

La evolución del Sector del Telemarketing en España

Jornadas sobre Telecentros de UNI
Atenas 24 y 25 de Octubre de 2005

Capítulo 1. Evolución de los derechos colectivos del Sector de Telemarketing en España

Evolución del Convenio colectivo (Derechos)

Antes del 1998: No existía Convenio

El salario era el mínimo interprofesional. Tampoco se regulaban cuestiones básicas como la jornada, los descansos, la salud laboral, etc., y en el resto aplicaban el Estatuto de Trabajadores.

La competitividad, sin un marco regulador único de los costes laborales, se basaba en abaratar los sueldos, esto propició la aparición de muchas “empresas piratas”.

Condiciones laborales El 95% de la plantilla éramos temporales.

No teníamos turnos fijos ni horarios definidos, la empresa disponía de nosotros para cualquiera de los turnos, sin que se regulara el tiempo de inicio y final de la jornada y sin preavisarnos, nos lo cambiaban incluso en el mismo día.

Tenían disponibilidad absoluta sobre nuestro tiempo las 24 horas del día y los 365 días del año. Nuestro descanso semanal, o no existía o podía ser en cualquier día alterno de la semana no teniendo por qué coincidir ni con sábados ni con domingos.

Las vacaciones nos las comunicaban incluso un día antes del inicio y por imposición. Las horas de consultas médicas, nos las descontaban del sueldo o teníamos que recuperarlas. Si la campaña en la que estabas se la llevaba otra empresa te quedabas en la calle y solo cobrabas el paro.

En cuanto a la carrera profesional, tenías tu categoría de teleoperador/telefonista independientemente de la gestión que realizaras en tu puesto de trabajo. Nuestra jornada anual estaba entre las 1.826 horas o 1.785 horas.

I Convenio Estatal 1999/ 2000

El sector de Telemarketing surgió, como todo sector nuevo, sin ninguna regulación laboral para sus trabajadoras y trabajadores. En sus comienzos, la disparidad y diversidad de condiciones de trabajo era inmensa. Esta desregulación hacía que las condiciones de trabajo fueran mínimas y precarias.

Por ello y a pesar de la escasa e incipiente estructura sindical en el sector, el I Convenio Colectivo Estatal para el sector de Telemarketing, sirvió para unificar y homogeneizar unas mínimas condiciones laborales, dando un marco normativo común donde desarrollar nuestras relaciones laborales; y posibilitó el establecimiento de una base sólida donde estructurar la organización sindical por medio de la celebración de Elecciones Sindicales en las empresas.

II Convenio Estatal 2001/2003

La restrictiva interpretación y reiterados incumplimientos del primer convenio por parte de las empresas, hacen que las trabajadoras y trabajadores nos organicemos sindicalmente para reivindicar nuestros derechos, creciendo considerablemente nuestra estructura sindical, pasando de la existencia de algunos comités en Madrid y Barcelona a tener representación sindical en casi todos los sitios donde se realiza actividad de Telemarketing.

Esta estructura nos permitió preparar adecuadamente la plataforma del II Convenio.

Tras un año de dura negociación, y una histórica movilización, el II convenio colectivo del Sector de Telemarketing, se firma con buena parte de los objetivos que nos habíamos propuesto cumplidos:

Salario: Subida salarial de un 8% anual, con incrementos en tablas, nuevos pluses, etc.

Jornada: Mayor regulación de la jornada limitando su flexibilidad, con menos jornada irregular, libranzas en fin de semana, regularización descansos, franjas de turnos, etc.

