



CAMARA DE DIPUTADOS

**LA INDUSTRIA DEL RETAIL EN CHILE
Y EL MODELO WAL-MART**

Alicia Gariazzo

**SECCIÓN DE ECONOMIA
Valparaíso, Septiembre de 2007**

INDICE

I	ANTECEDENTES PRELIMINARES	2
1.1	La Nueva División Internacional del Trabajo	2
1.2	Las Zonas de Procesamiento de las Exportaciones	4
1.3	El Modelo Wal-Mart	6
II	LAS GRANDES CADENAS DE RETAIL EN CHILE	12
2.1	Concentración Económica y Expansión Geográfica	12
2.2	Relación con los Proveedores	16
2.3	Crédito Irrestringido a los Consumidores	18
III	SITUACIÓN LABORAL	25
3.1	Aspectos Generales	25
3.2	El Nuevo Concepto	27
3.2.1	Diferentes Razones Sociales	27
3.2.2	La Subcontratación	28
3.2.3	El Trabajo Infantil	31
3.3	La Competencia de la Dirección del Trabajo	31
3.4	Las Prácticas Antisindicales	33
3.4.1	Restricciones a la Sindicalización	33
3.4.2	Limitaciones a la Negociación Colectiva	34
3.5	Situación de las remuneraciones	35
3.6	Jornada laboral	37
3.7	Derechos Fundamentales	39

I ANTECEDENTES PRELIMINARES

1.1 La Nueva División Internacional del Trabajo

A mediados de la década de los 90 se instala en el mundo una nueva forma de funcionamiento del capital trasnacional como respuesta a la crisis de crecimiento y rentabilidad que lo venía afectando tras el auge de los movimientos sociales de los años 60 y, por consiguiente, por el alto nivel de conquistas logradas en beneficio de los sectores más desposeídos. Una situación que comienza a cambiar a mediados de los años 70 y que culmina con una década de crisis económica internacional, inestabilidad política en los países del Tercer Mundo y reconversión industrial en los países desarrollados.

Frente esas circunstancias, a comienzos de los años 90 la gran empresa decide asegurar su sobrevivencia como tal mediante estrategias de expansión internacional, un amplio dominio de mercados, ventas y producción en gran escala en la industria manufacturera, y una creciente externalización de costos.

Conseguir todo ello requirió de consensos internacionales, legislaciones apropiadas, liberalización de mercados y ampliación de la actividad privada, multiplicando el ámbito de sus negocios y limitando al máximo la actividad empresarial estatal. Esta necesidad del gran capital se fundamentó ideológicamente en lo que se ha llamado “neoliberalismo”, que surge de una crítica profunda al rol que había cumplido hasta ese momento el Estado de Bienestar, llamando a poner término a la injerencia estatal en la economía, restringiendo al máximo sus áreas de influencia en cada país, privatizando el mayor número de actividades y limitando su accionar a las funciones públicas tradicionales y a aquéllas subsidiarias de ayuda focalizada a los más pobres.

La externalización de costos de la industria manufacturera requirió de una drástica reconversión industrial y de una nueva división internacional del trabajo, que se inicia rompiendo con el taylorismo de la cadena de montaje que inmortalizara Chaplin en “Tiempos Modernos” y más tarde con las concepciones de calidad total que levantó la gerencia japonesa, reivindicando la importancia del trabajador y su participación creativa en todas las etapas del proceso, proponiendo un servicio de calidad al cliente, desde el proveedor hasta el consumidor final. Se separa, entonces, la producción de la distribución, el comercio y la administración, mientras que las cadenas de producción se rediseñan con tecnologías intensivas en mano de obra, desmantelando la cadena de montaje y poniendo término a la empresa como recinto que alberga trabajadores controlados por supervisores y

beneficiados por regulaciones inherentes a su condición de asalariados, protegidos socialmente y con estabilidad laboral.

Así, se reduce el número de trabajadores estables, con lo que de paso disminuye la fuerza sindical y las funciones externalizadas dejan a sus trabajadores en una situación de empleo precario.

Las grandes corporaciones mantienen las concepciones de calidad total a nivel de pequeños grupos de dirección, ligados al enaltecimiento de la imagen corporativa y a la Responsabilidad Social Empresarial, concentrándose en la imposición de sus marcas, ahora a nivel mundial, lo que aumentó sus costos de administración y las obligó a disminuir aún más sus desembolsos en otros eslabones de la cadena productiva. El elemento básico de la competitividad a nivel mundial, ya no fue la calidad total, sino el precio del bien final.

De esta manera, las grandes empresas manufactureras de los centros mundiales debieron forzosamente trasladar sus talleres de producción a países y localidades donde pudieran pagar menores salarios, dedicándose en los países de origen a la publicidad y a los diseños de sus productos. Los trabajadores de Europa y Estados Unidos, dada su organización, no aceptaron inicialmente asumir las rebajas salariales ni la precariedad laboral.

Esto comienza a recuperar sistemáticamente el volumen de ventas y las rentabilidades de las empresas trasnacionales, mientras el creciente poder de las más grandes les permite externalizar de modo creciente sus costos a la comunidad. También el dominio de diseños y marcas a nivel mundial les permite aumentar las tasas de ganancia por concepto de propiedad intelectual a través de franquicias y venta de patentes, que se comienzan a cobrar cada vez más rigurosamente a los países receptores de éstas y en la misma medida que se va uniformando, a nivel internacional, el modelo de comercio detallista. De esta manera, los Tratados de Libre Comercio se constituían en una necesidad para los países propietarios del conocimiento que necesitaban asegurar el pago de sus patentes y la defensa de sus marcas¹.

En este escenario, las actividades de producción se van externalizando a zonas deprimidas dentro de los mismos países o a naciones vecinas de menor desarrollo, pero especialmente a contratistas del Tercer Mundo y a sus países

¹ El Mercurio, del 27 de mayo, 2007, publicita una nueva colección de libros: "Grandes Marcas, Casos Prácticos" que ha editado junto a Editorial Planeta y que relata "...los progresos, retos y momentos claves de grande marcas por todo conocidas –como McDonald's, Toyota y Sony...y "cómo han llevado a la práctica de forma provechosa, los conocimientos de gestión, marketing y organización del personal...". Anuncia como el primer libro: "Cultura Nike" y "la forma en que logra transmitir su filosofía corporativa a través de imágenes".

más pobres. Ello no sólo permitió a la empresa pagar menores salarios y seguridad social, sino también liberarse de negociaciones sindicales, huelgas, acusaciones de dumping o malas prácticas, lo que garantizaba la buena imagen de la marca.

1.2 Las Zonas de Procesamiento de las Exportaciones, ZPE.

Bajo esas circunstancias nacen y se multiplican las llamadas Zonas de Procesamiento de las Exportaciones, ZPE, o Zonas Francas, en países de Asia y América Latina, y que, según la OIT, ya llegan a unas 2.700 ZPE en todo el mundo, involucrando a más de 63 millones de trabajadores.

El Banco Mundial las define como “zonas industriales claramente delineadas que constituyen enclaves de libre comercio en lo que hace a los regímenes de aduana y de comercio de un país y donde las firmas extranjeras y nacionales producen principalmente con fines de exportación con un cierto número de incentivos fiscales y financieros”.

