

Jóvenes trabajadores de *delivery* y trabajadoras de venta directa

Dos colectivos laborales ante la Recomendación de OIT sobre la relación de trabajo

Por Álvaro Orsatti¹

La *Recomendación sobre la relación de trabajo* aprobada por la OIT durante su 95ª reunión (en junio de 2006) seguramente es el comienzo de una nueva etapa de la Organización respecto de un problema central de su misión: la protección de los trabajadores dependientes que aparecen como “independientes”, por problemas de la legislación, por ambigüedades de la relación o, directamente, por encubrimiento fraudulento.

Desde los primeros años de la década del noventa, la OIT vino desarrollando una estrategia en favor de varios colectivos laborales atípicos, mediante convenios y conclusiones: Convenio 177 sobre trabajo a domicilio (1996), Convenio 181 sobre las agencias de empleo privadas (1997), Resolución sobre trabajo decente y economía informal (2002), Resolución sobre promoción de las cooperativas (2002) y Resolución sobre trabajadores migrantes (2004).

Al inicio de este período, la OIT también propuso un Convenio sobre trabajo en régimen de subcontratación, pero éste no alcanzó a ser aprobado.²

¹ Colaborador de OIT-ACTRAV. Este artículo se basa en la información recogida durante los talleres realizados en mayo de 2006, en el marco del acuerdo entre SIVARA y la OIT, y en información aportada por entrevistas adicionales con Oscar Silva, Secretario de SIVARA. También se han utilizado aportes específicos de Osmar Freites, Secretario adjunto de SIVARA Mar del Plata sobre *delivery* y de Sandra Arancibia, de la Delegación San Juan, sobre venta directa. Se agradecen los comentarios de Gerardo Castillo y Eduardo Rodríguez, de OIT-ACTRAV.

² Se consideraba trabajo en régimen de subcontratación al desempeñado por una persona para una empresa usuaria, a través de un subcontratista o intermediario, en virtud de un acuerdo contractual distinto de un contrato de trabajo, en condiciones de dependencia o de subordinación efectivas con respecto a dicha empresa. En el diagnóstico se destaca: el vacío de legalidad que resulta de la utilización de esta forma, frecuentemente basada en los contratos ficticios (con lo que se produce una evasión de la relación empleado-empendedor), y la atomización de los espacios de acción organizativos sindicales resultantes.

El objetivo es que estas formas laborales no sean utilizadas para negar derechos o para eludir el cumplimiento de obligaciones previstas por la legislación laboral o la seguridad social. A este efecto, se proponía que los subcontratistas se registrasen ante la autoridad competente u obtuviesen una autorización de ella, demostrando su viabilidad y capacidad de cumplir con las obligaciones hacia los trabajadores, asumiéndolas de forma repartida solidariamente con el intermediario y la empresa usuaria. También se establecía una protección adecuada en cuanto a: prevención de accidentes y daños para la salud, pago de servicios, cotización de seguridad social, negociación colectiva, tiempo de trabajo, discriminación y sindicación.

Posteriormente, la OIT avanzó en la misma dirección, pero por una vía más general, y su resultado es la nueva Recomendación sobre la relación de trabajo.

En la Argentina, existen algunos antecedentes de tratamiento sobre este tema (J. C. Fernández Madrid, *Tratado de derecho laboral*, 1993; A. Goldín y S. Feldman, *Protección de los trabajadores*. Informe Argentina da respuesta al cuestionario de OIT, 2001), que muestran cierto consenso doctrinario y jurisprudencial sobre situaciones de trabajo “independiente-dependiente” (o “semiautónomo”), como los siguientes: fleteros y repartidores de encomiendas que prestan servicios a empresas de transporte; remiseros; médicos y otros profesionales del sector; trabajos domiciliarios calificados ligados a nuevas tecnologías: diseñadores gráficos, diseñadores industriales, expertos en informática; productores de seguros no exclusivos, agentes de comercio; diversas formas de venta directa, a domicilio o desde el domicilio del trabajador-vendedor, *telemarketing*; venta ambulante tanto de productos de consumo inmediato (alimentos, tarjetas magnéticas o periódicos) como duraderos (teléfonos celulares, servicios de medicina prepaga, en nombre de proveedores organizados y de fundaciones sin fines de lucro autorizadas); puesteros de venta de periódicos y sus ayudantes.

