

Teleoperadores. Modernos Jornaleros

LA HAINE - SEVILLA :: 29/11/2004

Este mes de Diciembre volverá a haber huelga en el sector del Telemarketing. Una huelga por mejorar las condiciones laborales de un colectivo de trabajadores inmerso en las nuevas lógicas de la economía post-fordista.

Los teleoperadores, al igual que los jornaleros, son un colectivo condenado a la precariedad por la existencia de un notable excedente de mano de obra con similar cualificación. Se trata de jóvenes, en su mayoría mujeres, de entre veinte y treintaicinco años, con cualificación de secretario, de administrativo, licenciados o diplomados en humanidades y ciencias sociales, etc. trabajadores que se encuentran con un mercado laboral que no demanda sus conocimientos o que se encuentra saturado de estas cualificaciones. El Telemarketing aprovecha las facultades cognitivas de este ejército de trabajadores destinados al paro y la irregularidad laboral. Son jóvenes que por lo general tienen un dominio notable de la ofimática, se expresan de forma correcta y a menudo cuentan con un segundo idioma. Si bien son trabajadores cualificados, al enfrentarse a un mercado laboral repleto de trabajadores con su misma cualificación esta se convierte en descualificación, pierde su valor en la medida en que en el momento en que abandone su puesto hay otros diez esperando para ocuparlo.

La nueva economía y el Telemarketing.

El Telemarketing es un sector joven dentro de esta nueva economía globalizada. Podríamos dividir su trabajo en el meramente comercial (emisión de llamadas) y la prestación de un servicio (recepción de llamadas o atención al cliente). La economía post-fordista relega la industria pesada y la agricultura a los países subdesarrollados y apuesta por los servicios, las ventajas competitivas y la multiplicación de los productos personalizados y servicios avanzados. Los teleoperadores lidian con los productos de bancos, operadoras telefónicas, empresas de energía, etc.

Tiene este un sector una estructura empresaria formada por subcontratas que prestan sus servicios a empresas multinacionales. En cualquier caso el accionariado de estas empresas esta copado en su mayor parte por el BBVA, el BSCH y Telefónica. Se trata en muchos casos de empresas transnacionales, como Atento que tiene plataformas, además de en muchas ciudades del Estado español, en Hispanoamerica y en Marruecos. El desarrollo de las telecomunicaciones permite que una persona que llame al servicio de atención al cliente de Telefónica pueda ser atendido en Sevilla, pero también en Marruecos, por supuesto con unos costes de la mano de obra muy inferiores.

Marruecos cuenta con un buen número de licenciados y diplomados desempleados con una elevada cualificación, si no se traslada allí el grueso de la atención al cliente de Telefónica es principalmente porque no existe un número tan grande de personal cualificado que hable español. En la última huelga del Telemarketing, en Junio de este año no fue raro el que se amenazara, tanto desde las empresas como desde algunos sindicatos, con que si la relación

con los trabajadores se volvía muy conflictiva aquí siempre podían llevarse la producción a Marruecos. Curiosamente esa misma amenaza la oímos un mes atrás en la huelga de trabajadores del campo en la provincia de Sevilla.

En el Telemarketing aparecen en nuestras fronteras nuevos sistemas de control de la mano de obra. El modelo Toyotista se importa para fomentar la mayor implicación y competitividad entre los trabajadores. Los trabajadores son constantemente evaluados mediante escuchas, se les pone nota y a menudo se les amenaza con el despido si no alcanzan un determinado nivel. Se imponen objetivos que pueden ir cambiando según el interés de la producción del servicio, objetivos comúnmente imposibles de cumplir con la intención de que el teleoperador trabaje al máximo de su capacidad. El teleoperador acaba compitiendo con sus compañeros por la constante amenaza del despido y el control personalizado de su producción.

El Telemarketing en Sevilla.

El sector del Telemarketing esta en alza en Sevilla y muchas empresas concentran sus plataformas aquí. Las mayores empresas del sector, con al menos un millar de teleoperadores cada una son Atento, Gestel, Qualytel, Teleperformance, Iberphone y Sitel, repartidos entre el Parque Tecnológico de la Cartuja, donde se sitúan el grueso de los trabajadores, una plataforma de más de un millar de trabajadores en la Av. Del Reino Unido y algunas plataformas más pequeñas en Amor de Dios, Sevilla Este y Republica Argentina.

En Sevilla se llevan incluso servicios en catalán, al menos los de Amena y Telefónica. ¿A que se debe esto? Probablemente a que en Sevilla es más fácil que cualquier joven con una cualificación media acepte estas cotas de explotación que en Barcelona. Si existen tantas plataformas de Telemarketing en Sevilla, se debe a que es una ciudad media, de un millón de habitantes con su área metropolitana, que cuenta con una universidad y con una elevada tasa de paro. Los sectores que más mano de obra, no técnica, absorben en Sevilla son la construcción y la hostelería, ante estas expectativas el Telemarketing no parece tan mala opción para los miles de futuros parados que salen anualmente de los centros de formación profesional y universitaria de Sevilla.

La precariedad del Telemarketing.

El Telemarketing es un sector progresivamente precarizado. Si en el 2000 un 36% del trabajo era a tiempo parcial, dos años después lo era el 63%. Cada teleoperador puede estar trabajando varios años para la misma empresa y firmar un montón de contratos. La temporalidad esta al orden del día, dependiendo de la empresa te pueden hacer contratos de varios meses, de un mes, de dos semanas o de algunos días. Así mismo hay empresas, como Atento, que contratan a sus trabajadores por unas semanas para luego despedirlos por un mes, volver a contratarlos y así sucesivamente.

En las épocas en las que aumentan el número medio de llamadas los nuevos trabajadores entran de forma masiva en las empresas. Cuando las llamadas disminuyen salen en igual número. El artículo 17 del convenio del Telemarketing, permite que la empresa pueda despedir a cuantos trabajadores crea oportuno cuando el número de llamadas disminuya. El objetivo es que los trabajadores produzcan su servicio siempre al límite de sus posibilidades

y el Art. 17 supone prácticamente el despido libre.

La precariedad comienza desde la formación. Ninguna empresa de Telemarketing en Sevilla paga la formación. Esta puede ir desde 48 h (lo mas corriente) hasta 120 h para servicios especializados. Horas robadas de las vidas de estos trabajadores que ni siquiera tienen la seguridad de ser contratados. Así mismo puedes hacer un cursillo de cuarenta hora para finalmente trabajar solo veinte en un contrato temporal.

La subrogación es otro tema. La empresa matriz puede cambiar de contrata por pura especulación, por política interna o simplemente por que le ofrezca mejores precios. Cuando esto sucede y el servicio cambia de empresa, la nueva subcontrata solo tiene la obligación de contratar al 80% de los trabajadores que lleven mas de un año prestando ese servicio. Ni que decir tiene que en el 20% restante se van a ir todos los trabajadores conflictivos como ya pasó cuando Amena se pasó de Teletech a Qualytel. El resto de trabajadores que no llevan un año con el mismo contrato, lo mas corriente, pierden su antigüedad y todos sus derechos adquiridos, tiene que volver a pasar el periodo de formación y no tienen ninguna seguridad de volver a ser contratados.

Esta es la situación de los trabajadores del Telemarketing en pocas líneas expresada. Ahora tocaría pensar como intervenimos en este sector en el que los trabajadores son jóvenes, individualistas y totalmente desinformados de sus más elementales derechos como trabajadores.

RI

https://www.lahaine.org/mm_ss_est_esp.php/teleoperadores-modernos-jornaleros