

# **Repercusiones de las TICs en la reestructuración del Comercio en la esfera de los Recursos Humanos**

Lic. Daniel Bellicoso  
Secretaría de Convenciones Colectivas  
FAECyS, Argentina  
[danielbellicoso@yahoo.com.ar](mailto:danielbellicoso@yahoo.com.ar)

Alejandro Bellicoso  
Secretaría de Convenciones Colectivas  
FAECyS, Argentina  
[aledine@yahoo.com](mailto:aledine@yahoo.com)

**Resumen** – El trabajo versa sobre la incidencia de las TICs en el empleo del Sector Comercio y Servicios. Sintetiza un diagnóstico sobre la situación del Sector, como consecuencia de los procesos de mundialización de la actividad, concentración multinacional empresaria, incidencias de las TICs en las relaciones laborales, elaborado y consensuado en el proceso de diálogo social, desarrollado por los actores del trabajo, la producción y los gobiernos en el ámbito de las reuniones sectoriales organizadas por la OIT, Ginebra 1999 y 2003.

Focaliza su atención en los cambios producidos en la forma de comercialización (economía electrónica o digital) y en el desarrollo de nuevas modalidades de trabajo como por ejemplo, el teletrabajo y los contact centres. Describe algunas problemáticas que se visualizan como riesgo para la salud y la seguridad en el trabajo.

**Palabras claves** – TICs-Empleo-Sector Comercio y Servicios-Nuevas Relaciones Laborales-Teletrabajo

## **ANTECEDENTES**

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; por ejemplo si son tiendas especializadas, de descuento, etc. La estructura y el funcionamiento del sector cambia enormemente de país en país, 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 comercio al por mayor y al por menor vincula los productores a los consumidores. Para las empresas manufactureras, un acceso eficaz y efectivo a los consumidores es tan vital como la disponibilidad de materias primas. En cuanto a las unidades familiares, el comercio resulta indispensable para satisfacer sus necesidades de consumo. La venta al por menor, en particular, es hoy uno de los motores del crecimiento en muchos sectores como los del vestido, la grabación de imágenes y sonidos, y el espectáculo. No son ya los fabricantes y los proveedores de materias primas, sino los minoristas quienes deciden acerca de la cantidad y la calidad de los productos, la ubicación de su elaboración, y el modo de suministrarlos y distribuirlos. Algunos minoristas intervienen directamente en las tareas de marketing, así como en la diversificación, la concepción y la elaboración de los productos.

En general, y particularmente en las ventas al por menor, las pequeñas firmas son las que dominan el mercado. Sin embargo, la tendencia en los últimos 20 años va hacia la consolidación y la racionalización, provocando un crecimiento de las grandes compañías, y un empuje de las pequeñas firmas hacia estrategias de supervivencia, incluyendo la baja de precios, reducción del costo,

estrechando la gama de productos, como así también precarizando el empleo y las condiciones de trabajo, principalmente a causa del predominio de las empresas pequeñas y de estrategias de reducción de los costos y aumento de la flexibilidad.

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.

## **TRANSFORMACION DEL SECTOR Y PROBLEMAS DE PERSONAL**

Frente a una clientela cada vez más exigente y a la intensificación de la competencia, las empresas comerciales adoptan nuevas técnicas de venta y políticas de expansión que conducen a la concentración y a la internacionalización de las empresas, así como a una cooperación mutua que tiene repercusiones importantes para su personal.

El comercio está en progresión, pero ello no presupone automáticamente mayores oportunidades de empleo. En el decenio de 1990, los mayoristas norteamericanos aumentaron su producción en más del 20% sin que creciera el empleo; para ello se valieron de la tecnología a fin de reducir los costos de los pedidos, el transporte y las existencias. La voluntad de racionalizar las cadenas de producción y distribución, y de bajar los precios, conduce a la desaparición progresiva de los intermediarios.