Partidarios de las ZPE agregan entre sus ventajas que son centros de continua generación de actividad, atraen cuantiosa inversión extranjera directa, están insertas en mercados globales originando desarrollo y absorben mayor cantidad de mano de obra que los parques industriales tradicionales.² Afirman que están libres de burocracia y ofrecen exenciones de derechos consulares, impuestos al consumo, a la producción, a las ventas y a la renta por las utilidades obtenidas en sus operaciones. No están obligadas a repatriar las divisas, ni a obtener licencias, permisos, registros o autorizaciones previas de importaciones o exportaciones. Las empresas situadas en estas Zonas se trasladan de país cuando terminan los períodos de exención tributaria y, dada la flexibilidad con que operan, los contratistas pueden cambiarse constantemente. Normalmente no deben respetar normas para la disposición de desechos o condiciones laborales; tienen libertad para la subcontratación, para las cargas transportadas al exterior y para la instalación en áreas aisladas, que se constituyen en enclaves con regímenes establecidos al arbitrio de los subcontratistas.

Sin embargo, la característica más distintiva de las ZPE está en los salarios y en sus condiciones laborales. Por ello han recibido la crítica de diversas organizaciones sociales del mundo desarrollado y de organismos defensores de los derechos humanos, quienes cuestionan los “talleres del sudor” (sweatshops), que se ocultan trabajando en empresas sin marca, donde ni los propios

² Definiciones similares se encuentran en diversos textos de los países que cuentan con éstas.

trabajadores conocen la empresa para la que trabajan. Las casas matrices envían los diseños y la materia prima, pero exigen que se cumplan rigurosamente los plazos comprometidas para los diferentes productos y, especialmente, los inmensos volúmenes requeridos para abastecer los almacenes a nivel mundial. Hasta en los países más recónditos es posible encontrar el mismo tipo de negocio, la misma marca de la empresa trasnacional y el mismo diseño de las cadenas cuyos símbolos uniformes observamos por doquier.

Los contratistas de las ZPE suelen ser chinos o coreanos y contratan mujeres menores de 25 años que trabajan en sistemas de internado, ya que las ZPE están generalmente aisladas de los centros urbanos. La vida útil de estas obreras es baja, ya que los ambientes de trabajo se asemejan a campos de concentración, dadas sus condiciones insalubres y de sistemas casi esclavistas.³

Se les prohíbe la formación de sindicatos y existen empresas denunciadas por organizaciones humanitarias, como el caso de Nike en Vietnam, por aplicar castigos físicos a los trabajadores. Es frecuente observar, sin embargo, que después de cada escándalo las empresas involucradas hagan obras de caridad en el Primer Mundo, mejoren su imagen corporativa a través de una agresiva publicidad y reciban luego premios por su Responsabilidad Social Corporativa, aunque continúen con el sistema de producción, puesto que la ventaja y razón de ser de la ZPE es pagar salarios mínimos.

De hecho, los salarios suelen alcanzar sólo para solventar el alojamiento común, el transporte y las comidas que se ofrecen a las entradas de las mismas zonas. Los turnos normales se desarrollan entre las 07:00 y las 22:00 horas, pero algunas noches por semana las obreras deben efectuar horas extraordinarias hasta las dos de la mañana. Los salarios oscilan desde 15 centavos de dólar la hora en países como Indonesia, China y Haití; hasta 50 a 90 centavos la hora en México. Se paga US\$45 mensuales en Hanoi a los obreros vietnamitas y US\$35 en otras ciudades de Vietnam. En los períodos de mayor producción no es infrecuente que se trabaje dos turnos seguidos, lo que les puede dejar dos horas de sueño antes de regresar a la fábrica. En Honduras, se ha informado que cuando los directivos tienen que hacer entregas muy voluminosas en plazos reducidos, inyectan anfetaminas a los obreros para hacerlos trabajar durante maratones de 48 horas.

Hay ZPE mejor organizadas y presentables para las visitas del público y de las organizaciones de derechos humanos, pero la mayoría tiene regímenes como los

³ Algunos informes señalan que más de 100 millones de trabajadores en el mundo lo hacen en diversas formas de esclavitud. www.antislavery.org

descritos, a lo que se adiciona la creación en las poblaciones aledañas de basurales tóxicos, causados por el desecho de solventes y químicos dañinos.

Tanto los productos fabricados como los países que albergan ZPE se multiplican en forma progresiva. Para 2002, ya había 52 zonas en Filipinas con 459 mil personas fabricando microcircuitos de ordenador, unidades de CD ROM de IBM y baterías. Niños de Sumatra fabricaban la ropa de las muñecas Barbie. Allí también se fabrican marcas finas y populares como The Gap, Benetton, Guess, Old Navy, Nike, Reebok, Ellen Tracy, Sasoon, IBM, Samsung, Hyundai, Motorola, Phillips, Sanyo, Microsoft, Wal Mart, Tommy Hilfiger y Walt Disney, entre otras.⁴ Las ZPE de Vietnam producen artículos de vestir y electrónicos, pero el rubro zapatos es el más importante fabricando mayoritariamente para Nike y Reebok en EEUU, Kesko en Finlandia. También se especializan en los animalitos de Disney para Wal-Mart, KMarket, Keyhinge Toys y para que el Mc Donald's los incluya en sus "cajitas felices".

La mayoría de las protestas efectuadas terminan con el despido de los trabajadores y suelen ser motivadas por el no pago de salarios u horas extraordinarias, malas condiciones de ventilación en los talleres, uso de materiales tóxicos, abusos físicos y sexuales y excesivas multas aplicadas por ausentarse, o ir al baño en horas no permitidas. En Vietnam existe el "Bono de Buen Empleado" que se otorga si éste cumplió con los "Ocho No": No vacaciones anuales, No días libres, No día para casarse, No día libre sin permiso, No día para funeral, No día libre por menstruación, No olvidar firmar el ingreso, No ir a almorzar fuera de la fábrica y No tener atrasos. Cada violación de un NO significa una multa monetaria.

En las estaciones peak los trabajadores descansan cada tres domingos y pueden llegar a ganar hasta 65 euros al mes. Normalmente el empleador les da una comida diaria y en la estación peak dos, que en algunos casos se descuentan del salario.

1.3 El Modelo WAL-MART

La cadena norteamericana Wal-Mart es un modelo de esta nueva forma de internacionalización del trabajo. Su producción en el exterior la ha convertido en una de las mayores importadoras en los EEUU. El 26 septiembre del 2003 el Irish

⁴ Se recomienda leer :

-Noreena Hetz, EL PODER EN LA SOMBRA: las grandes corporaciones y la usurpación de la democracia. Planeta, Historia y Sociedad, 2002

-Naomi Klein, NO LOGO: el poder de las marcas, PAIDOS, 2001.

-Klaus Werner y Hans Weiss, EL LIBRO NEGRO DE LAS MARCAS: el lado oscuro de las empresas globales. Editorial Sudamericana, 2003

Independent señalaba que "Si Wal-Mart fuera un país, estaría en un ranking de importaciones superior a Gran Bretaña y Rusia."