Salud laboral: Pausas de descanso 5 minutos cada hora

Contratación: 30% de empleo indefinido

Subrogación: Mayores garantías de empleo y condiciones en el cambio de empresa contratista

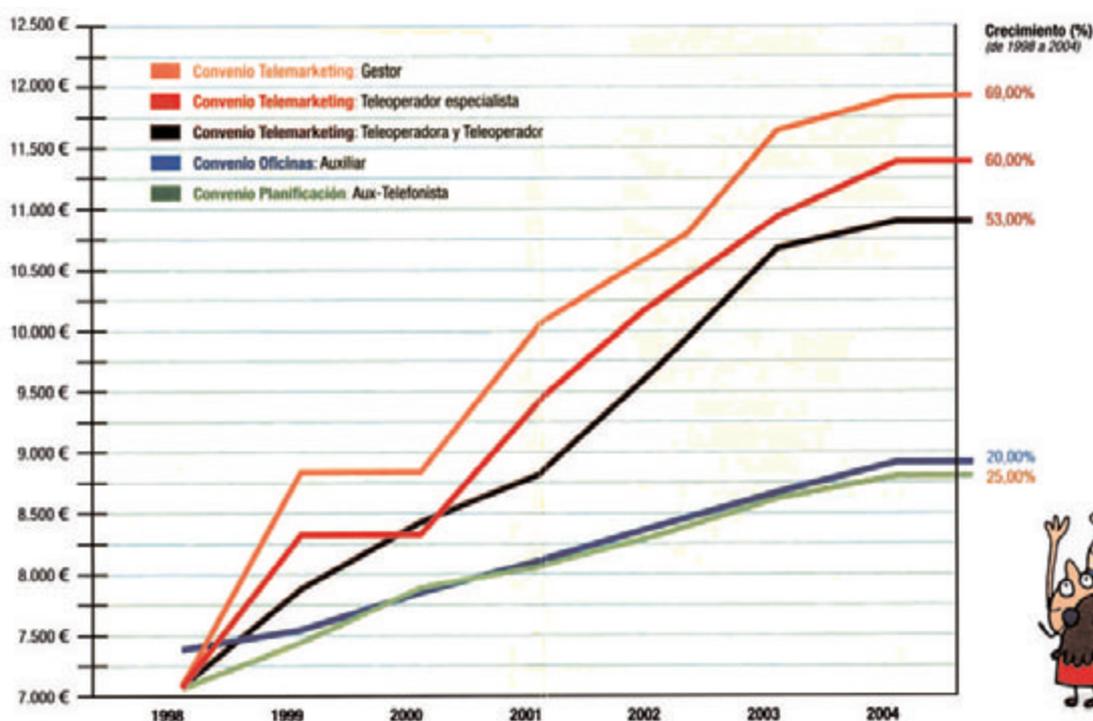
Turnos: Turnos fijos (mañana, tarde, noche, partido) Conocimiento de la libranza con un mes de antelación

Otros: Considerables avances en Clasificación Profesional, Salud Laboral, Parejas de hecho, Acoso Sexual, Igualdad de Oportunidades, IT, Formación, etc

III Convenio Estatal 2004/2006

Este Convenio ha resultado el más duro en su negociación, ya que nos encontramos delante de una patronal, mucho más organizada y cohesionada que en los años anteriores. Hicieron falta 5 paros parciales de una y dos horas, 3 jornadas completas de huelga y más de 17 meses de negociación, para al fin alcanzar un acuerdo que volvía a mejorar sustancialmente nuestras condiciones de trabajo.

Evolución Salario 1998/2005



Reivindicaciones de la "carta derechos UNI para los telecentros" recogidas en el convenio colectivo.

Estatutos para telecentros

1.General

- Contrato de trabajo y términos de empleo por escrito.
- Se respetarán la legislación y convenios nacionales, tratando de crear empleo estable siempre que sea razonablemente posible.

2.Salud y seguridad

- Ventilación, iluminación y calefacción
 - > Los sistemas de luz, ventilación, depuración de aire y de calefacción se diseñarán en función de la ocupación permanente del lugar de trabajo, es decir también por la noche.
- Diseño ergonómico de los equipos telefónicos e informáticos, asientos y escritorios con el fin de evitar tensiones musculoesqueléticas y el síndrome de movimientos repetitivos
 - > Entrenamiento sobre la manera de sentarse, trabajar y utilizar los equipos; orientación ofrecida por un experto en ergonomía; puesto de trabajo y equipo regulable (auricular, receptor auricular, etc.).
- Protección de los trabajadores que utilizan pantallas de visualización con el fin de evitar el cansancio de los órganos visuales y la afonía y la hipoacusia
- > El empleador evaluará los riesgos inherentes a trabajar con pantallas de visualización.
 - > Directiva Europea sobre pantallas de visualización de datos.
 - > Pausas de diez minutos del trabajo con pantallas por lo menos cada 2 horas.