Existen también casos de trabajadores con estatutos específicos de protección, como los talleristas, tamberos, medieros y contratistas de viñas y frutales, cuyas manifestaciones de trabajo independiente-dependiente provienen parcialmente de que sus respectivos regímenes jurídicos exhiben cierta ambigüedad a la hora de definir si estos sujetos están o no vinculados por un contrato de trabajo. Otro caso particular es el de los trabajadores domésticos por horas, a quienes se les reconoce el carácter de trabajadores dependientes regidos exclusivamente por las disposiciones del decreto que los atiende, y no por el derecho laboral común, excepto cuando se desempeñan menos de cuatro horas por día o menos de cuatro días por semana.

Recientemente –en mayo de 2006–, la OIT apoyó un programa de formación solicitado por la Confederación General del Trabajo de la República Argentina (CGT) en beneficio de uno de sus afiliados, el Sindicato de Vendedores Ambulantes de la República Argentina (SIVARA), el cual incluyó la realización de actividades exploratorias sobre dos de los colectivos laborales antes mencionados, para los cuales el sindicato ha iniciado tareas organizativas, mediante la creación de sendas ramas: los jóvenes trabajadores de venta en *delivery* (a veces incluidos en la expresión “motoqueros”), y las mujeres trabajadoras de venta directa.

El diseño de estos talleres estuvo centrado en la transmisión de experiencias de trabajo y de vida de los propios participantes, y contó con la evaluación de autoridades de la administración pública (incluida el área laboral) y de miembros del Poder Legislativo sobre las actuales y potenciales políticas públicas.

Desde este marco analítico, las actividades también introdujeron la consideración de la –por entonces– Propuesta de Recomendación sobre la relación de trabajo, y desarrollaron uno de los ejes de actuación sindical de SIVARA: la protección de los trabajadores de la venta ambulante en ámbitos públicos y privados, en camino al reconocimiento de su relación de dependencia, cuando éste sea el caso. En el capítulo IV de esta publicación, “Estrategia de SIVARA hacia el trabajo ambulante. Un balance del programa con OIT en el período 2005-2006”, se desarrolla con más detalle el enfoque estratégico utilizado y los logros alcanzados.

La OIT acompañó desde un papel técnico estas actividades, colaborando en la recolección y sistematización de los resultados, los cuales aquí se sintetizan, para promover su utilización en el marco de la nueva Recomendación.

Jóvenes trabajadores de *delivery*

En Mar del Plata, la principal ciudad turística de la Argentina, la sociedad local ha visualizado como un tema emergente de gran importancia en los últimos años el de la venta bajo la modalidad *delivery*.³ Esta modalidad, que la delegación local del Ministerio de Trabajo calcula que involucra a 2.500 jóvenes, se observa tanto en los supermercados como en los pequeños locales expendedores de alimentos, farmacias, videoclubes, cerrajerías, empresas de cobranza y, últimamente, en actividades no vinculadas con la comercialización y distribución, como la industria de la pesca, la otra actividad principal de la ciudad.

Ello ha dado lugar a la presentación de varios proyectos de ordenanza, centrados fundamentalmente en los problemas de seguridad que la actividad ocasiona en la vía pública.

Condiciones de trabajo

Durante la realización del taller, los participantes hallaron una muy marcada falta de reconocimiento de la relación laboral para estos trabajadores, estimada por el área laboral local en alrededor del 80%. En la práctica, los comerciantes toman a los jóvenes para trabajo de *delivery* como personal temporario, por quince días, pero luego tienden a mantenerlos en el tiempo.⁴

³ Si bien el auge del *delivery* se observa también en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en otras grandes ciudades del país, el caso marplatense parece destacarse en la comparación, vinculado tal vez con la particular dinámica de la ciudad en los períodos de turismo masivo.

