

La Incidencia del Teletrabajo en la Actividad del Sector Comercio y Servicios

La necesidad es la madre de la imaginación.

Este refrán podría sintetizar nuestro acercamiento al fenómeno del teletrabajo. ¿Por qué es así? En nuestra cotidianeidad nos encontrábamos con situaciones que nos planteaban algunas dudas tales como:

“¿Realmente está trabajando una persona que no se encuentra en su lugar de trabajo?”; ¿Puede haber una empresa cuyo domicilio comercial sea el domicilio del titular, dónde están los trabajadores que declara?”, entre otras.

Estas surgían como consecuencia de demandas de los trabajadores, que iban desde un conflicto gremial hasta la cobertura médica de la Obra Social. Nos dábamos cuenta que estábamos ante un cambio importante en la forma de trabajar, desconocida hasta entonces por nosotros. Gracias a la invitación realizada por el Ministerio de Trabajo para participar de la Comisión de Teletrabajo junto a Sonia Boiarov, Angélica Abdallah, Norberto Torrera, al Doctor Julio Grisolia, la Doctora Viviana Díaz, y los Empresarios del Sector, pudimos comenzar a entender los sucesos. Desde entonces hasta la actualidad mucha agua ha corrido bajo el puente, se ha avanzado enormemente pero falta mucho por lograr.

La actividad del comercio es altamente heterogénea. Existen diferencias considerables entre las ventas al por mayor y menor, pero también entre minoristas, dependiendo de las estrategias de las firmas (si son tiendas especializadas, de descuento, etc.). La estructura y el funcionamiento del sector es a su vez muy diferente dependiendo el país que observemos, de acuerdo a la calidad de vida, consumo y hábitos de compra de la población, y regulaciones legales que tienen que ver con el tamaño de las firmas, horarios de apertura, protección al consumidor, etc. El Sector del Comercio es, a nivel estatal, muy relevante desde todas las perspectivas micro y macroeconómicas: valor añadido bruto, producto interno bruto, nivel de inversión, número de empresas, importancia de las microempresas familiares, volumen de empleo. Pero también en términos de evolución y dinamismo, ya que el Sector ha venido mostrando en los últimos años transformaciones radicales: el desarrollo del autoservicio, del one-stop-shopping (concepto muy arraigado en los Estados Unidos, que implica brindar un abanico de opciones de RR.HH. desde el reclutamiento de

personal, hasta la selección, sin olvidar la capacitación), de los hipermercados, los centros y parques comerciales y de ocio, la creación de grandes cadenas y grupos comerciales, las franquicias y fórmulas asociativas, las fusiones y adquisiciones de empresas y las nuevas tecnologías de gestión.

Esta dinámica modificó las tipologías del empleo, en sus funciones y en sus perfiles ocupacionales, demandando un empleo más flexible a la vez que cualificado con exigencias de más formación adecuada a las tecnologías y a la prestación de calidad de servicios. En tal sentido, los fenómenos más preocupantes son la frecuencia del trabajo no remunerado, el trabajo a tiempo parcial, la irregularidad de las horas de trabajo, la tasa elevada de movilidad de la mano de obra, los niveles bajos de remuneración, la generalización y proliferación del trabajo ocasional, la escasez de oportunidades de formación y de readaptación profesional y la alta proporción de mujeres y de jóvenes empleados como mano de obra flexible. Las mujeres tropiezan con más inconvenientes, al hallarse concentradas en la venta al por menor y dedicarse principalmente a tareas ocasionales y mal retribuidas de escaso valor social.

Gracias a la aparición de la plataforma PC primero, y luego a la universalización de la Internet, se produjeron importantes cambios en las relaciones sociales, algunos de los cuales enumeramos anteriormente. (Como dicen los Redondos) **“El futuro ya llegó”** de la mano de la revolución científico-técnica de la cibernética. Se han ido modificando la manera de relacionarse entre las personas y también la forma de trabajar, puesto que no tiene ningún sentido una tecnología si la sociedad no está preparada para **“consumirla”**: el vapor era conocido en la antigüedad, pero no fue hasta el S. XVIII que tuvo una utilidad productiva y surgió la máquina a vapor, base de la revolución industrial.

Por todo ello nuestra organización comenzó a participar activamente de la Comisión de Teletrabajo del Ministerio de Trabajo, no solo para conocer estas mutaciones sino para poder elaborar formas más efectivas de defensa de los intereses sectoriales de los trabajadores, sin perder el norte del Diálogo Social y el consenso de todos los participantes de la actividad comercial.

