

RICARDO ALONSO\*

TELEMARKETING //

## Luchar como nunca, firmar como siempre

El 18 de marzo se firmó el III Convenio de Telemarketing, por parte de los responsables de banca de los sindicatos CC OO y UGT, M<sup>a</sup> Jesús Paredes y Juan Sánchez. Los sindicatos CGT y CIG, presentes en la mesa de negociación, rechazaron el convenio por no alcanzar las reivindicaciones que los trabajadores venían solicitando y que en varias ocasiones habían ratificado en asambleas y referéndum.

Durante los 12 meses previos a la firma, todos los sindicatos presentes en la mesa de negociación mantuvieron una unidad de acción, dado lo largo de la negociación y la cerrazón con la que la patronal acudía a las reuniones. Los trabajadores, por su parte, cansados de las condiciones paupérrimas que venían sufriendo, secundaron masivamente las movilizaciones realizadas, seis jornadas de paros parciales y cuatro días de huelga completos, confiados en que este convenio sería el que cambiase sus condiciones laborales.

En diciembre de 2004 los sindicatos mayoritarios, UGT y CC OO, se desmarcaron de las movilizaciones. La estabilidad laboral, el fin de la precariedad y un convenio digno pasan a un segundo plano y sólo manifiestan la urgencia por alcanzar un acuerdo. Tres meses después logran el acuerdo con la patronal, pero sin recoger ni uno solo de los puntos que se venían exigiendo durante la negociación.

El convenio firmado es idéntico al anterior: sigue permitiendo cientos, cuando no miles, de despedidos cuando se reduce el volumen de llamadas recibidas; que otros tantos sean despedidos o que pierdan antigüedad y derechos porque la empresa matriz cambie de subcontrata; se sigue sin limitar el número de contratos a tiempo parcial, los trabajadores seguirán conociendo sus horarios de trabajo con sólo una semana de antelación...

Los 50.000 trabajadores del sector, con una media de edad de 28 años y en su gran mayoría mujeres, seguirán padeciendo durante los años 2005 y 2006 la mismas condiciones precarias que han venido sufriendo durante los últimos años, a pesar de haberse enfrentado a la situación como nunca, alcanzándose una participación en las movilizaciones que hace años era impensable dado el miedo que las empresas de telemarketing infunden a sus trabajadores.

¿Por qué? ¿Se puede jugar con miles de trabajadores? Quizás una de las novedades que se incluyen en el III Convenio despeje estas incógnitas. El artículo 84 otorga 14 liberados a los sindicatos firmantes, lo que equivale a unos 56 millones de pesetas en dos años (coste aproximado de los salarios de estos 14 liberados).

### El autor

\* Ricardo Alonso es responsable de comunicación de la Coordinadora Estatal del Telemarketing.

PRECARIEDAD // DESPIDOS, ACOSO PSICOLÓGICO Y DENUNCIAS SON LAS PRÁCTICAS COTIDIANAS

# Mercadona, denunciada y boicoteada por acosar a sus trabajadores

El sindicato CNT está desarrollando una campaña de denuncia de la situación de acoso que viven los trabajadores de Mercadona en la provincia de Huelva.

Decio Machado  
Redacción

Según declaran miembros de la Confederación Nacional del Trabajo (CNT) de Huelva, los encargados de la cadena vigilan la actitud de los trabajadores mucho más allá de lo que les está permitido. La táctica consiste en presionarles constantemente, haciéndoles notar que están vigilados en todo momento y que cualquiera de sus movimientos es controlado minuciosamente a través de su jefe. Todo ello en una empresa cuya imagen pública se basa en el supuesto respeto a los derechos de la plantilla.

Las denuncias públicas realizadas en los centros de trabajo de Bollullos Par del Condado y en La Palma del Condado, ambos en la provincia de Huelva, indican que este tipo de acoso llega a provocar que el trabajador firme por escrito que "necesita ayuda de un psicólogo", que firmará la baja voluntaria si no es capaz de "mejorar" su actitud o que informará al médico de empresa "de todos sus problemas". La campaña denuncia también el seguimiento parapolicial a los trabajadores en situación de incapacidad temporal y las presiones para darles el alta médica independientemente del curso de su enfermedad.

Según CNT, la tensión a la que está sometido el trabajador diariamente va creciendo paulatinamente. Éste tiene que aguantar, porque está en juego su puesto de trabajo, pero la situación va minando sus fuerzas y empujando el clima entre compañeros



SOLIDARIDAD. Concentración frente al supermercado Mercadona de Málaga en apoyo a los despedidos en Huelva.