⁴ Durante el taller, el funcionario a cargo de la inspección vial consideró que, en la experiencia marplatense, el trabajo de *delivery* ha aparecido como salida laboral rápida para los jóvenes, como un desprendimiento de los “contratos basura”, denominación utilizada frecuentemente en

Lo característico de esta ocupación está sintetizado en los siguientes testimonios de los participantes del taller.

Condiciones de trabajo y de vida de los jóvenes trabajadores de *delivery*

“Trabajamos en general diez horas diarias, a veces hasta quince, porque seguimos con alguna changa en la misma zona, para conseguir un poco más de dinero.”

“Ganamos alrededor de \$500 mensuales, o \$15 diarios sobre la base de un pago de \$0,80 por viaje, más las propinas.”

“A veces no podemos pagar el seguro de la moto. Cuando ésta tiene un desperfecto, nos cuesta entre \$40 y 70, y nos quedamos tres días parados.”

“Siempre andamos apurados, por presión de los comerciantes, con lo que podemos pegarnos un palo en cualquier esquina.”

“Los comerciantes nos obligan cada vez más a tener motos grandes, para que los viajes sean más rápidos.”

“La empresa no nos da ropa ni casco, ni identificación.”

“No existimos para nadie. Los únicos que se preocupan de nosotros son los vigilantes, cuando nos paran en la calle.”

“Queremos un oficio normal, como todos los otros.”

Lo habitual es que el joven no acceda al local más que para buscar la mercadería o rendir la recaudación, aunque existe un caso particular: el de las “camareras” que trabajan en la calle a pie, las cuales no siempre son externas y alternan su trabajo con los o las jóvenes que permanecen en el local. En este caso, el pago que suelen recibir es de \$0,10 o 0,20 por unidad.

Un aspecto específico de esta ocupación que aparece en los testimonios es el de las condiciones de seguridad laboral, donde se combinan diversos factores: la presión de los empleadores por el uso de equipos de mayor potencia (en lugar de la bicicleta original) para desplazamientos más rápidos, la necesidad de los propios trabajadores de elevar sus ingresos (dado el pago proporcional a las entregas), la falta de instrumentos adecuados de protección, la exposición a otros vehículos e, incluso, la posibilidad de ser robados. En el

la Argentina para referirse a las formas contractuales legales, autorizadas por la reforma laboral de los años noventa y que siguen modelos normativos existentes en otros países.

taller también se comentó que en la ciudad existen cinco casos de trabajadores de *delivery* que quedaron inválidos por accidentes laborales.⁵

El factor laboral

Como ya se anticipó, los proyectos de ordenanza (tres en el 2004) se han centrado especialmente en la cuestión de la seguridad, tanto de los propios trabajadores como de los denominados “terceros damnificados”, con eje en la función de control desde el área reguladora de transporte y del tránsito. También se afirmó que se han reportado casos de asaltos en hogares, en los que los vecinos son engañados mediante el uso de esta modalidad. Incluso, el área reguladora local afirma que se han comprobado casos de utilización del *delivery* para el reparto de drogas a domicilio.

Cuando estos proyectos encaran la cuestión directamente laboral, utilizan dos enfoques polémicos: la creación de un régimen de “prestadores particulares” para los jóvenes trabajadores, considerándolos independientes, o la idea de que lo esencial es “crear la conciencia del trabajo responsable”, lo que parece dirigirse a los propios trabajadores, más que a los empleadores.

De todas formas, este enfoque en definitiva “no laboral” ha tenido la virtud de introducir un conjunto de requisitos que deberían cumplir las empresas usuarias, los que, en caso de incorporarse efectivamente a la práctica de los empleadores, se convertirán en indicadores clave sobre la existencia de la relación laboral. A continuación se sistematizan estos contenidos.

