

Extraído de

<http://www.amecopress.net>

La actualidad en el sector de telemarketing

- Monográficos -

Fecha de publicación : Lunes 4 de junio de 2007

El Artículo 2 del III Convenio de Telemarketing seala que la actividad de Telemarketing es aquella que, ejercida por va telefónica, por medios telemáticos, por aplicación tecnológica digital o por cualquier otro medio electrónico, se dirige a la promoción, difusión y venta de todo tipo de productos o servicios, realización o emisión de entrevistas personalizadas, recepción y clasificación de llamadas y contactos con clientes en entornos multimedia y los diferentes servicios de atención a clientes.

El sector de Telemarketing es un sector muy joven, aproximadamente entre 12 y 15 años. Toms Rodríguez, secretario general de la Coordinadora Estatal de Telemarketing de CGT, explica a **AmecoPress**: «al principio este sector estaba totalmente irregulado, cada empresa tenía unas condiciones sui generis; el I Convenio es del año 1999 vigente hasta el año 2001, y básicamente regulaba sólo las retribuciones económicas. Con el II convenio sí se avanzó en cierta forma como en la regulación de los turnos de trabajo, pues antes se podía trabajar una semana por la mañana, una semana por la tarde y otra por la noche y los conocimientos de los turnos los tenías de un día para otro o te enterabas cuando ibas a trabajar»;

«Pero debido a la regulación de horarios, se ha acrecentado increíblemente en este sector la disminución de jornada completa o la que se producen son de tiempo partido, a medida que se ha regulado que el trabajador o trabajadora tenga conocimiento de sus turnos con antelación de una semana o que sólo trabaje en un solo turno, recurren al tiempo parcial, es decir sólo contratan personal para franjas horarias que les interesa»;

Para Toms «los trabajadores no se llegan a tomar en serio el trabajo, no lo ven como un trabajo de futuro pero tampoco vemos interés por parte de las empresas para que este sector sea un trabajo con perspectivas de futuro laboral. El telemarketing sigue siendo un trabajo de paso, cuando en realidad cada vez es más complejo para determinadas campañas donde hay que tener conocimientos específicos, y sobre todo las condiciones económicas tampoco permiten que te quedes aquí; una persona que acaba de terminar su carrera universitaria de cinco años y ni aquel que ha estudiado telecomunicaciones se queda en el sector de telemarketing, porque no hay una verdadera carrera profesional, al año de antigüedad como teleoperador es pasar a teleoperador especialista, eso es lo máximo que puede aspirar un trabajador o trabajadora y eso supone unos 60 euros más al mes, pero el trabajo es el mismo»;

En España, en el sector de Telemarketing trabajan 50.000 trabajadores y trabajadoras en total, y actualmente es un ámbito laboral feminizado y se encuentra en aumento ya que el 85 por ciento de la plantilla a nivel nacional son mujeres y las edades son variadas; desde los 18 años, no hay límite de edad, «porque a diferencia de otros sectores este es un sector que permite que las mujeres mayores puedan trabajar, mujeres incluso excluidas de otros sectores, porque la imagen no es uno de los activos más importantes» ha señalado Eva Rodríguez Mezquita, representante sindical de Unin General de Trabajadores (UGT) a AmecoPress.

Eva Rodríguez explica «que este sector se mantiene económicamente de servicios externos de otras empresas y abarca todos los ámbitos productivos que tienen servicios de atención al cliente como la banca, el comercio, los seguros, la administración pública... entonces el perfil o nivel de cualificación de la mujer depende de la complejidad del servicio, es decir cuando se requiere atender muchas llamadas, es más importante la cantidad que la calidad, es suficiente tener estudios medios y cuando es un servicio como diseño de redes, se requiere diplomadas o licenciadas universitarias, pero muchas veces este requisito no queda reflejado en la oferta de trabajo o si queda reflejado no es abonado como plus de estudios»;

Para Toms, «la situación de precariedad alcanza tanto a hombres como a mujeres, pero el colectivo de mujeres tiene un porcentaje mayor en este sector y son desde jóvenes universitarias que complementan sus estudios con actividades de telemarketing ya que el horario laboral es parcial, de 4 a 6 horas, más que nada por normas de mercado, pero también laboran mujeres que por algún motivo han abandonado la vida laboral, intentan reincorporarse y a escoger este tiempo parcial ya sea por situaciones personales o porque el mercado laboral nos les ofrece otra cosa»;

«Si bien muchas trabajadoras del telemarketing han terminado sus estudios o que paralelamente están

cursando estudios, esta situacin tambien se observa en los hombres, pero existe un importante sector de mujeres de edades entre 40-45 aos y esto no se observa en los hombres” asegura Toms y continua “no te puedo hablar de porcentajes, porque ahora mismo no tenemos datos cuantificados exactos, pero son muy pocos hombres de estas edades en este mbito laboral”.