Los cambios más notables se experimentaron en el subsector de la venta al por menor. En los países centrales, los consumidores son más ahorrativos a causa de la incertidumbre económica, lo cual ha dado lugar a concentraciones y a guerras de precios. En los países industrializados proliferan los establecimientos de rebajas que ofrecen precios más bajos gracias a compras de gran escala, a una rotación rápida de las existencias y a unos costos de fabricación y de funcionamiento módicos. Se propende a rebajar los gastos de mano de obra y muchas tiendas pequeñas desaparecen del mercado. Las economías de escala, la cercanía de los consumidores y las técnicas de información y comunicación han conferido asimismo a los minoristas un poder sin precedentes. La informática les permite un conocimiento inmediato de lo que se vende en cada uno de sus centenares de establecimientos, de sus ingresos y de las características de sus clientes.

La venta al por menor a escala mundial es ya una realidad. Los grandes almacenes J.C. Penney, por ejemplo, que venden al norteamericano medio, tienen distribuidores en 50 países. Ante la saturación del mercado interno, la apertura de las economías y cierta internacionalización de los gustos y preferencias, los grandes minoristas pueden filtrarse por todo el mundo, especialmente en Asia y América Latina. En tal sentido podemos afirmar que más de la mitad de los ingresos netos de la empresa francesa Carrefour procede de sus establecimientos radicados en el extranjero. También los minoristas locales se adaptan rápidamente a esta tendencia: por ejemplo, la cadena de prendas de vestir Giordano, de Hong Kong, se extendió en tan sólo unos años a escala nacional y después a países vecinos.

Los cauces de distribución son cada vez más flexibles y adaptables. Las prácticas de trabajo "justo a tiempo" han pasado ya de la industria al sector de la distribución. Las empresas están más dispuestas a explorar nuevas modalidades de colaboración, por ejemplo, sobre la base de los progresos conseguidos en materia de información compartida y de los sistemas integrados de logística, a fin de poner en común sus existencias y sus servicios de apoyo, y de reducir así sus gastos además de mejorar la calidad de sus servicios. Se alargan las horas de apertura de las tiendas, al compás del auge de una

sociedad de consumo y de la necesidad de comprar a última hora de la tarde y los fines de semana, como sucede a muchas familias en las que los dos cónyuges trabajan a tiempo completo. Frente a la lógica del capital de incrementar las ganancias para reproducirse como tal, aparece un nuevo elemento funcional a esta dinámica pero que proviene desde los trabajadores, ya que en su rol de consumidor o usuario, demanda un servicio para satisfacer su necesidad, determinando consecuencia por el personal de venta al por menor, como por ejemplo: tiempos de trabajo más extendidos o en horas indebidas, el descanso dominical, la generalización del empleo temporal y de dedicación parcial, el riesgo de una polarización entre el personal de plantilla y los trabajadores ocasionales, y mayor desigualdad entre los géneros, ya que la mayoría de los trabajadores afectados son mujeres.

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 por conducto de Internet, con centros de venta virtuales en los cuales unos auxiliares electrónicos (capaces de "conocer" los gustos 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. Las tiendas no van a desaparecer, 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, de un analista de mercado capaz de identificar criterios de selección a la hora de ofrecer sus productos (recordemos que es común, que un vendedor especializado, lo realice de forma implícita en la relación personal -cara a cara-), debido a que a ningún cliente le agrada recibir información acerca de un producto que lo discrimine, margine o simplemente este fuera del alcance de sus posibilidades. 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 (problemas), por ejemplo: cómo y quién financiará la misma, sus contenidos, la certificación de la misma, etc. Cuestiones que sólo enunciaremos aquí, pero que por su importancia deben ser elaboradas de manera específica si se pretende generar empleo decente e incrementar la productividad general.

En tal sentido, la capacidad y la experiencia del vendedor, deberán ser reemplazadas por las capacidades de análisis psicológico y sociológico del trabajador para interpretar las necesidades de consumo del cliente. Sin embargo, aquí se comienza a transitar por la delgada línea que separa las fronteras de lo público y lo privado. Esto es, el manejo de la información referente al cliente, tema muy delicado que no podemos abordar en este trabajo. Los hechos nos demuestran en la práctica cotidiana, como estamos siendo "invadidos" por ofertas, publicidades, publicaciones, etc. en nuestras casas, y/o en los ordenadores personales. ¿Imaginemos, nuestra situación si en los próximos años, más del 80 % de los comercios utilizan estos "medios intrusivos" para relacionarse con sus clientes y/o con sus futuros consumidores?