La imaginación al poder

Todas estas transformaciones nos demandan apertura mental y creatividad intelectual, ya que la sociedad se ha complejizado cada vez más. No es que haya desaparecido el conflicto social, éste es inherente a la sociedad humana, o que la extracción del plusvalor sea ilegal, sino que los actores

que encarnaban las clases sociales de la sociedad industrial han sufrido cambios: si bien Peter Drucker puede ser un apologista del statu quo, no deja de ser menos cierto que, las grandes empresas no son dirigidas por el arquetipo del capitalista explotador sino por un grupo de gerentes o un colectivo de accionistas que poco o nada tienen que ver con la actividad de la empresa. También sucede que el “consumidor/cliente”, la mayoría de las veces otro trabajador, demanda servicios que implican jornadas más extensas para otros trabajadores y justifican, por ej. que Supermercados, Hipermercados o Centros Comerciales trabajen los domingos o días feriados, se generalice el empleo temporal y de dedicación parcial, lo que puede generar conflictos entre el personal de plantilla y los ocasionales, entre otros. Con esto no pretendo justificar el orden social establecido, pero es una realidad que la mayoría de los conflictos gremiales se dan por una distribución de la riqueza más justa y por mejoras de las condiciones laborales, que por un cambio de organización social.

También cambian las costumbres de los compradores. En el decenio de 1990 aumentaron considerablemente la telecompra y la comercialización directa, al tiempo que empezó a organizarse la compra informatizada con centros de venta virtuales en los cuales unos auxiliares electrónicos (capaces de "conocer" las preferencias de cada uno, así como otros tipos de información personal de interés) ayudan a los abonados a hojear las ofertas, enterarse instantáneamente de los precios, escoger y comprar. En la práctica cotidiana estamos siendo “invadidos” por ofertas, publicidades, publicaciones en nuestras casas, y/o en los ordenadores personales. Se comienza a transitar por la delgada línea que separa las fronteras de lo público y lo privado debido al manejo de la información referente al cliente. ¿Imaginemos nuestra situación si en los próximos años, más del 80 % de los comercios utilizan estos “medios invasivos” para relacionarse con sus clientes y/o con sus futuros consumidores?

Las tiendas no desaparecerán, pero tendrán que ofrecer a sus clientes un valor añadido, esto es, “nuevos servicios”. Sin embargo, esto producirá importantes cambios en la Relación Empresa - Trabajador - Cliente. Así el empleador exigirá de los trabajadores, las competencias básicas de un vendedor y de un analista de mercado capaz de identificar criterios de selección a la hora de ofrecer sus productos (esto mismo un vendedor especializado lo realiza de forma implícita en la relación personal cara a cara). Conocimientos que deberán adquirirse de manera sistemática y formal, aunque para esto no sea suficiente la instrucción tradicional, lo que derivará en nuevos y complejos interrogantes, por ejemplo: cómo y quién financiará la misma, sus contenidos, la certificación de la misma, etc.

Cuestiones fundamentales si se pretende generar **empleo decente** e incrementar la productividad general.

En consecuencia la actividad comercial requerirá de los empleados cada vez más conocimientos, mejores calificaciones en materia de comunicación tanto oral como escrita, facultades de adaptación, comprensión de las necesidades de los clientes, capacidad de planificar y organizar autónomamente la actividad, iniciativa, liderazgo, flexibilidad, trabajar en equipo, polivalencia y dotes de persuasión e interés por el servicio de posventa, para atraer a los clientes y “fidelizarlos”; pero también de los empresarios, el abandono de la lógica de maximización de sus ganancias en detrimento de la calidad de la relación Empresa – Trabajador – Cliente.

El dogmatismo es bueno para la acción, pero es muy malo para el debate. Dipesh Chakrabarty

En nuestra organización es más evidente la encarnación y sostén de valores y principios ideológicos que en otros actores, quienes amparados en el principio no menos ideológico que el nuestro de “neutralidad científica”, realizan muchas veces análisis sesgados y por lo tanto parciales sobre la vida cotidiana.

Básicamente hay dos posturas ideológicas en pugna:

Los **apologistas** y **propagandistas** del teletrabajo que sólo ven las ventajas:

- Reducción de los costos fijos de la empresa,
- Incremento de la productividad de la empresa: baja del ausentismo, retención de empleados y profesionales;
- Reducción de los desplazamientos de los trabajadores con el ahorro de tiempo y dinero,
- Reducción del impacto negativo sobre el medioambiente, etc.

y los **críticos**, que priorizan las desventajas, por cuanto sólo ven en el mismo “una fuente de desequilibrio en la relación capital-trabajo”, debido a la precarización de las relaciones laborales preexistentes, ya que por razones de competitividad y gracias a la universalización del uso intensivo de las TICs, las empresas llevan adelante la práctica de la subcontratación y tercerización de tareas que realizaban directamente a estructuras más pequeñas e informales, las que a su vez pueden subcontratar trabajadores a domicilio, es decir el descentramiento productivo.

