmente las pymes, así como el establecimiento de líneas de ayudas dirigidas a favorecer la creación y el desarrollo de actividades comerciales. Asimismo, es necesario **fomentar el crédito al consumo** para promover así la reactivación de la economía y de las ventas del sector.
- Mejorar los mecanismos de **apoyo al emprendimiento en materia de financiación, agilización de trámites burocráticos**, medios, infraestructuras y redes de cooperación entre los organismos e instituciones encargados de guiar y asesorar a los futuros emprendedores, como lo son las asociaciones de comercio, impulsando definitivamente los Puntos de Atención al Emprendedor.
- Líneas de **ayudas directas** para las pymes de **comercios de consumo energético intensivo para comercios con CNAE 4722 de comercio minorista de carnicería y charcutería y 4724 y 1071 de comercio minorista de panadería y pastelería**, para los que el consumo energético intensivo es intrínseco a su negocio.
- Establecer una **clasificación propia en el CNAE para determinados sectores como el de la venta automática**, en consonancia con directivas europeas, tratando de encuadrar esta actividad en un mismo código de CNAE de manera que se que facilite el acceso a



Confederación Española de Comercio

ayudas públicas directas, tales como **ayudas a la digitalización y a la adquisición de máquinas de vending.**

## Digitalización

- Implantar de manera eficaz una **estrategia multicanal en colaboración con las organizaciones del sector** que permita abordar los principales retos a los que se enfrenta el sector en materia de nuevas tecnologías. Todo ello pasa por fomentar la venta Unicanal (física y online) ante el auge del comercio electrónico, promover la digitalización de los establecimientos comerciales de proximidad y potenciar la incorporación soluciones tecnológicas que puedan favorecer la **reducción de la brecha digital entre las pymes y micropymes y las grandes empresas** dentro del sector.
- **Mayor seguridad ante los retos en el ámbito digital.** La transformación digital del entorno de los negocios ofrece grandes oportunidades al comercio, pero también hace que el sector se enfrente a nuevos retos y focos de inseguridad. Las medidas que se tomen en este sentido deben de tener siempre en cuenta la importancia del comercio físico:
  - Para proteger a nuestros consumidores, es necesario **fomentar medidas contra los abusos en las devoluciones** y prevenir y erradicar el fraude asociado a las reseñas falsas.
  - Además, sería importante **ayudar a las empresas a adaptar las nuevas normas aprobadas** en noviembre 2022 para reforzar las inversiones destinadas a ciberseguridad.
  - Reforzar **medidas contra acciones de desinformación o Fake News en redes sociales**, que afectan gravemente a los empresarios del sector, a sus comercios, o a sus productos, definiendo principios éticos de publicación y delimitando responsabilidades.



Confederación Española de Comercio

- **Adecuar los costes del interchange-fee** acorde a la realidad de los micropagos que se produce en determinados sectores como el de la venta automática.

### Mejora de la calidad institucional

- **Flexibilización de las exigencias administrativas adaptándose a la realidad de autónomos y pymes**, de manera que se permita el autocontrol en algunas materias (por ejemplo, en materia de PRL o verificación de elementos de pesaje, etc.) aunque sin descuidar la seguridad de los consumidores, siguiendo el ejemplo de las exigencias higiénico-sanitarias.
- **Impulsar medidas que faciliten a las empresas cumplir los requisitos burocráticos y administrativos.** Hay una excesiva sobrecarga burocrática que en algunos casos no pueden asumir (plataformas de contratación, requisitos administrativos, SCRAP, etc.).
- Favorecer la colaboración entre agentes públicos y privados para la **agilización de los trámites burocráticos con la administración.**
  - En los pliegos de los **concursos públicos se deben establecer cánones variables y que se permita el incremento de los precios** de los productos. Hay AAPP que han congelado los precios en los concursos y no dejan incrementarlo, a pesar de lo que las empresas están soportando de incremento de costes (materias primas, personal, etc.) Lamentablemente, si esto sigue así, se quedarán concursos desiertos.
  - Impulsar el **Certificado específico sectorial de calidad-AQS (Aneda Quality System)** para que las mesas de contratación lo incluyan en los concursos públicos. Es el instrumento que garantiza calidad y seguridad alimentaria en el servicio. Es una garantía para las AAPP y para el consumidor.