En virtud a ello, los establecimientos de venta deberán cambiar su criterio a la hora de seleccionar el personal, escuchando la voz de los consumidores que reclaman negocios dotados de personal competente, con escasa rotación de empleados y el abandono de prácticas de contratación de dependientes menos interesados por su trabajo e insuficientemente formados.

Porque el comercio requiere cada vez más conocimientos, mejores calificaciones en materia de comunicación, facultades de adaptación, comprensión de las necesidades de los clientes, dotes de persuasión e interés por el servicio de posventa, para atraer a los clientes y conseguir que sean fieles, como así también del abandono de la lógica empresarial de maximizar sus ganancias en detrimento de la calidad de la relación Empresa - Trabajador - Cliente.

Ahora bien, en el sector Comercio y Servicios la tecnología ha desempeñado una importante función como fuerza motriz de la consolidación, incluso mediante fusiones y adquisiciones. Las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) pueden considerarse de diversas maneras: como «instrumentos» o como «medios para la automatización», cuando el producto y a menudo el proceso

de producción subyacente se mantienen iguales; o como tecnología de «control» o «vigilancia» para supervisar y controlar el proceso de trabajo. Sin embargo, al convertirse en «tecnología de la información» destinada a recopilar, procesar y distribuir información, las TICs pasan a ser sistemas integrados que abarcan en toda la organización; en particular cuando se utilizan como tecnologías «de organización» e incluso de «red»<sup>[1]</sup>. En los servicios al por menor, desde hace tiempo se ha venido convenciendo al cliente de que debía realizar gran parte del trabajo de distribución: seleccionar los productos de las estanterías, llevarlos hasta la caja y transportarlos hasta su destino final.

La innovación tecnológica clave en la relación con el cliente atañe a los procedimientos de pago, que agilizan el pago real mediante la lectura de tarjetas de débito y la transferencia electrónica de fondos de una cuenta a otra. El informe de Servemploi señala que la caja electrónica no es un simple receptor de dinero sino también un indicador de que la transacción marca el punto final de un flujo de datos paralelo al movimiento de existencias del proveedor al consumidor. La innovación tecnológica se ha convertido en la base de la cadena logística [2]. Estas posibilidades que brindan las TICs están impulsando una tendencia general hacia la centralización de los sistemas de almacenaje y de entrega a tiempo plasmada en la «Respuesta Eficiente al Consumidor» (ECR).

Las empresas esperan utilizar las TICs para reducir aún más sus costos a través de la simplificación del flujo de documentos, además mediante la agilización del movimiento de productos en la cadena es posible reducir el costo del almacenaje y el capital invertido en existencias, lo cual significa, a su vez, que es prioritario crear un sistema de información que se proyecte más allá de la empresa minorista con miras a integrarlo con los sistemas de los proveedores [3].

Un elemento importante de los procedimientos transversales adoptados por los grandes minoristas, además de la introducción generalizada de nuevas tecnologías en todas las fases del proceso de comercialización de bienes, desde la logística hasta la caja, ha sido el objetivo de alcanzar niveles de contratación «reducidos». En la mayoría de las grandes empresas minoristas, el principal objetivo de la gestión de los recursos humanos es mantener niveles de plantilla absolutamente mínimos. No debe haber un grupo demasiado «amplio» ni demasiado «reducido» de trabajadores presentes y remunerados en un momento determinado. Con el tiempo, las estructuras de recursos humanos y la plantilla se están racionalizando de tal manera que el empleo y las horas de trabajo acaban fragmentándose. El argumento que se esgrime para ello es la ventaja de la «flexibilidad» que ofrece una elevada tasa de trabajadores a tiempo parcial para aumentar la capacidad de maniobra de la dirección de la empresa, pues permite utilizar mayor número de trabajadores durante períodos de mucha actividad, que normalmente son cortos pero varían cada día. No obstante, la fragmentación del empleo y de las horas de trabajo en el comercio minorista tienen costos ocultos para las empresas. En particular, las elevadas tasas de rotación del personal dificultan en gran medida la gestión de los recursos humanos en las grandes empresas dedicadas al comercio al por menor, ya que para los minoristas el principal problema es el fuerte vínculo existente entre la lealtad y el compromiso del personal y la lealtad del consumidor. Las iniciativas transversales normalmente están complementadas por estrategias del minorista destinadas a incrementar los ingresos, que repercuten de igual manera en las condiciones de empleo y de trabajo.