Contenidos de los proyectos de ordenanza municipal Concejo Deliberante de General Pueyrredón (aplicables a la venta en *delivery*)

1. Se define a los “trabajadores sobre ruedas” como aquellos que se sirven, para brindar sus servicios de ciclomotores, motos, motocicletas o cualquier otro tipo de vehículos de dos ruedas a motor, así como también cuatriciclos o triciclos a motor. El vehículo puede ser de su propiedad o pertenecer a la empresa para la que lo conduce.
2. Se crea un registro de prestadores particulares de estos servicios, siendo obligatorio acreditar: edad mayor de 18 años; carnet de conductor habilitante para ese tipo de vehículo; documentación del vehículo, cuya titularidad se corresponda con el chofer; seguro del vehículo y persona; examen médico de salud y certificado de aptitud física para la actividad.
3. Se crea también un registro de habilitación de actividades que se sirvan de los vehículos mencionados, debiendo presentar los interesados: el listado de todos los vehículos que componen el parque afectado al servicio, con las condiciones necesarias para circular: patente, aptitud del vehículo, póliza de seguro, certificado de cumplimiento del derecho

⁵ En otro campo de problemas, SIVARA Mar del Plata ha comprobado la existencia de trabajo infantil (niños y niñas de 11 a 13 años).

de publicidad, especificación de lo que se transporta (alimentos, dinero, paquetes, etc.), número de carnet del personal a cargo de cada viaje, distancia de recorrido en la prestación del servicio. Si se trasladan sustancias alimenticias, además debe contarse con la aprobación del Departamento de Bromatología.

4. Los titulares de las actividades también están obligados a proveer a los conductores de los vehículos identificación de la empresa y chalecos (o pecheras o camperas) con un color fluorescente distinguible en la oscuridad, similar al que utiliza el personal de empresas de recolección de residuos, personal de transporte y tránsito, y vendedores de diarios en los cruces de avenidas. Igual criterio se aplica a los propios vehículos, en el sentido de que las cajas que transportan los productos también deben tener un color luminoso.
5. En caso de ocurrir algún inconveniente de tránsito, el titular de la habilitación será el responsable ante las autoridades correspondientes.

A partir de esta base, SIVARA plantea un debate sobre la existencia de la relación de trabajo entre los trabajadores de *delivery* y la utilización del propio encuadramiento sindical para la representación de estos trabajadores, desde la perspectiva de que el trabajo se realiza “fuera” del local del empleador. Ésta es una característica distintiva entre los varios elementos que se presentan en este colectivo, al combinarse tareas de comerciante, transportista y “cajero”, pues simultáneamente venden mediante el uso de movilidad y manejan dinero. Siguiendo las recomendaciones surgidas del mismo taller, también se plantean otras tareas sindicales, como la creación de una estructura de servicio mecánico de las motos, como un instrumento más de integración de los trabajadores al sindicato.

Mujeres trabajadoras de venta directa

La “venta directa” es un fenómeno mundial de creciente expansión. La World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA, creada en 1978, con Secretaría en Washington) tiene afiliadas 1.300 empresas de 53 países, ocupa a casi 50 millones de personas y estima ventas globales directas en más de 90.000 millones de dólares.

Las dos modalidades más frecuentes son:

- “puerta a puerta” (*door to door*) o “uno-a-uno”, donde un vendedor hace una demostración a un consumidor;
- reuniones (*party plan*), cuando la venta se realiza mediante una explicación y demostración de productos a un grupo de clientes potenciales por parte de un vendedor, generalmente en el hogar de una anfitriona que invita a las personas con este propósito.

A partir de estas modalidades, las empresas utilizan la siguiente definición de la venta directa: “comercialización de bienes de consumo y servicios directamente (*face to face*) a los consumidores, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros o en su lugar de trabajo, fuera de un local minorista establecido”.⁶

Los principales rubros son cosmética y cuidado personal, pero también se encuentra: bijouterie, indumentaria, lencería, ropa blanca, baterías de cocina, vajilla, menaje y productos de limpieza, electrodomésticos, alimentos dietéticos y nutricionales, libros.

Empresas en la Argentina

En la Argentina, las empresas del sector están en su mayor parte nucleadas en la Cámara Argentina de Venta Directa (CAVEDI), creada en 1980, y afiliada local de WFDSA. La Cámara identifica a 25 empresas en el sector, 15 de las cuales están afiliadas.⁷

Para el año 2005, la Cámara estima un tamaño de mercado de 725 millones de dólares, la mayor parte (77%) concentrado en las empresas que representa.