La presencia del colectivo de mujeres extranjeras se ha incrementado

Las mujeres extranjeras de diferentes nacionalidades ha aumentado en los ltimos aos en el sector de telemarketing, pero los representantes sindicales, no nos han proporcionado porcentajes, porque an no lo tienen cuantificado, y porque sobre todo sealan que no hacen ese tipo de diferencias entre trabajadoras, el objetivo es mejorar el puesto de trabajo para todos los trabajadores y trabajadoras del sector laboral.

Eva Rodrguez trabaja catorce aos en este sector y ahora como representante sindical, seal “que en los ltimos cuatro o cinco aos se ha incrementado en este mbito laboral, las mujeres inmigrantes de otros pases, incluso de pases de idiomas diferentes como Rumania o Rusia, que son contratadas por las empresas de telemarketing muchas veces por la necesidad de las empresas clientes como Telefónica, para los servicios de atencin a los clientes o colectivo extranjero“.

Toms Rodrguez explica que el colectivo de mujeres extranjeras ha crecido en este sector en los ltimos aos y afirma “desde luego nosotros como sindicato tenemos que señalar que es un ndice ms de precariedad y no vamos a manifestarnos si es bueno o malo, para nosotros todos los que habitan este pas tienen derecho a un trabajo digno, por desgracia el telemarketing no es digno ni para una nativa o nativo espaol ni para alguien que ha venido de afuera“.

Clasificacin de categoras profesionales en el sector de telemarketing

En este sector existen trabajadores y trabajadoras de diferentes niveles de categoras profesionales. La teleoperadora o gestora telefnica es la condicin laboral con la que ms contacto se tiene con el cliente, en una empresa al ao y de forma automtica una teleoperadora cambia al nivel de teleoperadora especialista, es en el nico nivel que se puede ascender por antigedad de forma sistemtica, la categoria de gestor telefnico es para servicios ms complejos y adems requiere ms autonoma que un teleoperador o teleoperadora, el resto de reas profesionales depende mucho de la promocin interna y de los criterios de seleccin de la empresa.

Eva Rodrguez, seal “que al ser un sector feminizado existe un importante nmero de mujeres en puestos de mayor responsabilidad o niveles superiores de la clasificacin profesional, ya sea como coordinadoras, supervisoras o responsables de servicios”.

El conocimiento de idiomas del teleoperador o teleoperadora y gestor telefnico, es remunerado en una cantidad mnima, pero slo por el idioma que se utilice, “si hablas tres idiomas, slo te pagan por uno y si no utilizas ningn idioma, no te pagan el plus por idioma, sin embargo lo solicitan mucho las empresas para comunicarse con clientes extranjeros de proveedores espaoles” seal Toms Rodrguez.

El estrs es la causa ms importante de absentismo laboral

Actualmente debido a los objetivos de ventas, la presin del nmero de llamadas que se tienen que atender, el sistema de tiempos entre llamada y llamada y la resolucin de problemas en el menor tiempo posible, todo esto debido a las

estrategias empresariales, produce muchas situaciones de estrés en las trabajadoras o trabajadores y por consiguiente existe mucho absentismo laboral: ”es brutal el absentismo que existe en este sector laboral”, afirma Toms Rodríguez. De forma parecida se manifiesta la representante de UGT, Eva Rodríguez: “el estrés laboral es un tema muy importante en este sector, ya que tiene un alto índice de bajas médicas”.

En la actualidad en el convenio de este sector, se reconoce a los trabajadores y trabajadoras el derecho a 35 horas al año para asistir a consultas médicas en el sistema sanitario de la Seguridad Social, pero si se exceden esas horas, ya no se retribuyen y tampoco se contemplan las consultas médicas privadas, pues son considerados permisos justificados no retribuidos.

Este año se han presentado muchas bajas médicas relacionadas con la faringe que, de hecho, está considerada como enfermedad profesional. El representante de CGT, Toms Rodríguez, indica que “el problema radica en las pausas entre llamada y llamada, y muchas veces esto no se cumple ante un gran volumen de llamadas, a pesar que está firmado por convenio; el único descanso que existe es el de visualización de datos, que por cada hora de trabajo se puede descansar del ordenador cinco minutos, pero la salud laboral es un tema que se ha tocado poco en la negociación del nuevo convenio, es más, no hay nada específico aparte de la legislación común a todos los sectores contemplado ya en el III convenio”.