El horario de apertura al público de las tiendas es cada vez más amplio, éstas han adoptado la política de abrir las 24 horas del día o han decidido abrir los domingos y los días festivos que en muchos países se consideran tradicionalmente días de cierre para el comercio. Esta circunstancia y el carácter cada vez más heterogéneo de la fuerza de trabajo hacen que la programación de los horarios del personal sea cada vez más complicada y requiera asistencia tecnológica<sup>[4]</sup>. En el informe de la OIT para la última reunión tripartita sobre este sector<sup>[5]</sup>, se puso de relieve la escasez de estadísticas precisas y actualizadas para realizar un análisis adecuado. Este problema sigue representando un

[1] G. Collins, J. Websler, J. Wichham: *Innovations in Information Society Sectors — Implications for Women's Work, Expertise and Opportunities in European Workplaces*, SERVEMPLOI Final Report, enero de 1999 – diciembre de 2001, informe financiado por el programa TSER de la Comisión Europea y presentado en mayo de 2002.

[4] *Ibid.*

importante obstáculo para evaluar las tendencias del empleo en el sector del comercio, incluso las resultantes de la consolidación y concentración del sector provocadas por las fusiones y adquisiciones, los cambios tecnológicos, la mundialización, entre otros.

Los datos estadísticos nacionales son muy deficientes a este respecto. Las dificultades se derivan principalmente de las diferencias en las metodologías de acopio de datos, el alcance, el nivel de consolidación o la definición del sector del comercio. El análisis se complica aún más debido al escaso seguimiento sistemático de la pérdida o aumento de puestos de trabajo a causa de los procesos como ser las fusiones y adquisiciones, la introducción de nuevas tecnologías, la racionalización de las operaciones y la reestructuración general.

### **Las TICs en el empleo en el Sector Comercio y Servicios**

Habiendo realizado una somera síntesis del estado de situación del sector Comercio y Servicios, luego de haber sido influenciado por los procesos de regionalización, mundialización, concentración y desarrollo tecnológico, mediante la incorporación de TICs, con datos estadísticos y evaluaciones de documentos emanados del consenso de los actores gubernamentales, empresariales y representantes de los trabajadores en la Organización Internacional del Trabajo, podemos adentrarnos a analizar algunas cuestiones que se enmarcan específicamente bajo la problemática de la incorporación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el ámbito del Trabajo, segmentando claro está cuestiones observadas solo en el sector de nuestra competencia.

El uso creciente de las TICs ha tenido un impacto determinante sobre nuestra manera de vivir, y en ningún otro lugar de forma tan acusada como en el mundo laboral

En tal sentido, decimos que la sociedad de nuestros días esta vinculada, de forma inexorable, a los sistemas informáticos en las oficinas. Prácticamente cada persona dentro de una organización, ya sea publica o privada, dispone de un ordenador como elemento imprescindible en su puesto de trabajo. En las organizaciones donde aun no existe un ordenador por persona, se comparten estos, aunque la tendencia clara es a que el número de ordenadores y demás equipamiento ofimáticos aumente.

Asimismo, se observa otro gran parque de ordenadores dentro de los hogares dedicados a tareas más personales y de entretenimiento, llegándose a duplicar o triplicar la cantidad de ordenadores por persona.