Ambas posturas tienen su parte de razón ya que la realidad no es blanco o negro. Las situaciones negativas no son producto directo de la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. No repetamos la resistencia inocente que el movimiento obrero realizó a principios del S. XIX conocida como “Movimiento Luddita”, estrategia que se demostró rápidamente ineficiente para resistir los embates del Capital: ya que las causas de los problemas de los trabajadores no eran las máquinas, sino sus propietarios. De igual modo coincidimos hoy que el problema no es el avance tecnológico que permite incrementos de la productividad y mejoras superlativas del control y monitoreo de los trabajadores, sino las **relaciones sociales de producción**, porque aunque algunos trabajadores, puedan beneficiarse por la recuperación del tiempo libre, y de esta manera, dedicárselo a sí mismos o sus familias o amigos, no menos cierto es que cada vez hay menos tiempos muertos en los puestos de trabajo, ya que las empresas asumen nuevos negocios con la misma, y en algunos casos, con menor dotación de personal.

Ante esta situación compleja, **¿Qué hacer?** La solución nunca podrá ser el retorno a un estadio anterior, pueril y romántico sino, y en esto coincidimos con Ramón Antonio Gutiérrez Palacios, en su trabajo presentado en el congreso virtual, cuando dice respecto al Teletrabajo, que “no es pertinente ni razonable dejar la dinámica de su desarrollo a lo que resulte (agrego al mercado), puesto que implicaría pérdidas significativas de oportunidades para los trabajadores, las empresas y el crecimiento de calidad en cada país.”

El teletrabajo es una actividad que se ha instalado en nuestro país y no vemos indicios que nos lleve a pensar que pueda desaparecer. Aunque no poseemos estadísticas precisas, se estima que irá incrementándose. Pero no creemos que todo el mundo teletrabaje. Esto es así porque no todas las actividades son factibles de ser teletrabajables, ni todos los trabajadores reúnen las condiciones psicológicas y emocionales necesarias, para realizar su actividad sin un grupo social de referencia, como lo es una oficina, (algo tan evidente como que no todos pueden trabajar en horarios nocturnos).

Como toda actividad conlleva algunos riesgos, que no difieren a los que podamos encontrar en cualquier establecimiento laboral tradicional, comercio u oficina, pero a su vez debemos añadir algunos específicos:

Riesgos ergonómicos. Los empleados que trabajan en sus casas suelen utilizar sus propios muebles para desempeñar sus tareas los que en general no permiten los ajustes que exige el trabajo intensivo.

Iluminación. Si es inadecuada es causa de malas posturas, fatiga visual y alteraciones visuales. Las paredes y las superficies del mobiliario deben ser neutras y tener un acabado no deslumbrante.

Estrés profesional. El trabajo a jornada completa en entornos domésticos priva al trabajador de los beneficios personales y profesionales del trato constante con otros trabajadores. El aislamiento puede impedir su incorporación a actividades de desarrollo profesional, aprovechamiento de las oportunidades de promoción y la aportación de ideas a la organización. Ciertos trabajadores se resienten en lo personal y lo profesional cuando les falta ese contacto. Los empleadores deben fomentar la participación de sus teletrabajadores en reuniones de personal y otras actividades de grupo, personalmente o por medios electrónicos (teleconferencias) si así lo imponen las limitaciones físicas y/o geográficas. Se debe evaluar caso por caso la necesidad de servicios de apoyo para evitar el estrés profesional excesivo y la consiguiente pérdida de productividad.

Obligaciones familiares. Los trabajadores con hijos, familiares discapacitados o padres de edad avanzada encontrarán ventajoso el trabajo en casa. Pero atender a las necesidades de familiares a cargo puede afectar la concentración que exigen las responsabilidades laborales. El teletrabajo no debería considerarse como un sustituto del cuidado de niños o ancianos.

Conclusiones:

El comercio es una actividad de múltiples aspectos que engloba a la vez a sectores modernos sumamente organizados, y a veces a un sector informal rudimentario. Esta rama de actividad desempeña una función múltiple y central en la satisfacción de las necesidades del consumidor, como gran fuente de empleo, y como catalizador de la economía en su conjunto. Es un motor indispensable del desarrollo económico.