⁶ Existen otras modalidades de venta: a) la “venta piramidal” o “venta en cadena” que es un plan por el cual se recibe un pago por presentar a otras personas potencialmente compradoras; b) la modalidad multinivel, o *marketing* de redes (*network marketing*), mediante ventas realizadas por una red de vendedores directos independientes. Estos vendedores pueden recibir remuneración basada en sus propias ventas y de las ventas generadas por sus redes de otros vendedores reclutados y entrenados para unirse al negocio. c) La “venta a distancia”, por *telemarketing* (teléfono, video-texto, *teleshopping*) o por correo (directo, venta por catálogo, pedidos especializados, venta por avisos en medios gráficos). En estos casos, no existe la presencia física simultánea del proveedor y el consumidor.

⁷ Durante el seminario, las trabajadoras participantes realizaron un ejercicio de ubicación de las empresas del sector (algunas son marcas), a partir de su experiencia y utilizando el listado proporcionado por CAVEDI, con el siguiente resultado:

- Extranjeras: Avon (cosméticos); Mary Kay (cosméticos); Swiss Just. (cosméticos); Fuller (cosméticos); Tupperware (plásticos; acaba de fusionarse con Fuller); Herblife (alimentos dietéticos); Amway (artículos de limpieza); Natura (cosméticos); Vanidan (cosméticos y lencería); OmiPlus (fibras y hierbas); Arbell (cosméticos); Tekel (cosméticos); Bella Vida (medicamentos); Gigot (cosméticos) y Jean Cartier (cosméticos y artículos del hogar).
- Nacionales: Jafra (cosméticos); Círculo de Lectores-Club Argentino del Libro; Essen Aluminio (ollas); Martina di Trento (ropa interior); Amodil (cosméticos); Per.Lei (ropa interior); Analfi Casa Blanca (sábanas); Prestige (ropa); Reino de la Miel (cosméticos); Vida Natural (cosméticos); TSU (cosméticos); Polen (cosméticos); Natubel (ropa interior); Fiorezzi (joyas); Casablanca (blanquería); Candela Thompson (cosméticos); Vanesa Duran (joyas); Alain Delon (ropa blanca); DKA (lencería); Monique (cosméticos) y Marcela Kauri (ropa interior).

Por otra parte, se observa una creciente presencia de nuevas empresas, diferentes de las clásicas (en este caso, pequeños y medianos fabricantes), que también recurren a esta forma de venta.

Tamaño de la ocupación de venta directa

El único dato que se tiene sobre el número de trabajadoras de la venta directa proviene de CAVEDI, la cual informa que en 2005 el sector ocupó a 660.000 trabajadoras, con una clara tendencia al crecimiento en los últimos años (algo más de 400.000 en 1999). El principal demandante es Avon, (200.000 trabajadoras), seguido por Fuller (90.000 trabajadoras).

No existe una estimación sobre el empleo en venta directa desde el sistema estadístico nacional. Durante el seminario, las representantes del Instituto Nacional de Estadística y Censos y del área de estudios de la cartera laboral proporcionaron información sobre las posibilidades de medición del tamaño y las características de la ocupación en venta directa de que dispone el sector público, sobre la base de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH).⁸

En el caso particular de las trabajadoras de venta directa, el INDEC observa que tienden a declararse como “cuentapropistas”, aunque el Instituto siempre consideró que eran trabajadoras en relación de dependencia, encubiertas, desprotegidas y precarias. Otra dificultad que se presenta en el caso de estas trabajadoras –lo mismo ocurre con las peluqueras informales– y que lleva a la subestimación de su número consiste en que las encuestas interrogan sobre las características de la ocupación principal, con lo que no es posible identificar los casos, que pueden ser muy frecuentes, de trabajadoras de la venta directa que tienen esta ocupación como secundaria.

⁸ Las funcionarias participantes fueron Camila Morano, Emilia Roca y Lila Schachtel. El INDEC tiene una política permanente (su principal promotora es otra funcionaria, Cynthia Pok) dirigida a explorar las posibilidades de cuantificación de colectivos laborales atípicos. De acuerdo con esta experiencia, las dificultades que presenta el sistema estadístico nacional para captar a estos colectivos proviene de la importancia alcanzada por nuevos factores que irrumpieron y quebraron el mercado de trabajo: flexibilidad laboral, precariedad laboral, externalización de procesos e intermediación. En este sentido, la medición está “vulnerabilizada”, ya que los instrumentos que eran útiles hasta hace un tiempo ya no lo son.