En el sector Comercio y Servicios, el impacto de las TICs ha sido sumamente importante. Hablamos ya de una nueva «economía electrónica o digital» (si por lo menos uno de los pasos de cada fase se lleva a cabo por vía electrónica) que abarca todas las diferentes formas en las que la nueva tecnología afecta a nuestra manera de ganar y gastar el dinero.

Las TICs no sólo nos han aportado productos innovadores en sí mismos, sino que constituyen uno de los principales motores del cambio en la economía moderna. Actualmente se considera que la tecnología (y el conocimiento en que se basa) forma parte intrínseca del sistema económico: el conocimiento se ha convertido en el tercer factor de producción en las economías líderes.

La economía electrónica supone nuevas oportunidades para las empresas mediante el uso de las TICs ya que permite llegar a muchos más clientes potenciales ("B2C") y trabajar con más eficacia con otras empresas ("B2B") y con las administraciones públicas ("B2G").

También las empresas utilizan las TICs para transformar sus métodos de trabajo (por ejemplo Teletrabajo), modernizando sus procesos de producción y su organización interna de manera que su

[5] OIT: *Las repercusiones de la mundialización y de la reestructuración del comercio en la esfera de los recursos humanos* (Ginebra, documento TMC/1999).

funcionamiento gane en eficacia y rendimiento. Las organizaciones virtuales y en red, privadas y públicas, permiten a las entidades de pequeño tamaño colaborar de manera flexible.

Para las **pequeñas y medianas empresas (PYME)**, la paradoja es que el aspecto «local» gana importancia en lugar de perderla, potenciado, además, por numerosas políticas públicas llevadas a cabo, por los Municipios, en materia de Desarrollo Local y/o Regional.

Al brindar la oportunidad de adquirir una amplia gama de productos de fuentes fragmentadas, los mercados electrónicos actúan como catalizador potencial del mercado interior; establecen comunidades de compradores y vendedores y mecanismos que permiten a las empresas participar de manera rentable en los mercados mundiales.

También los consumidores reciben numerosos beneficios de la economía electrónica. Gracias a ella es posible ofrecer los productos y servicios incluso a las personas que habitan zonas apartadas. Además, los consumidores pueden comparar lo que ofrecen empresas distintas en muchos lugares diferentes, y así decantarse por la mejor oferta.

Hoy día, en nuestro país es posible ir al supermercado, de manera virtual y en horario de trabajo. Comprar bienes electrónicos o de camping, sin necesidad de asistir a la tienda. Practicar un hobby, comprar un ticket aéreo y obtener una butaca numerada en un complejo de cine. ¿Cuánto tiempo de ocio recupera un empleado administrativo con estos beneficios?

**La respuesta podría ser:** “A los empleados la economía electrónica les ofrece la posibilidad de disfrutar de empleos basados en el conocimiento más satisfactorios y de mejorar la organización de su vida laboral a través de las diversas oportunidades que ofrece el **trabajo electrónico**”. Sin embargo, a esta visión positiva que esgrime un texto publicado bajo el título de “hacer funcionar la economía electrónica” en el sitio Web de la Unión Europea (<http://europa.eu.int/>), podemos contrastarle nuestra experiencia cotidiana de las relaciones laborales.

En tal sentido si bien algunos trabajadores, podrían beneficiarse por la recuperación del tiempo libre, y de esa manera, dedicárselo a sí mismo o su familia, amigos, etc. lo cierto es que cada vez existe menos tiempo sin tareas específicas en los puestos de trabajo, ya que las empresas asumen nuevos negocios con la misma, y en algunos casos, con menos dotación de personal. Por ejemplo una secretaria de un médico, hoy día, no atiende los pacientes de un solo profesional, por el contrario la creación de policonsultorios y las distintas asociaciones de hecho entre profesionales, concentran esa responsabilidad en una sola trabajadora, que muchas veces se encuentra deslocalizada de su ámbito laboral, realizando sus tareas bajo la modalidad de teletrabajo.

