



## El Supremo limita el telemarketing

### **Cuando los contratados trabajan con medios de la matriz es cesión ilegal de trabajadores**

Las empresas de asistencia telefónica (telemarketing) son a veces tapaderas para 'degradar artificialmente la condición laboral de los trabajadores'. Así lo estima el Tribunal Supremo en una sentencia dictada el pasado 3 de septiembre, que ha generado gran polémica en el sector.

Los sindicatos llevaban años denunciando la situación laboral de los más de 70.000 profesionales que trabajan en telemarketing.

Ahora, el Supremo reconoce, en una sentencia contra Airtel (actualmente Vodafone), que la práctica de recurrir a estas compañías, utilizada sobre todo por operadoras de telefonía y entidades bancarias, supone 'cesión ilegal de trabajadores' cuando los empleados subcontratados trabajan en la propia empresa contratante y son supervisados por ésta, pero tienen un convenio laboral diferente.

La práctica considerada ilegal por el alto tribunal está siendo cada vez más utilizada por grandes empresas españolas y por organismos de la Administración y ayuntamientos.

Con este modelo de negocio, la empresa recurre a la contratación de cientos de trabajadores para llevar a cabo una campaña determinada a través de una compañía de telemarketing.

### Protegidos

Los empleados firman un contrato temporal con este tipo de empresas, pero no están protegidos por el convenio de la compañía principal, a pesar de trabajar la mayoría de las veces en las instalaciones de dicha empresa, utilizando ordenadores y teléfonos propiedad de la misma.

El convenio que se aplica a estos trabajadores es el de telemarketing, que es considerado abusivo por los sindicatos y actualmente se encuentra en pleno proceso de negociación. El ahorro para la matriz es palpable: una vez acabada la campaña, los trabajadores son despedidos sin ningún coste, ya que la empresa no tiene que presentar expediente de regulación de empleo al Ministerio de Trabajo, sino sólo aportar ante los sindicatos un histórico de llamadas telefónicas del centro demostrando que éstas han bajado significativamente.

'Las empresas contratantes montan este subterfugio para no tener que emplear a los trabajadores directamente', opina un abogado que ha llevado varios de estos casos. 'Se trata de una cesión ilegal de trabajadores clarísima'.

El sector de asistencia telefónica, donde se gestiona el 70% de la actividad comercial y de la información pública de España, mueve al año un volumen de negocio de unos 900 millones de euros y en él trabajan unas 70.000 personas, según la Asociación de Telemarketing de España. Sin embargo, estas cifras robustas contrastan con la elevada temporalidad en el sector, de más del 95%. Desde principios de año, 5.000 trabajadores han sido despedidos en unas condiciones nada ventajosas.

Según el responsable de recursos humanos de una gran compañía que recurre a estas empresas de telemarketing para sacar adelante las campañas, el sector cambiará drásticamente a partir de ahora.

'La sentencia es un punto de inflexión. El Supremo sienta jurisprudencia y estima que siempre que existan esas circunstancias es cesión ilegal', afirma. 'Provocará que, a medio plazo, las grandes empresas tengan que instalar sus propias plataformas de telemarketing o contratar directamente a los trabajadores, en igualdad de condiciones que el resto

El Supremo limita el telemarketing

de la plantilla'.

Diez años de sucesivas denuncias

1. Nace el primer Convenio de Telemarketing. Tras más de una década sin regular, en 1999 se firma el primer convenio colectivo para el sector de telemarketing. Muchos trabajadores lo califican de 'abusivo' y fruto de una negociación demasiado precipitada de los sindicatos UGT y CC OO. Posteriormente, se firmó un segundo convenio que entró en vigor en enero de 2002, igualmente injusto a juicio de los trabajadores. 2. Las condiciones del convenio que más polémica y denuncias por parte de los trabajadores ha generado se refieren a tres puntos. En primer lugar, la abismal diferencia salarial de los trabajadores de telemarketing con respecto a la empresa matriz para la que trabajan, que en algunos casos llega a ser del 60%. Segundo, que la empresa principal pueda alegar como motivo de despido la disminución de llamadas. En tercer lugar, que la siguiente empresa subcontratada por la matriz para otra campaña no esté obligada a contratar a los trabajadores que antes ha despedido. 3. La Confederación General del Trabajo impugna el convenio ante la Audiencia Nacional. Se suceden también las manifestaciones en contra de la discriminación laboral y la precariedad en el empleo en las empresas de telemarketing. El negocio del sector, mientras tanto, crece a ritmos del 30% anual. 4. Una denuncia de varios trabajadores de una empresa de telemarketing ante el Juzgado de lo Social número 7 de Barcelona fue desestimada. Los trabajadores denunciaban su despido por improcedente, ya que habían sido contratados por la empresa matriz a través de una subcontrata de telemarketing. Cuando acabó la campaña, fueron despedidos sin indemnización. La compañía acudió a otra subcontrata para continuar con la campaña. 5. El Tribunal Superior de Justicia de Cataluña sí consideró, al contrario que el tribunal anterior, que en los hechos denunciados había delito. En su sentencia consideraba probado que los trabajadores estaban dirigidos en realidad por la empresa matriz, a pesar de haber sido contratados por la otra. Como ha ratificado ahora el Supremo, consideró los hechos una 'cesión ilegal de trabajadores'.

Un caso que crea jurisprudencia

La sentencia del Supremo es consecuencia del empeño de 17 trabajadores de telemarketing, quienes, hartos de ser despedidos de sucesivas empresas sin una mínima compensación, decidieron hace tres años denunciar su caso ante un juzgado de Barcelona. Tras varias sentencias contradictorias, el caso llegó al Supremo, quien es muy claro en su veredicto: los trabajadores deben ser readmitidos en la empresa matriz o bien indemnizados. Airtel (la empresa demandada) había contratado a una compañía de asistencia telefónica para la realización de una campaña de marketing telefónico. Esta compañía, Difusión Telemarketing Grup (DTG), contrató a decenas de trabajadores con salarios medios de 130.000 pesetas brutas mensuales y categoría profesional de telefonistas. Cuando acabó la campaña, los empleados fueron despedidos sin derecho a otro puesto de trabajo en la empresa y sin indemnización. Airtel había facilitado el local para la ubicación de los trabajadores y también el equipo informático y telefónico. Además, controlaba y supervisaba ella misma a los teleoperadores e incluso les imponía sanciones. El Supremo estima que en este caso se ha planteado el problema del ámbito de la cesión de los trabajadores frente a las contrataciones. Así, cuando la contrata se concreta en una prestación de servicios que tiene lugar en el marco de la empresa principal no es fácil diferenciarla de la cesión. Lo relevante en el caso de Airtel, que a partir de ahora creará jurisprudencia en otras demandas de este tipo, es que la empresa de telemarketing nunca se puso 'en juego', según el Supremo, limitándose su actividad a la cesión ilegal de mano de obra.

El sector en cifras

Desde 1996, el telemarketing ha tenido un crecimiento exponencial, llegando a quintuplicar su volumen de negocio.

El 45% de los clientes del telemarketing factura más de 45 millones de euros al año.

Cinco Dias



© CCOO SERVICIOS 2017

Logos y marcas propiedad de sus respectivos autores

Se permite la reproducción total o parcial de todos los contenidos siempre que se cite la fuente y se enlace con el original