En este marco, el INDEC ha realizado esfuerzos por mejorar la medición, comenzando por la reformulación del cuestionario, el cual ahora indaga la situación de trabajo de las personas a través de dimensiones y variables, reduciendo al mínimo las valoraciones sociales de entrevistados y de encuestadores. Para ello, las preguntas se hacen de tal manera que lleven a la gente lo más cerca posible de su verdadera caracterización. Las funcionarias mencionaron la posibilidad de construir un módulo especial dirigido a captar a las trabajadoras de la venta directa.

Características de las trabajadoras de la venta directa

Las campañas duran 15 o 21 días, y se basan generalmente en la facilitación (a veces paga) de "cartillas" o "libritos" o "folletos de venta". Las vendedoras son generalmente amas de casa, pero también se encuentran trabajadoras del sector público, estudiantes y jubiladas. Algunas combinan varias empresas y productos diferentes. El ingreso promedio obtenido es de entre el 15 y 30% del valor de venta de los productos ofrecidos, lo que equivale a \$150 a 300 por mes.

Actualmente se observa la aparición de vendedoras propiamente independientes, que actúan como "miniempresarias". Existe un porcentaje difícil de determinar de hombres que también trabajan en este oficio. Un interesante comentario respecto de este tema provino de una participante que dijo conocer a un hombre cartero que hace diez años combina su trabajo con el de la venta directa, ofreciendo productos en los hogares adonde lleva la correspondencia.

Durante el taller, las funcionarias presentaron los resultados de un estudio preliminar inédito, con base en la EPH (últimos meses del 2004), referido al segmento del trabajo de venta directa cuyas trabajadoras declaran como su ocupación principal. Dentro de este grupo, el 40% ha quedado registrado como trabajadoras "independientes", el 91% no recibe ni hace aportes jubilatorios y el 76% trabaja en el domicilio de los clientes. Asimismo, se detecta un 9% de hombres sobre el total de esta ocupación, y un ingreso promedio de casi \$ 200 mensuales neto.

Relaciones de trabajo

Las empresas agrupadas en CAVEDI no reconocen la condición de trabajadoras dependientes de sus vendedoras y, en cambio, utilizan expresiones como: "revendedores", "agentes comerciales", "distribuidores", "representantes", "franquiciados", "consultores", "*dealers*", "fuerza de ventas" o directamente "personas miembro de un sistema de distribución" (a partir de una revisión del sitio web de la Cámara y de las principales empresas).⁹

Este criterio también queda manifiesto en la argumentación que utiliza CAVEDI para referirse a estas trabajadoras:

⁹ Como se observa, la despersonalización incluye el no registro del sexo de las trabajadoras, a pesar de que todas son mujeres. De forma coherente con este enfoque, las empresas sólo declaran el empleo permanente en funciones administrativas, que alcanza, para el núcleo principal de empresas a algo menos de 3.000 puestos.

- entre los objetivos principales de la Cámara está el de “ofrecer oportunidades de ganancia a particulares”;
- “lo que más atrae a los revendedores es poder obtener rendimientos acordes con el esfuerzo y dedicación; contactarse con otra gente, asistir a eventos y recibir reconocimientos; ayudar a financiar la independencia personal; la posibilidad de acceder a una futura carrera de tiempo completo; poder desarrollar su propio negocio”;
- “la venta directa permite elegir cuándo y dónde trabajar, implica poca o ninguna inversión financiera, y no necesita cumplir con ningún requisito específico para comenzar”.

Desde el punto de vista de los consumidores, CAVEDI señala que “hay muchas ventajas en comprar a vendedores directos asociados a empresas legítimas. Los vendedores directos pueden agendar sus visitas de acuerdo con su conveniencia, son conocedores de sus productos y se toman el tiempo para demostrar y explicar los productos personalmente. El comprador puede sentirse seguro de que el vendedor seguirá las prácticas éticas”.