Confederación Española de Comercio

### Formación y cualificación profesional del sector

- **Abordar el problema de las dificultades para conseguir personal** en los subsectores del comercio que requieren una mayor especialización.
- Promoción de la **formación dual**: alternativa reconocida internacionalmente para la formación de profesionales y que permite adaptar la formación a los perfiles más especializados y demandados por las empresas de los diversos subsectores que conforman el sector comercio.
- **Fomentar el relevo generacional en las pymes de comercio y facilitar la transferencia a emprendedores**, mediante políticas efectivas y eficaces de apoyo al emprendimiento en nuestro sector.
- Apoyo para la formación del sector tanto para empleados y trabajadores, como para autónomos. Puesta en marcha de **líneas de ayudas para formar a empresarios, trabajadores y desempleados de comercio**.
- **Promover la creación de Escuelas Sectoriales, como la escuela técnica de ventas**, desde las Administraciones Públicas junto con las Asociaciones Empresariales, con unas infraestructuras adecuadas, dirigidas a capacitar a futuros profesionales, y reforzar los conocimientos y habilidades de los actuales.
- **Apoyo a la creación bolsa de trabajo** específicas del sector.
- **Homologación profesional de recursos humanos del sector** (gestor de ruta, por ejemplo).



### Medidas legislativas

- Incrementar las **medidas de control para luchar contra la falsificación y venta ilegal de productos** y su posterior comercialización. El comercio, que es uno de los principales agentes que contribuye, con el pago de sus impuestos, al impulso y promoción de nuestras áreas urbanas, convive a diario con la competencia desleal en todas sus formas, que no fomenta la economía local y que ocupan las grandes vías comerciales repercutiendo negativamente en la venta de los comercios.
- **Acciones contundentes en aduanas y puertos.** Establecer la máxima coordinación entre todas las Administraciones y Cuerpos de Seguridad del Estado ante la lucha contra el fraude y las falsificaciones.
- Impulsar **medidas eficaces contra el intrusismo y la competencia desleal**, muy especialmente en lo relativo a las prácticas comerciales de la banca y la **economía sumergida** en el sector comercial.
- **Mejoras procesales y organizativas, judiciales y policiales, para luchar contra el Hurto Multirreincidente.**
  - Simplificación de ejecución de sentencias de los delitos leves de 5 a 2 pasos.
  - Mejora y unificación de las bases de datos entre Justicia, Interior y FCSE.
  - Juicio inmediato en todos los delitos leves y fomento sentencias in voce.
  - Agilización de la actuación policial vía denuncia in situ, y desarrollo de la teledenuncia y comunicaciones telemáticas.
  - Firmeza de las notificaciones por vía telemática.
  - Inclusión en las sentencias y listados de antecedentes de las cantidades sustraídas para la correcta aplicación la reforma del código penal.



Confederación Española de Comercio

- Definir un **nuevo modelo de Horarios Comerciales** consensuado entre las partes que garantice un **equilibrio comercial entre formatos** tratando de conciliar la sostenibilidad de las áreas urbanas, la dinamización económica, la creación de empleo, las necesidades de los empresarios y trabajadores del sector comercio y la satisfacción de los consumidores.
- **Moratoria en la aplicación de la factura electrónica en las pymes y micropymes hasta el lanzamiento de la plataforma pública** a través de la Agencia Tributaria que ha anunciado el Gobierno
- **Reestablecer una política ordenada de rebajas y promociones** en los establecimientos comerciales que acote estos periodos en el tiempo y se circunscriban a determinadas épocas del año recuperando el espíritu por el que fueron creadas de dar salida al sobrante de stock de cada temporada, evitando la confusión del consumidor y repercutiendo positivamente en las ventas del sector y en el consumo.
- **Replantear la moratoria al impuesto del plástico de un solo uso.** Somos el **único país de la UE con este impuesto**, lo cual plantea a su vez importantes retos técnicos imposibles de salvar, como la necesidad de contar con determinada información del envase del producto, clave para la declaración del impuesto, de la que comercializadores, importadores y a veces incluso productos, desconoce. Esto general tal dificultad material y operativa, que la propia Agencia Tributaria ha puesto de manifiesto la enorme dificultad con la que se encontrará en fase de inspección. Vemos necesario replantear la conveniencia de la misma o, al menos,  **fijar una moratoria hasta que otros países de la UE apliquen impuestos similares**, dadas las negativas consecuencias económicas que ocasiona, la enorme inseguridad jurídica y los mayores costes que genera, todo ello en un momento de deterioro de la coyuntura económica.



Confederación Española de Comercio

- Que las **limitaciones y restricciones de venta de alimentación en el canal de vending sean igual que para el resto de canales**, evitando la total discriminación que en ocasiones se produce.
- **Definir por parte de las AAPP productos saludables**. Y, si no se pueden vender en el canal de vending por ser “insanos”, que se retiren igualmente de todos los canales.