Tensiones e intimidación relacionadas con el trabajo

- > Protección contra la violencia en el trabajo (interlocutores violentos).
- General
 - > Espacio previsto para las pausas.
 - > Servicio y aseos adecuados.

3.Tiempo y carga de trabajo

- Máximo 48 horas de trabajo semanales.
- Período de descanso de 12 horas cada día de trabajo y de 48 horas de interrupción continua cada siete días.
- El horario flexible puede beneficiar tanto a los empleados como a la dirección, pero se introducirá mediante acuerdo.
- Se prepararán los turnos avisando al personal con la suficiente antelación.
- Los empleados podrán tomar tiempo libre, v.g. para el cuidado de personas a cargo.
 - > Los empleados puedan asistir a cursos de formación y reuniones de personal.

- > Los empleados puedan asumir sus responsabilidades profesionales, familiares y comunitarias

4. Supervisión, control electrónico y privacidad

- El/la empleado(a) estará informado(a) de que es o va a ser objeto de control.
- La escucha solamente tendrá lugar casualmente y nunca de manera permanente.
- Se permitirá al empleado acceder a los datos registrados y podrá corregir inexactitudes.
- Se destruirán las grabaciones después de un determinado período de tiempo.

5. Salario y prestaciones

- Comparaciones de salario directo con empleados “tradicionales” y niveles y estructuras salariales claros para evitar movimientos de personal importantes.
- Primas extraordinarias por trabajo nocturno, los fines de semana o los feriados.
- Bonificaciones no superiores al 10% del salario bruto.
- Vacaciones pagadas en conformidad con la ley nacional, pero por lo menos 4 semanas anuales.
- Paga de vacaciones de por lo menos lo que ganó el empleado del telecentro en promedio en el transcurso de las últimas 12 semanas antes de las vacaciones e incluyendo las horas extraordinarias y las bonificaciones regulares.
- Subsidio de enfermedad.
- Indemnización por despido establecida por la ley tras un año de empleo.

6. Igualdad de oportunidades y formación

- Formación y desarrollo de aptitudes transferibles y reconocidas general y regular.
- Prioridad a la retención y a la readaptación profesional del personal existente en caso de introducción de nuevas tecnologías o productos que exigen nuevos conocimientos o aptitudes.
- Suministro a los empleados de los instrumentos requeridos para resolver, en la medida de lo posible un problema planteado por un usuario durante la llamada.
- Formación y entrenamiento con respecto a los productos para los empleados para facilitar el desarrollo de carreras interesantes, así como de un servicio de calidad para nuestros usuarios. *

7. Representación de los trabajadores

- Derecho a formar sindicatos y a adherirse al sindicato de su elección
- Derecho de los sindicatos a representar a los trabajadores en
 - > La negociación colectiva
 - > La solución de conflictos
 - > Negociaciones y consultas relacionadas con todo lo concerniente a empleos y formación.

- Comunicación de los cambios concernientes a la política de la empresa y a la evolución de los productos antes de su aplicación, para que los empleados puedan participar en el proceso decisorio.

CAPITULO 2.- Evolución del sector del Telemarketing en España

El Telemarketing es un sector de actividad económica emergente, que ha crecido de manera sustancial en los últimos años, llegando en la actualidad a emplear aproximadamente a 50.000 trabajadoras y trabajadores, de las cuales un 70% aproximadamente son mujeres.

El Telemarketing nace al amparo del fuerte desarrollo tecnológico de las comunicaciones, que ha posibilitado un crecimiento significativo de la prestación de servicios a través del teléfono, así como una mayor demanda de los usuarios, que buscan comodidad, ahorro de tiempo y amplitud de horarios del servicio. Igualmente, se constituye como canal alternativo de distribución a bajo

coste, por lo que se está incorporando cada vez más a las estrategias comerciales de las empresas, por el valor añadido que aporta el servicio, así como a los servicios públicos.