La amenaza de las deslocalizaciones aumenta la inestabilidad en el sector

Los diferentes sindicatos (UGT, CC.OO. y CGT) a través de los representantes sindicales están negociando el IV Convenio de Telemarketing, en un contexto problemático ante los masivos despidos en diferentes comunidades autónomas, efectuados por empresas como Atento-España del Grupo Telefónica que despidieron 1.200 trabajadores en los últimos 6 meses; Tracom o Qualytel, en Sevilla, el 9 de mayo despidieron a 220 personas, en estas dos últimas debido al fin de contrato y de campaña de la empresa multinacional de telecomunicaciones ONO. La intención de la filial en España de France Telecom es que parte de sus servicios de atención al cliente se realice desde otras latitudes y si sucede finalmente esta deslocalización, según los sindicatos, estarán en peligro los 15.000 empleos que en España se dedican a esta labor, 700 de ellos se encuentran en Asturias a través de la empresa Teletech, pero por ahora Amena tiene contrato hasta 2008 aunque la situación ha creado incertidumbre en la plantilla laboral.

Eva Rodríguez, señala “aquí estamos luchando contra el mercado, un teleoperador o teleoperadora que es la categoría más baja del sector, su sueldo está en torno a novecientos euros, en jornada completa de 8 horas, en Latinoamérica pueden pagar hasta cinco veces menos, desde 215 a 320 euros, como en Chile, Colombia o Venezuela. Nosotros desde el sindicato entendemos que estos países en desarrollo tengan la posibilidad y la oportunidad de que su población pueda trabajar en sus propios países, pueden brindar servicios aquí pero no a costa de los puestos de trabajo de aquí, la clave de este proceso, está en que la Agencia de Protección de Datos, autoriza la salida de datos de clientes de aquí hacia Latinoamérica”.

Las empresas de telemarketing o las grandes empresas de Telecomunicaciones no se han manifestado o justificado estas actuaciones, porque el convenio establece en el artículo 17, sobre la disminución de llamadas, lo que permite a estas empresas acreditar o justificar el despido de los trabajadores y trabajadoras, “pero esto es un fraude, porque si ya se tiene montado los call center en otros países, lo único que se hace es derivar las llamadas, por lo cual se justifica que aquí no hay llamadas, entonces se aplica el artículo 17 y se despide a los trabajadores con una indemnización de ocho días por año de servicio”; aclara Eva Rodríguez.

La negociación del IV Convenio de telemarketing

El 27 de marzo del 2007 se inici la negociacin del IV Convenio entre los representantes sindicales y la patronal, que ahora tiene nuevo nombre: Asociacin de Empresas de Call Center (ACcE), que quiere cambiar el mbito funcional del nuevo convenio, los sindicatos no se oponen mientras ello signifique mejorar las condiciones de los trabajadores y trabajadoras.

Eva nos aclara “en cuanto al mbito funcional, es que nos encontramos con empresas de otros sectores que sin aplicar el convenio de telemarketing hacen tareas de telemarketing, con lo cual es considerado competencia desleal, entonces la ACcE pretende cerrar esa va, al presentarse un conflicto porque son empresas que aplican convenios por debajo del telemarketing“.

Los temas fundamentales a tratar en la negociacin del convenio, segn Eva son “las jornadas laborales, planteamos reduccin de jornada, profesionalizacin del sector para competir contra las leyes de mercado, es decir calidad de servicio frente a cantidad de llamadas, conciliacin de vida laboral con la vida familiar, llevamos la ley de igualdad y violencia de gnero, por ser leyes que estn puestas en marcha y por lo tanto hacerlas cumplir al ser un sector feminizado y sobre todo la subida salarial que es fundamental, prevemos que es una negociacin larga, por las diferentes problemáticas que han surgido”.

“Frente a las deslocalizaciones, creemos que aqu se va a quedar servicios de mayor complejidad, por lo cual esto va a ser la moneda de cambio con lo que nos encontramos a la hora de negociar y por eso es difícil, apostamos primero por profesionalizar el sector, que se quede aqu el empleo de calidad y empleo estable, servicios de valor aadido donde se valore la calidad, por lo tanto que los trabajadores y trabajadoras de este mbito laboral tengan un desarrollo profesional y un plan de carrera, pero frente a los concursos internacionales de la empresa multinacional de Telecomunicaciones de Orange, si este se decide por lo ms barato y donde se involucra los sueldos laborales, entendemos que con eso no podemos negociar”, ha asegurado Eva Rodríguez para AmecoPress.