Otro tema a considerar para posicionarnos en un plano más escéptico respecto de las bondades del uso de TICs en el empleo, es que a medida que la economía basada en el conocimiento va ganando terreno, cada vez es más importante que los trabajadores se adapten también a los nuevos tiempos. Para ellos el reto estriba en mantener al día sus competencias para poder participar plenamente en la economía electrónica. Esto significa que el trabajador deberá capacitarse fuera de su jornada laboral lo que le ocupa una buena porción del tiempo libre que había adquirido con el uso de TICs.

En el área de ventas, por ejemplo podemos citar algunas transformaciones que se suscitaron en nuestra actividad como consecuencia del uso de las TICs. La venta personalizada que se realiza en los comercios, es reemplazada muchas veces, por la tarea de gestión de ventas que realizan los contact centers. Muchas son los beneficios que obtienen las empresas que realizan estos trabajos ya sea para el mercado local como para el mercado Off-shore. Actualmente, en nuestro país es una actividad que ha crecido enormemente a partir del 2001, producto de la diferencia cambiaria como también de la alta cualificación de la mano de obra existente en nuestros grandes centros urbanos de la Argentina.

Sin embargo, es una actividad que no tolera jornadas de trabajos superiores a seis horas, ya que es sumamente estresante debido a los objetivos trazados por los departamentos de ventas, se desarrolla

casi sin pausas, y bajo la estricta vigilancia de personal de monitoreo, control de calidad y supervisores.

Desde el plano de la seguridad en el trabajo podemos mencionar que es una actividad sumamente sedentaria, y que las nuevas tecnologías afectan al trabajador provocándole lesiones por esfuerzo repetitivo, estrés, deficiencias visuales y auditivas (por el uso de auriculares).

Ahora bien, las TICs, han facilitado, la deslocalización de un trabajador de su ámbito habitual de trabajo. A esta modalidad la denominamos Teletrabajo, y es transversal a un sinnúmero de actividades productivas.

Esta modalidad laboral, cada vez más corriente consiste en: la ocupación de una persona en su hogar, a tiempo completo o a tiempo parcial, al servicio de un empleador y con los mismos derechos que poseen los trabajadores ocupados en los locales de trabajo propiamente dichos; también puede tratarse de un empleo a tiempo completo en el que el teletrabajo sólo ocupa un número determinado de días por semana o por mes; por último, también puede comprender el trabajo del contratista independiente que no recibe prestaciones ni equipo de parte del empleador.

Las responsabilidades de los empleadores con respecto a las condiciones de trabajo, seguridad social y otros aspectos del empleo de sus teletrabajadores varían en función de la legislación laboral de cada país.

Los motivos que explican el auge creciente del teletrabajo son numerosos, y pueden citarse en particular los esfuerzos encaminados a reducir el tiempo, el costo y las repercusiones medioambientales que supone el traslado cotidiano desde el domicilio al lugar de trabajo; la modernización de la tecnología, la informática y las comunicaciones electrónicas, que ha hecho posible la contratación de personal en distintas localidades; el deseo de reducir los costos derivados del mantenimiento del lugar de trabajo suficientemente amplios para acoger al personal; la oferta de teletrabajo a las personas que prefieren trabajar en su domicilio debido a discapacidades físicas, responsabilidades familiares u otros motivos; la aplicación de estrategias para reducir el ausentismo, etc.

Sin embargo, también, el teletrabajo puede ser implementado por especuladores-explotadores que tienden a utilizar trabajo falsamente independiente o el empleo no sujeto a los regímenes de seguridad social.

Es muy difícil distinguir entre los puestos de trabajo perdidos a raíz de la implantación de las nuevas tecnologías de aquéllos que se han destruido al cabo de fusiones, adquisiciones o reorganizaciones de empresas, o a raíz de quiebras, problemas macroeconómicos y otros factores.