### Medidas sensatas para paliar la inflación.

El **comercio no se está viendo beneficiado de esta espiral de precios** a la que asistimos. Somos víctimas de esta situación, ya que los márgenes se reducen porque los costes suben en mayor medida que los precios a los que vendemos, con la consecuente erosión de márgenes que eso supone para el sector. **No estamos ante un problema de márgenes, sino de costes.**

Compartimos la preocupación de la clase política por el efecto en los ciudadanos de las subidas de precios, especialmente en alimentación (dónde está el gran foco), y por ello estamos haciendo un **gran esfuerzo para hacer de dique de contención, y aplaudimos las medidas sensatas y eficaces impulsadas desde la Administración**, como la bajada de IVA de alimentos básicos.

Desde la responsabilidad demostrada como sector, vemos necesario advertir de la gravedad e impacto que podrían tener determinadas iniciativas que en algunos casos se han puesto encima de la mesa, y que sólo pueden ser fruto de un profundo desconocimiento de la realidad del mercado, como la **imposición topes a los precios, que tendría un efecto devastador**, reduciendo la disponibilidad de bienes, fomentando el mercado negro e incrementando el precio de estos, así como pérdidas económicas de los negocios y todas los eslabones de la cadena de producción, que se traducen en una alteración negativa de la estructura competitiva del mercado en sus diferentes formatos, en pérdidas de puestos de trabajo y en el cierre de empresas.

Sin embargo, sí sería conveniente apoyar otro tipo de iniciativas como **las**



Confederación Española de Comercio

**alianzas de compra**, que han demostrado ejercer un rol clave en la lucha contra la inflación, permitiendo a mayoristas y minoristas negociar mejores precios que se trasladan al consumidor final. Éstas son un medio para mejorar el bienestar de los consumidores por su efecto favorable para la competencia a escala nacional y europea. Este tipo de alianzas -materializadas en España a través de las centrales de compra y de la distribución mayorista- permite a numerosas empresas pequeñas y medianas competir tanto en surtido como precio y llevar bienes esenciales de gran consumo a todos los rincones de la geografía gracias a su apoyo a las cadenas regionales y de menor tamaño dentro de la distribución. No en vano, el Centro Común de Investigación de la Comisión Europea valoró positivamente su labor como un factor de equilibrio que fomenta la competencia empresarial en beneficio del consumidor.

### Reconocimiento y sensibilización sobre el papel del comercio de proximidad.

- Necesidad de **reconocer al sector comercio como el sector estratégico** para la economía que es. El contexto de crisis de los últimos años ha puesto de manifiesto la relevancia del sector comercial, y en concreto, la necesidad de que los establecimientos permanezcan abiertos para continuar dando servicio a los consumidores bajo cualquier circunstancia.
- Apoyar **iniciativas que permitan ensalzar el papel del comercio de proximidad** y su aportación a la sociedad y a la recuperación económica, así como la puesta en valor de la actividad comercial, reforzando el prestigio en el ejercicio de la profesión de comerciante. En este punto, resultaría conveniente impulsar, al tiempo, campañas de difusión en medios de comunicación destacando sus valores de calidad, proximidad y trato cercano y especializado y desarrollar acciones dirigidas a los próximos consumidores: acciones en colegios, institutos y centros de FP.



Confederación Española de Comercio

- Promover la creación del **Día del Comercio de Proximidad** como día especial de referencia señalado en el calendario para el reconocimiento del papel del comercio urbano de proximidad en la vertebración de las ciudades, la creación de riqueza y empleo y su contribución a la identidad de nuestro país.
- **Impulso al comercio en el mundo rural. Una fórmula clave para combatir la despoblación.** El comercio de cercanía es un motor económico, y ofrece un servicio público, y por lo tanto debe contar con un apoyo institucional claro a la hora de abordar la política del reto demográfico.
- Impulso asimismo del **comercio de la distribución automática, como un canal de distribución más atendiendo a sus particularidades.**

#### Asociacionismo.

- **Apuesta por las organizaciones de comerciantes para el desarrollo y la implementación de políticas y medidas para el sector.** Aprovechar la gran capilaridad que tenemos las organizaciones de comerciantes para llegar a las pymes de comercio.
- Implementación de medidas para **fomentar el asociacionismo comercial.**

#### **Modelo energético eficiente y consideración de sector gran consumidor estratégico**

- Reconocimiento al sector como **gran consumidor estratégico** de energía.
- **Revisión de tarifas energéticas** del comercio que se ajusten a las posibilidades de pequeñas y medianas empresas de comercio.