Su estrategia de concentrar mercados y de ventas en gran escala ha llegado a dimensiones inéditas en la historia del comercio. Ya en 2002 se convirtió en la corporación más grande del mundo, exhibiendo un capital similar o superior al de 161 economías nacionales y constituyéndose en un paradigma de estudio para el resto de las corporaciones a nivel mundial⁵.

Su estrategia fue irse instalando en pequeñas ciudades en crecimiento, multiplicándose y saturando los mercados locales, puesto que los comerciantes más pequeños no podían competir con sus precios y volúmenes de ventas en gran escala. A 2005, ya contaba con 6.200 locales en el mundo y más de 3.800 en EEUU vendiendo desde casas para las Barbie y bolsos Kathie Lee Gifford a taladros Black and Decker y CDs Prodigy. Actualmente, cuenta con más de 300 millones de clientes a nivel internacional, empleando a más de 1,3 millones de personas en 1.100 tiendas de descuento, 1.900 Supercentros abiertos las 24 horas, formados por la combinación de tiendas de descuento con tiendas completas, peluquerías y bancos; 95 mercados locales y unos 575 Sam's Clubs.⁶

Las ventas de Wal-Mart al 30 de abril de 2007 llegaron a US\$85,4 billones, lo que representó un aumento de 8,3% al mismo cuatrimestre de 2006, cuando las ventas fueron de US\$78,8. En 2005 éstas alcanzaron la cifra de US\$312,4 billones, mientras que las ganancias llegaron a US\$285 billones. Ocupaba en 2005 casi el 1% del total de la fuerza de trabajo de los EEUU y casi el 10% del total del empleo en comercio⁷, dominando el 35% del mercado de alimentos, alrededor del 28% de la venta de medicamentos⁸, el 30% de las acciones de empresas fabricantes de productos de higiene y belleza y entre el 15% y 20% de todos los CDs, DVDs y videos en Estados Unidos. Posee entre el 20% y 30% de las acciones en las compañías Dial, Del Monte Foods, Clorox, Revlon y más de un quinto del negocio de Procter &Gamble, Levi Strauss y Newell Rubbermaid, y controla el 10% de toda la importación estadounidense proveniente de China.⁹

Con ese poder domina el mercado de sus proveedores imponiéndoles bajos precios, la calidad de los productos y el espacio que les adjudicará en sus tiendas,

⁵ Según Fortune/Banco Mundial en 1999, Wal-Mart ocupaba el lugar 25 entre las 100 potencias económicas más grandes del mundo.

⁶ www.walmart.com,

⁷ David Neumark, Junfu Zhang y Stepehn Ciccarella, "The Effects of Wal-Martt on Local Labor Markets, noviembre 2005

⁸ www.walmart.com

⁹ Vivian Nathan, Ecoportal.net, abril, 2005

obligándolos también a externalizar su fabricación a las ZPE, lo que la cadena hace con la producción manufacturera de marca Wal-Mart.

Así, ofrece bajos precios y crea un efecto local de degradación de salarios en otras actividades locales, especialmente en las comunidades más pequeñas donde se produce desempleo debido al éxodo de puestos de trabajo productivo a los países del Tercer Mundo y a la disminución de ganancias en sus proveedores. Un estudio realizado por un economista del National Bureau of Economic Research, usando datos de la empresa y del Gobierno concluyó que en todas aquellas localidades donde Wal-Mart había operado por 30 años se habían reducido los salarios de todos los miembros de la comunidad en un 5%.¹⁰ Otro detallado estudio de los efectos de la instalación de Wal-Mart en localidades¹¹ concluye que este hecho reduce el empleo local en el comercio en un 2 a 4%.

También que los salarios por trabajador disminuyen en un 3,5%. La tienda ofrece empleo, pero baja los salarios, destruye a los pequeños comerciantes locales y obliga a sus proveedores a bajar sus precios lo que degrada los salarios que a su vez paga el proveedor.

A juicio de algunos críticos, desde los días de la British East India Company,¹² la piedra angular del Imperio Británico, no había surgido una corporación que fuera responsable de tanta miseria.

El desempleo que ha creado globalmente en EEUU la externalización de la producción al exterior ha degradado nacionalmente la lucha sindical, mientras que las grandes tiendas están contratando crecientemente trabajadores jóvenes part-time, orientados principalmente al comercio y los servicios, sin contrato de trabajo y por tanto, sin posibilidades de sindicalizarse. Esto ocurre en todas las cadenas de comercio y especialmente en Wal-Mart, fenómeno que a juicio de los expertos en la materia es la contrapartida en el Primer Mundo de la situación de los trabajadores jóvenes contratados sin derechos laborales en las ZPE.

Esta situación permite a Wal-Mart pagar bajos salarios. Pero en sus tiendas se prohíbe también expresamente la sindicalización, se importa trabajadores ilegales del extranjero y el quiebre de decenas de comercios en las localidades donde se instala, ha creado una población desempleada dispuesta a trabajar por cualquier

¹⁰ David Neumark, The Effects of Wal-Mart on Local Labor Markets, 2005

¹¹ David Neumark, Junfu Zhang y Stephen Ciccarella, The Effects of Wal-Mart on Local Labor Markets, noviembre 2005, Internet

¹² Richard Freeman y Arthur Ticknor, "Wal-Mart Is Not a Business, It's an Economic Disease" Richard Freeman and Arthur Ticknor, Executive Intelligence Review, 14 noviembre, 2003

salario, condición en la que Wal-Mart se convierte en muchos casos en su única alternativa.

Para esta empresa la sindicalización es una conducta grave. Ha instruido a sus administradores no contratar trabajadores que alguna vez hayan pertenecido a algún sindicato, y despedir a los trabajadores que muestren indicios de “aptitud sindical”. Cuando un sindicato trata de organizar a un conjunto de tiendas de Wal-Mart, expertos laborales viajan de inmediato desde Bentonville, su casa matriz, a deshacer lo realizado. Se obliga a los trabajadores a asistir semanalmente a clases de relaciones laborales donde la administración les instruye no sindicalizarse y les entrega insignias de solapa que dicen: “Podemos hablar por nosotros mismos”.¹³ En la Guía para el Management instruye a sus administradores impedir la sindicalización con frases como ésta: “Como integrante del equipo de management de Wal-Mart, Ud. es nuestra primera línea de defensa contra la organización sindical. Es importante que Ud. se mantenga siempre alerta para evitar que un sindicato organice a los trabajadores.”¹⁴

Wal-Mart opera campamentos de trabajo esclavo en el extranjero, a través de proveedores, e incluso en su nombre. Uno de los campos más tristemente célebres es la fábrica Daewoosa en Somoa, isla americana en el Pacífico donde 230 trabajadores, la mayoría mujeres jóvenes de China y Vietnam, trabajan en condiciones de servidumbre. Según se informa reciben salarios miserables, son golpeadas, hambreadas, acosadas sexualmente y amenazadas con la deportación si protestan. En febrero de 2003, en una corte de Hawai, el propietario de la fábrica, Kil Soo Lee, fue encontrado culpable de contratación bajo condiciones de servidumbre. La fábrica produce para Wal-Mart bajo la marca Beach Cabana de Wal-Mart.¹⁵