CAVEDI ofrece también a los consumidores una garantía de buen comportamiento empresario por parte de sus socios, sustentado en un “Código de ética”, aprobado por WFDSA en 1994 y revisado luego en 1999, referido a las relaciones de las compañías con los consumidores y los revendedores, así como a las relaciones de las compañías entre sí. De acuerdo con este Código:

- “las compañías requerirán a sus revendedores, como condición para pertenecer a la organización de ventas de la compañía, adherirse a este código o a reglas de ética que cumplan con sus principios”;
- “las compañías darán a sus revendedores un acuerdo escrito que deberá ser firmado por la compañía y el revendedor, conteniendo todos los detalles esenciales de la relación comercial entre ellos. Las compañías informarán a sus revendedores sobre sus obligaciones legales, incluyendo licencias, registraciones e impuestos”;
- “al terminar la relación comercial del revendedor con la compañía, éstas le comprarán cualquier producto no vendido que sea vendible, incluyendo material promocional, auxiliares de venta y demostradores, y le acreditará al revendedor el costo neto original menos un cargo hasta el 10% del valor neto de compra y menos cualquier otro beneficio recibido por el revendedor basado en la compra original de los productos devueltos”;
- “las compañías no requerirán o alentarán a los revendedores a comprar productos en cantidades grandes e irrazonables, para lo cual se tendrá en cuenta la relación entre inventario y las posibilidades reales de venta, la naturaleza y la competitividad de los productos y del mercado, y las políticas de la compañía sobre devolución de productos y de dinero”;
- “las compañías proveerán a los revendedores con cuentas periódicas relacionadas con las ventas, compras, detalles de ganancia, comisiones,

- bonos, descuentos, entregas, cancelaciones y todo otro dato relevante. Todos ellos serán pagados sin demora y de acuerdo con pautas comerciales razonables”;
- “las compañías ofrecerán adecuada educación y entrenamiento, para capacitar a los revendedores para operar éticamente”.

Una de las técnicas de vinculación con futuras revendedoras es el dictado de cursos de capacitación. Por ejemplo, Avon, desde su Fundación para la Mujer, realiza cursos de belleza y estética profesional, imagen y vestuario. En el caso de Mary Kay, se pone el foco en el desarrollo de una “carrera” y “una oportunidad de desarrollo profesional”, se comienza por ser “consultora de belleza independiente”, para luego ser “líder de grupo” y más tarde “directora de ventas independiente”.

Durante el seminario, se obtuvo un balance sobre las condiciones de trabajo y de vida, desde las evaluaciones de las propias trabajadoras. Estas características se presentan en los siguientes testimonios.

Evaluaciones de las trabajadoras de venta directa sobre sus condiciones de trabajo y de vida

“No somos trabajadoras independientes por elección, no nos queda otra. No decimos qué lindo, soy independiente. Las razones pueden ser la edad o no tener capacidad suficiente para otro trabajo. Muy pocas utilizaríamos la venta directa como opción de vida.”

“Las empresas imponen las reglas: se toman o se dejan. Hay muchas chicas detrás mío esperando este trabajo.”

“Hay mucha lluvia y mucho sol en la calle, nos resfriamos o nos insolamos (testimonio sobre la situación en Formosa).”

“Tenemos problemas de várices por caminar tantas horas.”

“Hay un problema con las deudas de los clientes: nos encargan productos y luego no lo pagan. A veces vamos a cobrar a las casas donde dejamos la mercadería ya comprometida y no tienen dinero, con lo que tenemos que volver otras veces. Nos dicen ‘vení mañana’, por lo que vas y venís todo el tiempo. A veces hay que ir a última hora del día a cobrar, cuando están los clientes.”

“Tenemos una doble desprotección, ya que hay inseguridad en la calle. A veces nos han robado y tenemos que responder por ello ante las empresas. Incluso he estado acorralada por los perros. Queremos estar más seguras.”

“Los productos que se rompen por llevarlos y traerlos no son reconocidos por las empresas y los tenemos que pagar. A veces nos dan mercadería sin que la hayamos pedido y nos presionan para que la vendamos, aunque no sea fácil.”