Confederación Española de Comercio

- Es necesario que, en relación con las instalaciones logísticas y de distribución comercial, **las obligaciones recogidas con respecto a la eficiencia energética de edificios, actualmente en debate, se adapten a la nueva realidad.**
- **Apoyo** para la **integración de los procesos de economía circular** en la gestión de las pymes y micropymes de comercio para cumplir con la normativa y la puesta en funcionamiento de los SCRAP sectoriales en el marco temporal del 2025.
- Procurar **soluciones que reduzcan el coste energético y faciliten el autoconsumo** de las pymes de comercio.
- **Plan Renove – Sostenibilidad aplicado al sector comercio.** Sería necesario que los comercios de electrodomésticos, que suman más de 5.500 comercios y emplean a más de 35.000 personas, contaran con un plan renove-sostenibilidad a nivel nacional, ante los incrementos de costes energéticos, de materias primas, de transportes, IPC, etc. Los electrodomésticos antiguos, son los peores aliado de las familias hoy en día. Se debe incentivar la venta de aquellos electrodomésticos más eficientes, sostenibles y que generan mayores ahorros de energía y agua. Desde el sector se estima que aquellos que sustituyan todos sus antiguos electrodomésticos por modelos nuevos más eficientes, podrán ver reducido su recibo de la luz hasta en un 30%.

### Comercio - Ciudad

- Apoyar **iniciativas que permitan ensalzar el papel del comercio y su aportación a la sociedad y alarecuperación económica**, así como la puesta en valor de la actividad comercial, reforzando el prestigio en el ejercicio de la profesión de comerciante. En este punto, resultaría conveniente impulsar, al tiempo, una campaña de difusión en medios de comunicación destacando sus valores de calidad, proximidad y trato cercano y especializado. **Impulsar acciones de dinamización comercial en**



Confederación Española de Comercio

**los núcleos urbanos** de manera que se cree un clima favorable en zonas comerciales estratégicas y se promocióne el desarrollo de actividades de ocio que aúnen restauración, cultura y comercio de proximidad como instrumento necesario de atracción y consolidación de la afluencia de consumidores a los centros urbanos; presentándose a los mismos como una alternativa altamente competitiva frente a los formatos de centros comerciales cerrados.

- **Apostar por el binomio COMERCIO-CIUDAD**, impulsando un modelo de gestión colectiva profesionalizado de las áreas comerciales urbanas a través de la colaboración público-privada, así como un plan de Inversión en infraestructuras de Comercio Urbano y la elaboración de un Catálogo de Zonas y Ejes de Especial Interés Económico, entre otras acciones.
- Reforzar las actuaciones contempladas en el **Plan de Seguridad en los Comercios**, impulsando una mayor interacción con el comercio y sus asociaciones.
- **Impulsar un Plan de Capacitación turístico-comercial de los comercios** a través del diseño de una acción formativa integral que integre aspectos idiomáticos, de atención al cliente, de uso de las TICs como herramientas de promoción, etc. para facilitar al comerciante el acercamiento al turista, tanto en su lugar de origen, antes y después del desplazamiento, como durante la estancia del turista.
- Adopción de **medidas que impulsen el alquiler de locales comerciales en el centro de las ciudades**, con unas rentas que no resulten prohibitivas para los pequeños empresarios de comercio.
- **Acceso racional al centro de las ciudades (última milla)**. En este sentido, las políticas de movilidad no deben ser un obstáculo que impida el suministro de los productos a los clientes en cualquiera de sus canales de venta. Hace falta **asegurar una normativa eficiente y uniforme del transporte de mercancías, evitar la imposición de nuevas tasas municipales y facilitar y mejorar los accesos al centro de las ciudades**. Es imprescindible que exista una mínima homogeneidad entre las CCAA y los



Confederación Española de Comercio

distintos ayuntamientos y municipios, en casos como las **Zonas de Bajas Emisiones**, ya que un mismo vehículo debe acceder y circular por diferentes municipios, para garantizar una logística más sostenible a todos los niveles. Todo ello permitirá el desarrollo de una movilidad eficiente y una importante reducción de los costes de aprovisionamiento y sin romper la unidad de mercado, puesto esta regulación impacta de forma directa en la actividad comercial.

Hay que evitar iniciativas que supongan restricciones insalvables de accesibilidad tanto para circular como para aparcar en estas zonas, ya que esto afectaría de manera directa a la actividad comercial, sobre todo al comercio de proximidad, perjudicando a los consumidores de la zona, principalmente a los más vulnerables.

Habría que buscar soluciones compatibles con el diseño de centros de ciudad de preferencia peatonal, amables para el paseo y la compra y sostenibles. En este sentido, sería interesante diseñar un **Plan optimización de los carriles multiuso**, habilitando los carriles que de día se utilizan para transporte público para que por la noche puedan servir para transporte de mercancías.

- Disponer de una **ley específica sobre los arrendamientos de los locales comerciales** que permita que puedan, en situaciones excepcionales como la inflación actual, contenerse y no trasladar íntegramente las subidas del IPC.