Trabajadores de Bangladesh, China, Indonesia, Nicaragua y Swasilandia demandaron a Wal-Mart en septiembre 2005 por pagar salarios menores al mínimo legal y exigirles trabajar horas extraordinarias sin pagarlas. Algunos plantearon haber sido golpeados por los administradores y encerrados dentro de las fábricas. Una trabajadora de lencería en Dhaka, Bangladesh, denunció haber sido encerrada en una fábrica y no haber tenido días libres en sus primeros seis meses de trabajo. Otro trabajador informó que su supervisor lo atacó golpeándolo

¹³ Basic Family Budget Calculator”, www.epinet.org

¹⁴ The National Labor Committee: putting a human face on the global economy. www.nlcnet.org

¹⁵ Dr Kenneth Stone, “Exploring the Wal-Mart Model”, LERA-Gateway Chapter, University of Missouri-Saint Louis, J.C. Penney Building, 18 abril, 2007 www.lera-gateway.org

en la cara tan fuerte que le sangró la nariz, sólo porque no pudo cumplir la cuota de piezas¹⁶.

El modelo Wal-Mart ha sido ampliamente debatido en EEUU.

Sus partidarios alegan que los precios que cobra son tan bajos que a través de ellos se compensan los efectos de los bajos salarios¹⁷ y que mejores salarios subirían los precios al consumidor.

Sus detractores manifiestan que la dicotomía precios-salarios es falsa ya que los salarios más altos deberían costearse a cuenta de las altas utilidades de la empresa. Además, agregan que los bienes que provee Wal-Mart a bajos precios corresponden sólo a un escaso porcentaje del gasto total de las familias americanas, como comida, ropa, artículos del hogar y muebles, pero el gasto en estos items ha disminuido proporcionalmente en los hogares norteamericanos, mientras ha aumentado el gasto en salud, vivienda y transporte. Por tanto, concluyen Bernstein y Bivens, “la idea de estimular la expansión de Wal-Mart porque entregará beneficios a los norteamericanos más pobres es errónea; una política progresista debería orientarse a abaratar los items importantes del presupuesto de la mayoría de las familias: salud, vivienda y educación”.¹⁸

Según información estadística comprobada, los trabajadores de Wal-Mart ganan un 23% menos que las tiendas que cuentan con sindicato. Un alto porcentaje carece de jornada completa y sólo trabaja como máximo 28 horas a la semana. Más de dos tercios de los trabajadores con jornada completa ganan un salario anual más bajo que la canasta básica de una familia de tres personas. El promedio de una familia de dos personas necesitaba US\$27.948 en 2005 para satisfacer sus necesidades básicas, bastante más de lo que Wal-Mart informa que paga por jornada completa. En 2005 ganaban US\$9,68 la hora, lo que anualmente correspondería a US\$17.114.¹⁹

Diversas instituciones a nivel mundial también han criticado el modelo Wal-Mart. Por ejemplo, el Fondo de Pensiones del Gobierno noruego, con US\$285 billones de activos, está sacando a Wal-Mart de éste, debido al uso de trabajo infantil y a

¹⁶ New York Times, September 14, 2005 . En Informe Anual de Wal-Mart del 2006 expone que la compañía ha enfrentado 57 demandas por salarios y horas extraordinarias. Se han ganado juicios a Wal-Mart, o están en proceso en estados como California, Indiana, Minnesota, Oregón, Pensylvania y Washington . www.nlcnet.org

¹⁷ Jared Bernstein y L.Josh Bivens, THE WAL-MART DEBATE: a false choice between prices and wages. Issue Brief #223, 15 de junio, 2006, Economic Policy Institute, www.epi.org

¹⁸ Bernstein y Bivens op cit, pag 2

¹⁹ David Neumark, The Effects of Wal-Mart on Local Labor Markets, 2005

los abusos sistemáticos que llevan a cabo sus proveedores internacionales en los “sweatshops”.²⁰

El artículo señalado agrega que en el Informe Anual 2006, publicado en marzo de 2007, el Consejo de Ética del Fondo Global de Pensiones del Gobierno concluyó lo siguiente:

“No hay duda que Wal-Mart compra una serie de bienes producidos en condiciones inaceptables. Hay numerosos informes que señalan que en la amplia cadena de proveedores de Wal-Mart hay trabajo infantil, serias violaciones a las regulaciones de la jornada laboral, pago de salarios bajo los mínimos legales, castigos arbitrarios a los empleados, prohibición de sindicalizarse, uso amplio de un sistema de producción que incluye condiciones laborales cercanas al trabajo forzado y encierro de trabajadores en sus locales de trabajo. Todos estos ejemplos representan violaciones a todos los derechos laborales y humanos internacionalmente reconocidos...”²¹

“El Consejo de Ética del Fondo del Petróleo considera un riesgo inaceptable que el Fondo, a través de sus inversiones en Wal-Mart Stores Inc. y en Wal-Mart de México SA, pueda ser cómplice de violaciones sistemáticas a los derechos humanos.

“El Consejo recomienda que Wal-Mart Stores Inc. y Wal-Mart México SA sea excluido de la cartera del Fondo del Petróleo”.²²

El Informe, refiriéndose a las tiendas instaladas en los EEUU, encontró a Wal-Mart culpable de “discriminación a la mujer”, “obstrucción activa a la sindicalización”, “violaciones a la ley en las contrataciones a menores”, “forzar al personal a trabajar horas extraordinarias sin pago” y “uso de trabajo ilegal”.

En la sección referida a los abusos en los “sweatshops” del extranjero, el Consejo de Ética del Gobierno Noruego se basó extensamente en investigaciones del National Labor Committee, NLC, en Honduras, El Salvador, Nicaragua, Bangladesh y China. Las conclusiones de la investigación del NLC han sido corroboradas por otras organizaciones independientes de derechos humanos y laborales y ellas destacan los problemas previamente señalados y comunes a todas las ZPE.

²⁰ Artículo en la web del Comité Laboral Nacional, The National Labor Committee, NLC, www.nlcnet.com, 4 abril, 2007: “Wal-Mart Dumped from one of the World's Largest Pension Funds”.

²¹ Página 27 del Informe 2006

²² Página 3 del Informe 2006

II LAS GRANDES CADENAS DE SUPERMERCADOS EN CHILE

2.1 Concentración y Expansión Geográfica

Las cadenas de tiendas de retail y supermercados, actualmente existentes en Chile, combinan la concentración de la propiedad y la administración con la expansión geográfica de sus establecimientos, incluso a zonas apartadas y deprimidas. El fenómeno de la concentración de la propiedad es una característica común a toda la actividad económica de nuestro país, donde el 1% de las empresas chilenas concentra más del 80% de las ventas totales nacionales.²³

Pese a las exigencias de libertad empresarial y libre competencia, aun consignadas en nuestra Constitución, en los últimos años se ha venido produciendo un acelerado proceso de fusión y concentración de las empresas más grandes por la necesidad de potenciar sinergias y ahorrar costos de administración, lo que consiguientemente lleva a cobrar precios más bajos a los consumidores.