Encontrado dentro del sector servicios, el Telemarketing es un sector que, por sus características, lo podemos enmarcar claramente en

Año	millones de Euros	%	millones de pesetas
1992	65,58	*	10.912
1993	76,82	17,13%	12.781
1994	92,93	20,98%	15.463
1995	102,98	10,81%	17.135
1996	192,51	86,93%	32.031
1997	257,68	33,85%	42.874
1998(1)	323,74	25,64%	53.866
1998(2)	366,46	13,19%	60.973
1999	434,29	18,51%	72.260
2000	606,74	39,71%	100.953
2001	662,35	9,17%	110.206
2002	736,22	11,15%	122.497
2003	803,43	8,36%	133.679

lo que se denomina terciarización de la economía, estando ligado estrechamente a las estrategias empresariales de:

- Descentralización de la producción, y
- Deslocalización de la actividad productiva,

que, como sabemos, buscan principalmente, la flexibilidad laboral, la exteriorización de tareas que anteriormente se venían desempeñando en el seno de empresas grandes, y el abaratamiento de costes, y tienen como consecuencia la precarización de las condiciones de trabajo, en especial por la presión que ejercen sobre los costes de personal. Características estas comunes también en otros sectores en los que son las mujeres la principal fuerza de trabajo.

Por otro lado, y desde el punto de vista socioeconómico, nos encontramos un sector consolidado con tasas de crecimiento sostenido y un mercado en el que las empresas precisan dar respuestas globales a las demandas de las empresas clientes.

En la actualidad y cada vez más en el futuro inmediato, los servicios de telemarketing, el trabajo que realizamos, se convierte en una actividad clave, importante, tanto para las estrategias comerciales de las empresas como para los servicios públicos. Y esto es así porque nuestro traba-

Personal	1.998	1.999	2.002	2.003
Estructura fija	3.008	2.719	8.000	10.006
Estructura operacione	15.220	26.605	37.572	37.391
TOTAL	18.228	29.324	45.572	47.397

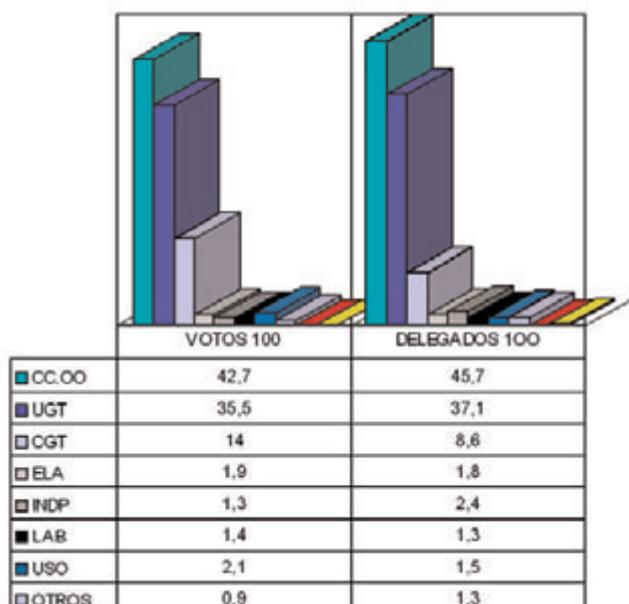
jo aporta valor añadido: a las empresas porque le supone apertura de mercados y la los usuarios porque les garantiza la prestación de un servicio, algunos durante 24 horas y los 365 días del año.

CAPITULO 3.- Evolución de la Agrupación Estatal de Telemarketing de Comfia CCOO

El 18 de julio del 2002 se crea la agrupación Estatal de Telemarketing.

Esta forma de organizarnos, en Agrupación, supuso una mayor eficacia de nuestra acción en dos vertientes; en la interior y hacia el sindicato y en la exterior hacia las empresas.