Los riesgos de salud y seguridad del teletrabajo son los propios del entorno de la oficina normal, a los que se añaden algunos motivos de inquietud específicos:

*Riesgos ergonómicos.* Los empleados que trabajan en su casa suelen utilizar sus propios muebles para desempeñar sus tareas. Los puestos de trabajo con ordenadores en el entorno doméstico no permiten los ajustes que exige el trabajo intensivo. La falta de espacio puede obligar a inclinarse en exceso, a adoptar malas posturas, a alargar los brazos más de la cuenta y a adoptar otras posturas que favorecen las lesiones traumáticas acumuladas. El trabajo en entornos fríos o con calefacción desapareja también puede provocar problemas de salud.

*Iluminación.* La iluminación inadecuada es causa de malas posturas, fatiga visual y alteraciones visuales. A veces es necesario instalar una iluminación especial para soportes de documentos. 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 la incorporación del trabajador a actividades de desarrollo profesional, el aprovechamiento de las oportunidades de promoción y la aportación de ideas a la organización. Ciertos trabajadores tienen una dependencia especial del contacto humano y se resienten en lo personal y lo profesional cuando les falta. La falta de servicios de apoyo administrativo obliga a los trabajadores a realizar ciertas tareas de oficina. Los empleadores deben fomentar la participación de los teletrabajadores en reuniones de personal y otras actividades de grupo, personalmente o por medios electrónicos (teleconferencias) si así lo imponen las limitaciones físicas y geográficas.

*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 a la concentración que exigen las responsabilidades laborales. Esto puede afectar negativamente al trabajador, incapaz de cumplir con sus obligaciones familiares y de estar a la altura de las expectativas del empleador. El teletrabajo no debería considerarse como un sustituto del cuidado de niños o ancianos. Como la capacidad de equilibrar el trabajo y otras responsabilidades en el entorno doméstico varía mucho de unos trabajadores a otros, hay que evaluar caso por caso la necesidad de servicios de apoyo para evitar el estrés profesional excesivo y la consiguiente pérdida de productividad. No debería obligarse a ningún trabajador a aceptar un contrato de teletrabajo contra su voluntad.

## 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. Tanto el comercio al por mayor como el comercio minorista son, como tales, motores indispensables del desarrollo económico.

El sector ha experimentado en todo el mundo un profundo cambio a lo largo del pasado decenio; a la anterior expansión regional está sucediendo la mundialización de las grandes empresas, dando por resultado la concentración del sector, transformado en un número menor de empresas más grandes con mejores ventajas de escala, mayor poder adquisitivo y económico y minoristas mejor preparados para una competencia mundial en expansión.

Además de la mundialización, la desregulación interna de los mercados, la mayor competencia y los cambios en el comportamiento de los consumidores aceleran la reestructuración del sector. Una consecuencia de los cambios en el comportamiento de los consumidores y del aumento de la competencia 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, pese a la comodidad adicional que supone para muchos consumidores, se ha comprobado que la 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.

En el Sector 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.



Todas estas innovaciones han 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.

Como en todo proceso se evidencian a la vez efectos positivos y negativos de la mundialización, la reestructuración y la introducción de nuevas tecnologías para los puestos de trabajo existentes y para el empleo en general. En ciertos casos, algunas ocupaciones han caído simplemente en desuso y han desaparecido, mientras que otras han sufrido tal transformación que son irreconocibles, a la vez que se han creado puestos de trabajo.

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 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 visita previamente acordada) para garantizar la seguridad del trabajador y para identificar y corregir factores de riesgo. La inspección debería evaluar el aire en interiores, la ergonomía, los riesgos, la iluminación, la exposición a sustancias químicas y otras cuestiones.

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 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. Son muchas las ventajas del teletrabajo, y deberían fomentarse los contratos de teletrabajo beneficiosos para tareas específicas y trabajadores maduros que prefieren trabajar en su casa.

El teletrabajo ha permitido a personas discapacitadas alcanzar un grado mayor de oportunidades profesionales a las que anteriormente no podían acceder. Por su parte, los empleadores pueden retener a trabajadores valiosos. No obstante, el contrato de teletrabajo debe garantizar la continuidad de los derechos del trabajador 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. Así mismo, 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 menor posible en las Relaciones Laborales

## **BIBLIOGRAFÍA**

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

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.