En este aspecto, y también en el aumento sistemático y creciente de sus ventas y rentabilidades, las grandes cadenas comerciales de tiendas y supermercados, se han convertido en una de las aplicaciones del modelo Wal-Mart más exitosa de América Latina, y dentro del país constituyen uno de los sectores más dinámicos de la economía.

Su aporte al PIB en el año 2004 alcanzó a US\$8 mil millones y en 2005 esta cifra llegó a US\$25 mil millones. En el 2006 sus ventas fueron de US\$33.900 millones, lo que significó un aumento de 5,7% en relación a 2005. El índice de ventas generales reales de los supermercados aumentó entre 2001 y el primer semestre de 2006 en 41,6%. Para el ejercicio 2007, se espera una expansión del comercio de 6,7% y de un 6% en 2008.²⁴ Sólo Falabella anotó ventas en 2004 por US\$2.885 millones, lo que representó una expansión de éstas del 47% respecto a las registradas en 2003. Cencosud tuvo ventas por US\$2.475 millones en 2004.

En cuanto a sus rentabilidades, éstas también han sufrido un aumento sistemático. D&S aumentó rentabilidades en 2005 en un 590% llegando a \$37.982,2 millones²⁵, Falabella informó haber ganado en ese año US\$225 millones -un 24% más que el año anterior- lo que la ubicó como el mayor operador de comercio minorista del

²³ Parrao citando La Tercera 17/10/05

²⁴ Para un completo análisis del retail y las tarjetas de crédito se ha usado el análisis 2007 de Rafael Parrao: "Las Tarjetas de Crédito en Chile", profesional de la Sección de Economía de la Oficina de Informaciones de la Cámara de Diputados.

²⁵ Diario Financiero 10/03/2006

país. Cencosud tuvo US\$90 millones de utilidades en 2004, un 11% mayores que en 2003.

En promedio, los grandes actores de las multitiendas -Falabella, Almacenes París, Sodimac, Ripley y La Polar, entre otros- elevaron sus ventas en un 30% en 2004, en tanto los grandes supermercados -D&S y Jumbo, básicamente- las incrementaron en un porcentaje similar, lo que expresa la creciente concentración de las ventas en los grandes operadores.

Al igual que en Wal-Mart, los rubros de mayor venta son los relacionados con la alimentación, vestuario y calzado, los que representan alrededor de un 65% del consumo total de las familias, seguidos por farmacia y perfumería.

El sector genera alrededor de 1,1 millones de empleos, es decir una de cada cinco personas de la PEA está ocupada en este sector económico, formado en un alto porcentaje por jóvenes y mujeres. Alrededor de un 30% de los trabajadores del comercio es menor de 30 años y un 48% de esta mano de obra corresponde a mujeres, cifra superior al 35% promedio del país.

Entre las cadenas dominantes, se destacan Falabella, Ripley y Almacenes París (o París, como es su nueva denominación), a los que deben adicionarse las cadenas de supermercados Líder y Cencosud (Jumbo). Entre las de menor tamaño figuran La Polar, Corona, Tricot, Johnson's, Hites y ABC-DIN. No debe obviarse el poder controlador de las tres cadenas de farmacias predominantes, a saber, Ahumada (FASA), Cruz Verde y Salcobrand que controlan prácticamente la totalidad del mercado de medicamentos y artículos de tocador.²⁶

La industria continúa el proceso de concentración y expansión geográfica, con dos actores principales: los hipermercados D&S con un 32,92% de las ventas y Jumbo con 21,4%; es decir, entre ambas suman el 54,32% de éstas. Las adquisiciones de Santa Isabel y Las Brisas por Jumbo y Carrefour por D&S, ejemplifican dicho proceso, así como la asociación de esta última con Supermercados Independencia de la ciudad de Rancagua.

Estas cadenas forman parte o constituyen grandes centros comerciales o malls que, cuando se instalan en las diferentes regiones del país, ven decrecer y morir toda la pequeña actividad comercial aledaña y la tendencia inevitable es el aumento de su participación en el comercio del área y el desaparecimiento definitivo de los comercios más pequeños.

²⁶Rafael Parrao, op cit

En materia de cobertura, abarcan de modo creciente un mayor número de items, como vestuario, bicicletas, línea blanca e introducen marcas propias, creando departamentos especiales para computación y bienes electrónicos, además de expandirse hacia áreas nuevas, como el corretaje de seguros y las agencias de viajes.

Falabella, controlada por las familias Solari, Cúneo y Del Río, es actualmente el líder indiscutido de las tres grandes tiendas, con una participación de mercado cercana al 43% del total de las ventas combinadas. Además, controla la cadena Sodimac-Homecenter de tiendas de equipamiento y mejoramiento del hogar y ha lanzado su propio Banco. No obstante, al momento de incluir a las cadenas más pequeñas, como La Polar, Johnson's e Hites, su participación baja a 30%, mientras que Ripley y Paris representan el 22% y el 21%, respectivamente.

La expansión ha traspasado las fronteras nacionales, construyendo o adquiriendo locales en países vecinos. Falabella tiene 32 tiendas en Chile, ocho en Perú, a través de la cadena San Francisco y de los supermercados Tottus, siete en Colombia y cinco en Argentina. Cencosud es la segunda cadena supermercadista en Argentina.

La cadena Ripley, de propiedad de la familia Calderón, es un participante relativamente nuevo, sin embargo, ya opera 28 tiendas en Chile y siete en Perú, y también posee una institución bancaria. El 2002, logró destronar a París, arrebatándole el segundo lugar en cuanto al orden de importancia, dentro del grupo de las grandes multitiendas.

Durante el año 2004, las inversiones del sector comercio en el exterior totalizaron US\$535 millones, equivalentes al 34% del total de lo invertido en el extranjero. Cabe destacar que esta cifra es cerca de cinco veces superior a lo observado durante la primera mitad de los años 90.

En Perú, que es el mercado externo en que las tiendas por departamento chilenas han tenido el mayor éxito, Falabella y Ripley están disputando el liderazgo, con ventas muy similares. En la práctica, Falabella opera en Argentina y Perú, con posibilidades de expandirse a Brasil y Colombia. Ripley tiene operaciones en Perú y anuncia su interés en el mercado argentino. Cencosud (Jumbo, Easy, París) tiene sucursales en Argentina; FASA (Farmacias Ahumada) opera en Perú, México y Brasil.

En los últimos años, La Polar, tras ser rescatada de la quiebra en 1999 por el Fondo de Inversiones Southern Cross, ha diversificado su oferta de productos y

duplicado su participación de mercado. En septiembre de 2003, la cadena, que actualmente opera 23 tiendas, obtuvo cerca de US\$32 millones, mediante su apertura a la bolsa, con la que superó todas las expectativas, logrando una demanda muy superior a la oferta.

A esta expansión geográfica se adiciona otra en materia de productos y servicios ofertados. Así, los supermercados e hipermercados han incorporado artículos de jardinería, camping y muebles. Las tiendas por departamento han incorporado secciones de libros, agencias de turismo, seguros y cafeterías. Las farmacias cuentan con línea blanca y regalos.