DATOS DE ELECCIONES SINDICALES



En la vertiente interior, organizándonos en la Agrupación de Telemarketing nuestra voz, nuestras opiniones y nuestras inquietudes como sector tienen un sitio en la organización COMFÍA-CCOO haciendo así que para las decisiones generales el sector de Telemarketing tenga su peso específico.

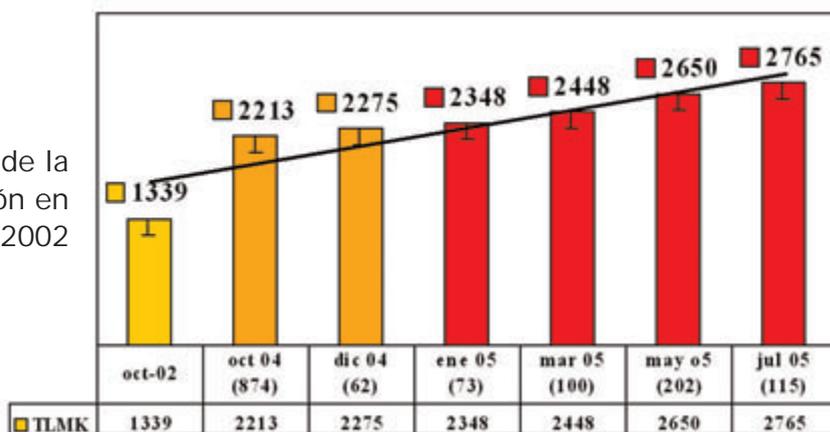
Participando como representantes del sector en los distintos órganos y espacios de la Federación, (Ejecutiva, Consejo, Comisiones, etc...) además de participar en las cuestiones sindicales generales aportando nuestra colaboración, también vamos consiguiendo que nuestro sector y sus inquietudes cuenten a la hora de tomar decisiones.

En la actualidad son los trabajadores del Sector y miembros de la agrupación los que están sentados en la mesa de negociación del Convenio.

Esto nos ha dado un excelentes resultados, tanto en elecciones sindicales como en afiliación, donde COMFIA-CC.OO. es la primera fuerza sindical.

DATOS DE AFILIACIÓN

Creación de la Agrupación en Julio 2002



Retos / Objetivos Futuros

En estos momentos creemos que es fundamental seguir reforzando nuestro modelo organizativo, para poder ser más eficaces en nuestra acción sindical. Para ello es imprescindible que distribuyamos nuestros recursos de forma estratégica para poder crecer como Agrupación y consolidarnos como Sector. Para esto es imprescindible la colaboración entre todos y el crecimiento y consolidación organizativa en el sector, manteniendo un estrecho contacto y una fluida comunicación que culmine en unas políticas comunes hasta alcanzar nuestros objetivos, entre los que se encuentran:

- La constitución de nuevas Secciones Sindicales Estatales.
 - El desarrollo de una verdadera carrera profesional a través de nuestra participación en la Comisión Paritaria de Clasificación Profesional.
 - Seguir aumentando en afiliación a través de campañas específicas y una constante comunicación con las/os trabajadoras/es.
- Tener representación sindical en todas y cada una de las empresas del Sector.
- Seguir vigilando e incidiendo en la correcta aplicación del III Convenio Colectivo.
- Trabajar para mejorar la Contratación, reduciendo los contratos parciales, aumentando la contratación indefinida...
- Conseguir que se acepte la intervención sindical en los planes de incentivos.

Objetivos todos ellos que nos parecen de gran importancia para la evolución del sector y sobre los que ya estamos trabajando de forma que puedan servir como una buena base en la negociación del próximo convenio.



Para ampliar información y contacto:

Alvaro Gomez Gonzalez
Movil +34 64698333
e-mail alvargomez@comfia.ccoo.es

Adela Paris Paris
Movil + 34 606562592
E-mail aparis@comfia.ccoo.es

Otros Teléfonos:
+ 34 91 540 92 82
+ 34 91 540 93 10

Fax: + 34 91 548 28 10

<http://www.comfia.net>