El sector ha experimentado en todo el mundo un profundo cambio. A la anterior expansión regional le está sucediendo la mundialización de las grandes empresas, dando por resultado la concentración del mismo, transformado en un número menor de empresas más grandes con mejores ventajas de escala, con mayor poder adquisitivo y económico; y minoristas mejor preparados para una competencia mundial en expansión. A esto se le suma la desregulación interna de los mercados, la mayor competencia y los

cambios en el comportamiento de los consumidores. Una consecuencia es la mayor presión que se ejerce en numerosos países en favor de la liberalización de los horarios de apertura de los establecimientos. Sin embargo, y pese a la comodidad adicional que supone para muchos consumidores, se ha comprobado que esta liberalización afecta a las condiciones de trabajo y de empleo de los trabajadores del comercio sin contribuir necesariamente al aumento de los puestos de trabajo.

Se han logrado asimismo ganancias en la comercialización y prácticas más eficaces de distribución como resultado de los nuevos métodos y criterios de actuación de los minoristas, incluida una mejora de la capacidad de respuesta a la demanda del consumidor, ya sea por una asociación más estrecha del minorista en la cadena suministro-distribución, y la introducción de nuevas tecnologías de la información que ha contribuido significativamente a aumentar la productividad, la rentabilidad de muchos grandes minoristas y mayoristas y el empleo en el sector, especialmente en los países industrializados. Hay no obstante, países en los que el empleo en el comercio viene disminuyendo. La falta de estadísticas fidedignas sobre la estructura de la mano de obra del comercio, dificulta la evaluación del desarrollo del empleo en función de las horas anuales trabajadas.

Debido a la dificultad de establecer un marco regulatorio eficiente para la protección del teletrabajador es que se deben considerar aspectos puntuales a la hora de transformar un trabajador clásico en un teletrabajador.

En tal sentido, el contrato entre el trabajador y la empresa debe abarcar aspectos tales como el entorno global de trabajo, las normas de salud y seguridad, la formación y el equipo. Los empleadores deberían inspeccionar el lugar de trabajo doméstico (en visitas previamente acordadas) para garantizar la seguridad del trabajador y para identificar y corregir factores de riesgo.

Deben establecerse normas claras sobre el suministro del material de oficina necesario para llevar a cabo el trabajo. Hay que delimitar con claridad las responsabilidades en relación con los bienes de la empresa (y los del trabajador) que se pierdan o sufran daños debido a incendios, catástrofes naturales o robo. Salvo en caso de negligencia, los trabajadores deben estar exentos de responsabilidad financiera.

Los contratos de teletrabajo deberían evaluarse de manera periódica para identificar a aquellos trabajadores que descubren que el trabajo en casa no les conviene. A pesar de todas estas dificultades se ha demostrado que son muchas las ventajas del teletrabajo, p. ej. permitir a personas discapacitadas alcanzar un grado mayor de oportunidades profesionales a las que

anteriormente podían acceder, por lo que se deberían fomentar estos contratos beneficiosos para tareas específicas y trabajadores maduros que prefieren trabajar en sus viviendas, y que también permiten a los empleadores retener a trabajadores valiosos, sin olvidarse de garantizar la continuidad de los derechos del teletrabajador y la protección de la salud y la seguridad profesional.

En síntesis, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) hoy están a disposición de cualquier empleador, se las puede aplicar casi al conjunto de actividades productivas. Sin embargo el secreto está, en que su implementación sea consecuencia del Diálogo Social y el Consenso de los Actores involucrados en el proceso productivo, para lograr que su impacto negativo incida lo menos posible en las Relaciones Laborales.

BIBLIOGRAFÍA

Gutiérrez Palacios, Ramón-Antonio: “El Panorama del Teletrabajo en América Latina y el Caribe. Reflexiones sobre la dinámica y las tareas pendientes”

Lenguita, Paula: “Ideologías del teletrabajo. Estudio comparativo de las tendencias norteamericanas y europeas en la producción del sentido sobre la remotivación laboral”.

OIT: “[Las repercusiones de la mundialización y de la reestructuración del comercio en la esfera de los recursos humanos](#), Ginebra, 1999, y ([Nota sobre las labores](#)), Ginebra 2000, Informe para la Reunión tripartita e informe de la misma.

OIT: “[Las consecuencias para el empleo de las fusiones y adquisiciones en el sector del comercio](#) y ([Nota sobre las labores](#)) Ginebra, 2003, Informe de la Reunión tripartita.

SECA-Universidad de Oviedo: Estudio de ocupaciones del Sector Comercio en Asturias

Lic. Daniel Bellicoso – Sr. Alejandro Bellicoso