En mayo 2007, Falabella y D&S decidieron la fusión de ambas en un nuevo holding que reunirá las unidades de negocios de ambos grupos. La participación del nuevo conglomerado será de un 77% para los actuales accionistas de Falabella y de un 23% para los accionistas de D&S. La fusión se materializará en 60 días, contados a partir de mediados de mayo, 2007, luego de cumplirse algunas condiciones.

Luego de la fusión se contará con una empresa que tendrá ventas de comercio detallista cercanas a US\$8.000 millones, una EBITDA²⁷ de US\$1.000 millones (11,4%) con una capitalización de mercado por sobre los US\$15.000 millones.²⁸ En Chile habrá, entonces, 121 supermercados, 46 tiendas, 63 homecenters y 72 farmacias.²⁹

Las principales sinergias de esta transacción consideran la integración de las operaciones de Tottus a la eficiente red de distribución de D&S y el potencial para esta última empresa de acceder a mercados internacionales, donde ya opera Falabella.

De esta manera, la nueva compañía se convertirá en el primer grupo de retail en Chile y Sudamérica, y el segundo a nivel latinoamericano, después de la mexicana Walmex, de Wal-Mart, y será el mayor operador de tarjetas no bancarias del país con más de seis millones de plásticos activos en circulación. Con Cencosud concentrará más del 80% del retail nacional.³⁰ En sus manos quedará Falabella, Supermercados Lider, Tottus y San Francisco, Sodimac, Mall Plaza, las farmacias Farmalider y las tarjetas CMR y Presto.

²⁷ EBITDA= Earnings Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortizations.

²⁸ Larrain Vial , Falabella y D&S: Megafusión, www.larrainvial.com

²⁹ Darío Zambra, **Megafusión en la Mira**, La Nación Domingo, 27 mayo, Tema del Domingo

³⁰ Darío Zambra, **Megafusión en la Mira**, La Nación Domingo, 27 mayo, Tema del Domingo

Al igual que Wal-Mart, estas grandes cadenas cobran precios al consumidor extraordinariamente bajos, especialmente en vestuario y artículos para el hogar, no así en alimentos, lo que es posible gracias a sus operaciones en gran escala, que implican enormes volúmenes de ventas.

2.2 Relación con los Proveedores

La elevada participación de los supermercados en el total de las ventas, unida a su proceso de concentración, particularmente en manos de dos actores, coloca a los hipermercados en una situación privilegiada respecto a sus proveedores, la mayor parte de ellos pequeñas empresas con débil organización gremial.

Ante esta crítica las gerencias señalan que sus proveedores están agrupados gremialmente en la AGIP³¹. D&S, a su vez, sostiene que del total de ventas en abarrotos efectuado en los supermercados Líder, un 51,02% corresponde a las empresas agrupadas en AGIP. Sin embargo esta organización representa sólo el 1,43% de los proveedores, estando conformada por 29 grandes empresas, la mayoría trasnacionales.³²

Las grandes tiendas y supermercados determinan los precios a pagar a los proveedores, reciben su mercadería a consignación, les aplican gastos de administración, publicidad y ubicación en los escaparates, les descuentan en los pagos los costos de las rebajas, liquidaciones o promociones, e incluso de aquéllos vinculados a derrames, pérdidas, antigüedad, obsolescencia o desestacionalidad cuando el producto no se vende.

Se estima que entre el 20% y el 25% de los ingresos de los supermercados proviene de los pagos que reciben de sus proveedores.

Dentro de los proveedores, sólo los más fuertes pueden sobrevivir. Una aclaración en cartas al Director, El Mercurio del 20/10/2005, indica que 850.000 trabajadores han quedado cesantes en empresas de menos de 10 personas en los últimos 5 años.

Según un proveedor de la cadena de las familias Cúneo-Solari y Del Río, "Cuando abren un nuevo local, nos mandan una factura para financiarlo, sin consultarnos. Y cuando se les ensucia la mercadería la devuelven sin más. Es

³¹ Asociación Gremial de Industrias Proveedoras

³² Hugo Fazio, Carta Económica, septiembre 2006, Centro de Estudios Nacionales de Desarrollo Alternativo, CENDA, Internet

tremendo, pero uno tiene que aguantar y agachar el moño, porque si no nos quedamos sin nuestros principales clientes.”³³

Por otra parte, los pagos por la mercancía comprada, se hacen hasta a 90 días, sin intereses, lo que constituye otra fuente de financiamiento dado que el supermercado realiza sus ventas en un alto porcentaje al contado, o a crédito con altos intereses. Aunque, se informa que LÍDER hace poco comenzó a rebajar el plazo de pago de facturas a 30 días y que esto podría quedar estatuido para todas las cadenas.³⁴

Si el proveedor no acepta determinada condición es castigado por el supermercado o gran tienda con el retiro del producto de las góndolas durante semanas, lo que es grave en el caso de productos perecibles. La iniciativa de organizaciones de proveedores para definir un acuerdo de buenas prácticas en las transacciones comerciales ha sido rechazada por las cadenas supermercadistas, que no reconocen la existencia de estos traspasos de excedentes.

En 2004, el Tribunal de la Libre Competencia, TDLC, investigó a Lider y Jumbo por imponer malas condiciones a los proveedores y se les obligó a terminar con dichas prácticas. Falabella fue investigada por la Fiscalía Nacional Económica en 2006 acusada de presionar a un grupo de empresas proveedoras de tecnología.

En el último Informe Semestral de las PYME, se indica que la mayor dificultad que enfrenta el sector no son las deudas tributarias y previsionales, sino las condiciones que imponen los grandes clientes.³⁵

Por otra parte, al igual que Wal-Mart, las cadenas compiten con sus proveedores desarrollando la producción de marcas propias, alcanzando en algunos pocos mercados una posición mayoritaria, como acontece con los limpia vidrios (34,94% del total) y con vegetales en conserva (32,44%). En fideos tienen un 15,70%, en papel higiénico 16,58% y en bebidas gaseosas 13,34%.³⁶ Globalmente, el porcentaje mayoritario es el de las empresas reunidas en AGIP.³⁷

³³ Un proveedor que no quiso dar su nombre y citado por Darío Zambra en Megafusión en la Mira, La Nación Domingo, 27 mayo, op cit

³⁴ Darío Zambra, **Megafusión en la Mira**, La Nación Domingo, 27 mayo, Tema del Domingo

³⁵ Darío Zambra, op cit

³⁶ Rafael Parrao, op cit

³⁷ Hugo Fazio, CENDA, Internet

Porcentajes de Participación en Ventas de AGIP y Marcas Propias

Producto Propias	Proveedor	%	%Marcas
Pisco	Capel y CCU	96,12	1,19
Hojas y máq. de afeitar	Gillette	75,81	1,57
Snacks	Evercrisp	72,84	7,66
Café	Nestlé	72,00	3,08
Papel higiénico	CMPC	70,75	16,58
Bebidas gaseosas	Andina y CCU	81,66	13,34
Fideos	Carozzi	44,06	15,70

Fuente: AC Nielsen, usada por Hugo Fazio, op cit, CENDA

2.3 Crédito Irrestricto a los Consumidores

Otro elemento que estimula la venta de productos a bajos precios, especialmente bienes manufacturados textiles, ropa y vestuario, es el alto costo del crédito aplicado a aquellos consumidores que no pueden comprar al contado y que no cuentan con tarjetas de crédito bancarias.