Toms explica “desde CGT queremos la eliminacin del artículo 17 del convenio, pero la patronal no slo no quiere eliminarlo sino quiere aplicarlo tanto a los trabajadores y trabajadoras de contratos de obra y contratos indefinidos”, también plantean otros temas en la negociacin: “actualmente el 30 por ciento de los empleos en este sector son contratos indefinidos, por lo tanto los contratos ms habituales son de obra y servicio y nosotros pretendemos que se cambie eso radicalmente, y que el contrato habitual sea el indefinido; medidas para lograr la conciliacin de vida familiar y laboral. Estamos pidiendo que los trabajadores slo trabajen un fin de semana al mes, ya que en la actualidad laboran como mnimo dos fines de semana al mes, que se libere la mitad de los festivos al ao, ya que en este sector puedes trabajar todos los festivos al ao.

Pretendemos aumentar los das de vacaciones, que son 35 das hbiles, que 20 de ellos se puedan disfrutar en las vacaciones escolares”. También se abordan los temas salariales: “lgicamente una subida salarial, que nos permita equiparar nuestros salarios a aquellos trabajadores que haciendo las mismas funciones que nosotros, que trabajan para las empresas clientes, su remuneracin es mucha ms alta como ejemplo los trabajadores de Telefónica, Vodafone, Jazztel, es decir de los grandes grupos, la nica diferencia es el logotipo de la empresa y claro la cantidad final es el doble que la de los trabajadores de las empresas de telemarketing y claro nosotros queremos acabar con esa diferencia. Frente a todo esta problemática nos enfrentamos también a la nueva serpiente de siete cabezas que ataca a este sector que es la deslocalizacin, empresas como Jazztel tiene prcticamente el 90 por ciento de su negocio fuera del pas, ONO es otra empresa que tiene una gran cantidad de servicios deslocalizados, Telefónica ha deslocalizado desde el principio tanto en Marruecos como en Sudamérica, entonces afecta a casi todos los grupos, nosotros creemos o pronosticamos extraoficialmente que afecta a ms del 30 por ciento de los empleos de este sector, precisamente ya est habiendo muchos despidos, como en Atento, Jazztel que era cliente de la empresa llamada STREAM en Galicia que despidi este verano a 700 trabajadores y trabajadoras” ha puntualizado Toms Rodríguez.

“Nosotros proponemos que estas deslocalizaciones, sean consideradas competencia desleal, igual que se prohíbe realizar el mismo servicio a un precio menor de lo que marca el convenio de telemarketing, entonces esas empresas deben regirse por el mismo precepto aunque el servicio se preste en el exterior y queremos que se

La actualidad en el sector de telemarketing

consideren despidos improcedentes y que cada trabajador y trabajadora cobre 45 días por año de indemnización, en caso de que se lleve el trabajo fuera de España;

Todos los servicios autonómicos y estatales, son atendidos en gran parte ya por subcontratas, como por ejemplo el 010, el 112, la campaña de la renta, que es considerado telemarketing, como las Juntas Municipales de Distrito, y sin embargo no perciben sueldos como funcionarios, sino sueldos según el convenio de Telemarketing, efectuando las mismas funciones. Se requiere en muchos casos, como curiosidad, conocer el idioma de los sordomudos y sin embargo los trabajadores no reciben ninguna remuneración especial por este conocimiento especial.

Queremos que en este convenio se consiga, "que el trabajo de telemarketing, sea un trabajo digno, que sea considerado un trabajo de verdad y no un complemento de otra actividad laboral, porque hay muchos trabajadores y trabajadoras que están trabajando en dos empresas a la vez, porque no pueden completar la jornada, desde CGT se tenemos a través de la Coordinadora Estatal de Telemarketing, un grupo de trabajo para poder detectar cuáles son los problemas que sufren las mujeres, que básicamente como en todos los sectores, pero más en este sector que está muy agudizado por la intransigencia de las empresas, suele ser conciliar la vida familiar con la vida laboral" ha asegurado Toms Rodríguez para **AmecoPress**.

Estado español – Empleo y género – 4 junio, 07 (**AmecoPress**)