## Una cuidada imagen pública

Mercadona tiene más de 50.000 trabajadores en todo el Estado español. Su imagen corporativa se ha forjado con una política de personal que anuncia contratos indefinidos para todos los trabajadores, tolerancia con las trabajadoras embarazadas, el

pago del 100% del sueldo en caso de incapacidad laboral y salarios mínimos que superan la media del sector. El resto de empresas del ramo, como El Corte Inglés, Eroski o Carrefour, mantienen a sus trabajadores en una extrema precariedad, con

lo que Mercadona ha aparecido públicamente como la única empresa del sector que trata a sus trabajadores de forma 'decente' y 'digna', sin mermar los rendimientos de la empresa. La facturación de Mercadona durante 2004 se elevó

a 8.770 millones de euros, un 21% más que en el ejercicio anterior, debido a nuevas aperturas y a la evolución de las ventas. En el pasado ejercicio, el beneficio después de impuestos ha crecido un 22%, hasta alcanzar los 153 millones de euros.

rando el clima entre compañeros en el centro de trabajo; cuando empieza a no poder soportar la presión, entonces no se considera un operario válido para la empresa, y se comienza a buscar subterfugios para despedirle.

### La carrera por ascender

La forma de promoción interna se realiza a través de entrevistas

que realiza el coordinador del centro de trabajo a los trabajadores, en la cual se evalúan una serie de parámetros psicológicos que puntúan en función del criterio de sus coordinadores en cada uno de los centros. Si el trabajador lo supera, pasa a un tramo salarial superior; si no lo consigue, aunque su rendimiento laboral no haya mermado en absoluto, sabe que le espera el despido.

Mercadona ha anunciado que se querrellará contra CNT si esta organización no se retracta de las denuncias por *mobbing* -acoso laboral- en sus supermercados. Para Mercadona esta situación no es nueva: en diciembre indemnizó con 30.000 euros a una trabajadora de Peñarroya-Pueblonuevo (Córdoba), tras una sentencia por *mobbing* emitida por el Juzgado de lo Social número 2 de Córdoba.

AUTOMOCIÓN // LA MAYORÍA DE LOS SINDICATOS FIRMAN EL PLAN PRESENTADO POR LA EMPRESA

# GM España despide a 618 trabajadores

José Luis Palacios  
Madrid

Opel, la filial europea de General Motors (GM), ha puesto en marcha un plan de saneamiento que implica la salida de 12.000 trabajadores de sus 11 plantas europeas, entre otras medidas. Aunque son los trabajadores alemanes los más afectados, con el despido de 9.000 personas, la planta zaragozana de Figueruelas también se verá afectada, con la salida de la empresa de 618 empleados.

Los primeros afectados dejarán la fábrica probablemente antes del verano. El comité de empresa (UGT, CC OO, CGT, OSTA y Acumagme), a excepción de CGT,

aprobó la medida, tras conseguir indemnizaciones más cuantiosas, la voluntariedad en una parte de las bajas y el compromiso de la empresa de esperar a que un buen número de trabajadores despedidos llegue a los 60 años para poder cobrar el paro y firmar un convenio con la Seguridad Social con el fin de no ver excesivamente mermaid sus pensiones futuras.

### Competencia interna

Alfonso Tierra, delegado de CGT en GM España, explica la oposición de su sindicato a estas medidas porque los trabajadores no eran responsables de la situación de Opel. "La planta de Figueruelas en 2003 obtuvo cerca de 10.000 mi-



LO QUE NO SE VE. Hasta 6.000 puestos pertenecientes a la industria auxiliar dependen de que se mantenga la actividad de la planta de Figueruelas.

llones de las antiguas pesetas de beneficios, y año a año consigue grandes aumentos en productividad. En años anteriores hubo pérdidas, pero el expediente de regu-

lación se justifica en la previsión de ventas para este año, cuando en ello influyen muchos factores, entre ellos, las decisiones de GM, que está introduciendo en el mercado europeo otras marcas filiales como Daewoo o Chevrolet", explica.

En la actualidad, la planta de Figueruelas emplea directamente a 8.500 personas y a otras 600 más en el departamento de fabricación de chasis, que ha sido externalizado. En la década de los ochenta Figueruelas tenía más de 9.000 trabajadores, con tres líneas de producción, incluido el turno de noche. La reducción de plantilla de Opel contrasta con el aumento del empleo en las empresas auxiliares: unos 6.000 puestos de trabajo dependen de la planta de Figueruelas.