D&S y Falabella lideraron los montos transados de las tarjetas de créditos no bancarias en el trimestre octubre-diciembre 2006 según datos de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras³⁸, como se puede ver en el siguiente cuadro y donde la participación de ambas llega al 56,99% con \$77.479 millones.

Operaciones con Tarjetas de Crédito no Bancarias. Trimestre oct-dic 2006

Emisor u Operador	Transacciones	Participación	Utilidades \$
Visa	24.701	0,03	-252
Prestode D&S	21.895.382	30,70	15.186
Cencosud *	11.069.578	15,52	39.621
Tarjeta DIN	2.335.096	3,27	7.497
Tarjeta ABC	978.099	1,37	-2.221
Ripley	9.398.434	13,18	33.848
Xtra	146.751	0,21	-544
CMR Falabella	18.749.774	26,29	62.293
Johnson's	2.495.799	3,50	19.739
Tarjeta Dorada La Polar	4.235.048	5,94	10.279

Fuente: SBIF *Cencosud incluye Paris, Easy, Jumbo, Tur Bus Card y Ripley.

³⁸ La Tercera, 9 mayo, 2007

Cabe recordar que hasta hace poco tiempo atrás, y a diferencia de la banca tradicional, las tarjetas de crédito de las multitiendas y supermercados no tenían techo respecto a las tasas de interés. Una situación que fue frecuentemente comprobada por los estudios del Servicio Nacional del Consumidor. En la actualidad, las tarjetas de emisores no bancarios cuyo monto total de pagos anuales a entidades afiliadas no relacionadas sea igual o superior a un millón de UF, se encuentran limitadas por la circular N° 17 de la SBIF, que precisa que “el estricto apego al cumplimiento de la tasa máxima convencional exige que los emisores no excedan la correspondiente tasa de interés según diversos tramos o apertura de la tasa de interés corriente y máximo convencional”.

De acuerdo con la información publicada por SBIF durante 2006, las tarjetas de las cadenas comerciales generaron una utilidad a los 10 emisores por \$184.445 millones, es decir US\$355 millones y ello es posible dadas las altas tasas de interés y comisiones que las tiendas cobran por éstas.³⁹

Es por esto que las tiendas prácticamente obligan a los consumidores a tener tarjeta de crédito, amarrando a éstas promociones y rebajas o vinculándolas a otras compras. Las posee casi el 80% de la población consumidora y pagan tasas de interés anuales de entre 40 y 60%. Las cadenas reciben del sistema financiero créditos con tasas de interés como máximo de un 7% anual. Por lo tanto, aunque estas cadenas no vendieran nada, ya tendrían ganancias sólo por el costo del dinero. “Cuando hay grandes tiendas -como señaló en su homilía del 11 de septiembre el capellán de La Moneda, Percival Cowley- que cobran intereses usureros, no es posible guardar silencio...”.

Para comprobar lo que significa el costo del crédito el SERNAC hizo un estudio cuyo cuadro siguiente grafica la situación.

Costo del Crédito para \$30.000 en vestuario

Empresa	Costo total \$	Incremento sobre precio contado
Corona	59.729	99.1%
Falabella ⁴⁰	42.720 o 46.992	42.4% o 56.6%

³⁹ La información acerca de tarjetas de crédito de esta sección corresponde al estudio de Rafael Parrao, op cit, “Las Tarjetas de Crédito”, Sección Economía, Oficina de Informaciones.

⁴⁰ Los primeros valores señalados en la información de esta empresa considera cobro de UF 0.0322 por servicio de administración de la línea de crédito, cupo superior o igual a \$400.000; el segundo valor corresponde a cobro de UF 0.0516 por servicio de administración de la línea de crédito, cupo inferior a \$400.000.

Hites	54.008	80.0%
Johnson's	58.391	94.6%
Jumbo	43.944 o 49.884	46.5% o 66.3%
La Polar	46.100	53.7%
Líder	49.044 o 58.524	63.5% o 95.1%
París	41.784 o 47.724	39.3% o 59.1%
Ripley	49.884	66.3%
Tricot	52.212	74.0%

Fuente: SERNAC, www.sernac.cl

Las tarjetas de crédito de casas comerciales y supermercados realizan cobros por administración y mantención. Todas las tarjetas consideradas en este análisis aplican cargos fijos que fluctúan entre los \$495 mensuales o \$5.940 anuales y \$1.706 mensuales o \$20.472 anuales. Así mismo, la mitad de las tarjetas efectúan cargos por cada transacción o compra realizada.

Esta expansión crediticia tiene su contraparte en el endeudamiento doméstico. Las estadísticas demuestran que la deuda de los hogares chilenos continua creciendo, a un ritmo mayor que el de sus ingresos. De acuerdo a cifras del Banco Central, los compromisos con créditos de diversa especie representaban, en promedio, en 2005, el 58% de los ingresos anuales de una familia, cifra que es bastante superior al 30% de fines del 2001. Esto significa que la carga financiera (la cuota mensual del sueldo que se tiene comprometido en deudas) es del 58%, reflejando que los compromisos financieros aumentan a un mayor ritmo que el ingreso disponible.

El crédito a las familias, en general, ha pasado de 18,5% del PIB en 2000, a un 22% en el 2006. En su Informe de Estabilidad Financiera, el Banco Central informó que, a diciembre de 2006, los préstamos a hogares representan cerca del 25% de los activos bancarios. De ese total, cerca del 60% corresponde a créditos hipotecarios para la vivienda, a préstamos para consumo y el resto al uso de tarjetas de crédito y sobregiros de cuenta corriente.

Con ello, la deuda total de las familias se expandió un 17% real en 2006, alcanzando un monto estimado de \$23.200 millones. Su crecimiento real anual ha fluctuado entre 15% y 18% en los últimos tres años considerados.

Aunque su orientación primitiva fue netamente comercial, enfatizando la alta rotación de inventarios y la mantención de elevados índices de liquidez (privilegio del pago al contado), desde la década del 1980 el negocio del retail fue derivando hacia la venta a crédito y la obtención de ingresos adicionales por intereses y comisiones. Es decir, se evolucionó desde la actividad comercial hacia la financiera.

Importancia de las colocaciones con tarjetas

Colocaciones con tarjetas	% de importancia con respecto a	
	Colocaciones totales	Consumo
\$ 575.527 millones	1,10%	8,54%

Fuente: Rafael Parrao, op cit, basándose en Diario "La Tercera", pág. 32 (05.04.2007)

Se calcula que unos dos millones de chilenos cuentan con tarjetas CMR emitidas por Falabella, cifra que contrasta con el nivel de penetración de las tarjetas de crédito de Banco Santander-Santiago, que no llega al millón de usuarios. Según Celfín Corredores de Bolsa, más del 60% de las compras en las tiendas Falabella y negocios relacionados se realizan con esa tarjeta.