“A veces se nos denigra, se nos ve como trabajadoras con un trabajo muy fácil, por andar por la calle con un librito.”

“Mi esposo me dice ‘trabajás tanto por poco dinero, estás desayuno, almuerzo y cena con tus libritos’.”

Ejercicio de identificación de indicadores sobre relación de trabajo

Al aplicar el enfoque de la Recomendación de la OIT sobre la relación de trabajo, las participantes del taller consensuaron una lista de indicadores que podrían ser la base para un trabajo específico sobre esta problemática.

1. Las empresas dan a cada trabajadora un código, a los efectos de la identificación laboral.
2. Las empresas obligan a asistir a las conferencias de venta.
3. Las empresas establecen niveles o jerarquías de trabajo, definiendo quién es líder.
4. Las empresas establecen formas y lugares de pago (en efectivo, en un local propio, en rapipago, bancos, etc.).
5. Las empresas estipulan y promocionan los productos a vender a través de catálogos o cartillas, que las trabajadoras deben comprar al inicio de cada campaña.
6. Las empresas obligan a adherir a un código de ética.
7. Las empresas establecen una frecuencia permanente para las campañas.
8. Las empresas dan premios por volumen de ventas.
9. Las empresas dan factura de compra por lo que se ha comprado.

A partir de esta tarea, SIVARA ha iniciado un trabajo de revalorización del estatus laboral de las trabajadoras de venta directa, convalidado en el seminario por las propias participantes, mediante expresiones como las que se resumen en los siguientes testimonios.

Enfoque estratégico de las trabajadoras de venta directa durante el seminario

“Hace treinta o cuarenta años, nadie tenía duda de que éramos independientes, buscando ‘una platita para darnos un gusto, comprándonos cositas’. Ahora somos quienes llevan muchas veces el mango a la casa. Por ello, hay que pelearlo desde otro punto.”

“Nos metieron tanto en la cabeza que somos independientes que nos convencimos. Ahora nos estamos dando cuenta cada vez más de nuestra situación.”

“Tantos años de trabajo no pueden quedar así. Nos tienen que reconocer algo, estamos demasiadas horas fuera de la casa.”

“Si hacen tanto hincapié en capacitarnos debe ser porque somos un eje importante de su negocio, si no, nos darían el librito y nos enviarían a la calle.”

“Lo principal ahora es juntar protagonismo, a ver si entre todas podemos cambiar algo. Podemos ser agentes multiplicadores.”

“Estoy orgullosa de este trabajo porque llevamos el alimento al hogar. Lo que necesitamos, más que nada, es dignificarlo.”

Conclusiones

Siguiendo su misión tripartita, la nueva Recomendación de la OIT considera fundamental la participación de los interlocutores sociales en la formulación de una política hacia la *relación de trabajo*. Por lo tanto, propone que se cree en cada país un mecanismo que observe los cambios que se produzcan en el mercado de trabajo y en la organización del trabajo, para así estar en condiciones de asesorar al gobierno en la adopción y puesta en marcha de las medidas correspondientes.

Este mecanismo deberá incluir a representantes de las autoridades competentes y de las organizaciones más representativas de los trabajadores y los empleadores, a quienes se consultará con cierta frecuencia, sobre la base de informes de expertos o estudios técnicos realizados según métodos convenidos por las partes.

La Recomendación considera que no es suficiente diseñar y poner en práctica una política sobre la relación de trabajo. También es esencial que los trabajadores y los empleadores dispongan de mecanismos eficaces y expeditos para prevenir y resolver controversias sobre la condición de los trabajadores en el empleo. En el caso de los trabajadores, el acceso a la justicia es esencial para garantizar sus derechos.

Desde este marco, los dos colectivos bajo análisis en el proyecto CGT-SIVARA-OIT deberían ser sumados explícitamente a las actuales preocupaciones del gobierno argentino –incluso desde la perspectiva etaria y de género– proponiendo un involucramiento del sindicalismo desde un plano general (desde donde SIVARA preparará la existencia efectiva de estructuras representativas) y fomentando una toma de conciencia por parte de los empleadores.