El grupo de empresas Cencosud, ingresó al negocio financiero el año 2005. En la actualidad posee el Banco Paris y la tarjeta de crédito de tiendas Paris. Se calcula que unos 200 mil clientes de la tarjeta Paris ya operan con cajeros automáticos del Banco Santander Santiago, de acuerdo con una alianza estratégica entre la multitienda y la entidad bancaria más grande del país, otorgando avances en efectivo por montos sobre US\$30 millones. Por su parte, el Banco Paris ya cuenta con 71 mil clientes en préstamos de consumo. De hecho, en noviembre del 2003, Almacenes Paris compró los activos financieros y sucursales de Santiago Express, la división financiera para consumidores del Banco Santander Santiago, con lo cual el Banco París tuvo la ventaja de comenzar con una participación ya establecida en el mercado financiero para consumidores, estimada en aproximadamente 2,8% y 32 oficinas a lo largo del país. Por su parte, la tarjeta "Jumbo Más" ingresó el año pasado al negocio financiero, otorgando también avances en dinero a través de los cajeros automáticos del Banco Santander

Santiago. Para el ejercicio pasado esperaba otorgar avances con este medio por un total de US\$10 millones.⁴¹

Según su gerente comercial, el éxito de La Polar se sustenta significativamente en el área de servicios financieros. Los usuarios de la tarjeta de la tienda han aumentado de 280.000 en 1999 a 1,4 millones, y la compañía esperaba llegar a los 2 millones de clientes, en el 2006.

Con el correr del tiempo, Falabella y Ripley han pasado de las tarjetas de cliente a abrir sus propios bancos, direccionándose a un nicho de mercado con consumidores de menores ingresos que tienen escaso acceso al crédito bancario tradicional. Los bancos para consumidores son excelentes para las tiendas por departamento, pues son negocios muy baratos de operar y tienen altos retornos en ingresos por concepto de pagos de intereses. El riesgo de no pago, habitualmente considerado alto en los grupos de menores ingresos, ha sido mucho más bajo de lo esperado.

La participación en el mercado, de estos bancos para consumidores, es todavía pequeña, sin embargo, en septiembre de 2006, el Banco Falabella informó un retorno anual sobre capital y reservas, antes de impuestos, de 32,6%, el tercero más alto del mercado y muy por sobre el promedio de 21,4% del sector.

De acuerdo con Larraín Vial, en 2003 los servicios financieros representaron el 20% del ingreso de la Polar y el 8%, en el caso de Falabella. La cifra más baja de Falabella se puede explicar debido a que tiene muchas más divisiones comerciales. No obstante, sobre la base de los ingresos antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA), la cifra de ambas compañías se acercó al 40%.

En ese escenario, los bancos tradicionales están comenzando a apuntar a los grupos de menor ingreso, creando o adquiriendo las tradicionales Financieras, en un intento por recuperar parte del terreno perdido, actualmente a merced de los bancos de Falabella y Ripley. Pero es posible que la tarea no sea fácil, debido a los lazos de fidelidad que las tiendas por departamento han establecido con sus clientes.

En el año 2005 fueron investigadas las tasas de interés aplicadas en el mes de abril en las ventas a crédito de 18 sucursales de 6 casas comerciales de Santiago, concluyéndose que seis de aquéllas presentaban un interés que sobrepasaba

⁴¹ Ver Rafael Parrao, op cit

notoriamente la tasa máxima convencional a que debían someterse los créditos (3,44%).

En diciembre del año 2006, SERNAC efectuó un nuevo estudio orientado a identificar y comparar el costo de tenencia y uso de las tarjetas de crédito de multitiendas y casas comerciales de Falabella, París, Ripley, Hites, La Polar, Corona, Tricot, Johnson's, ABC y DIN. Se eligió una fecha sensible para el sector comercio, pues en las festividades de fin de año se juegan el 30% de las ventas anuales.

En esa oportunidad, se determinó la magnitud del costo asociado no sólo al crédito solicitado, sino también a la mantención de una tarjeta de crédito. Entre estos últimos cobros figuran: *Por apertura y/o renovación de líneas de crédito*⁴², *Por administración y/o mantención anual de líneas de crédito.*, a través de una comisión fija mensual, o anual, como es el caso de Falabella, París y Corona o una comisión por compra o transacción, con topes máximos anuales, que fluctúan entre UF3,95 (La Polar) y UF35 (Hites y Ripley), *Avances en efectivo* que oscilan entre \$1.190 (Corona) y \$19.004 (Johnson's) y *Otros cobros expresamente aceptados por el consumidor*, como el seguro de desgravamen, que fluctúa entre \$210 (La Polar) y \$403 (Corona), lo que arroja una diferencia porcentual de 91,9%.

Comisión por administración y mantención anual máxima \$

Tarjeta	Cobro máximo (\$)
Falabella (B)	7.080
París	11.880
Falabella (A)	11.927
La Polar	72.568
Corona	73.487
Johnson's	174.531
ABC	180.961
Din	180.961
Tricot	275.575
Ripley	643.007

⁴² Aunque aún no se cobran

Hites	643.007
-------	---------

Fuente: SERNAC, 2006

Haciendo una comparación práctica en el uso y tenencia de las tarjetas de crédito un estudio del SERNAC⁴³ evidenció que si un consumidor realiza 3 compras mensuales a crédito por un total de \$100.000, sólo por concepto de intereses pagaría un mínimo de \$18.050 y un máximo de \$26.457, según la tarjeta de crédito que utilice.

En materia de comisiones, el mismo comprador pagaría \$7.080 en la tienda con menor costo, y \$ 73.689 si utiliza separadamente las tarjetas de las tres multitiendas más caras.

En total, por comprar \$100.000, en el caso más barato tendría que pagar \$25.130, más de un 25% (\$7.080 en comisión y \$18.050 en interés) y usando tres tarjetas de las tiendas más caras, desembolsaría \$100.146 por el crédito, más del 100% de su compra (\$73.689 en comisiones y \$26.457 en interés).

III SITUACIÓN LABORAL

3.1 Aspectos Generales

Las cadenas nacionales señaladas pagan directa o indirectamente salarios bajos, externalizando a la comunidad costos laborales, de seguridad social, de desechos y desperdicios.

En primer lugar, sus proveedores externalizan al extranjero su producción para poder cobrar los precios que se les determinan. Lo mismo hace la cadena directamente. Es así, como la mayor parte de los bienes no alimentarios que comercializan es importada desde China, India, Indonesia y otros países de Asia o América Latina y producida en las ZPE ya descritas.

La mercadería fabricada en Chile se externaliza, tanto por las cadenas directamente como por sus proveedores, con el sistema de “trabajo en el domicilio”, que constituye una de las formas de trabajo precario en el posfordismo⁴⁴. Tal como ocurre en el caso de la externalización a las ZPE, aquí se

⁴³ www.sernac.cl

⁴⁴ María Emilia Tijoux, La Invisible Explotación: trabajo a domicilio en Chile, Escuela de Sociología, Universidad ARCIS, febrero 2001

divide la producción de la empresa y se establecen relaciones de producción con entidades externas, con talleres o trabajadores a domicilio independientes, mediados generalmente por un subcontratista. Con ello, el gran empresario abarata costos y desplaza los riesgos hacia unidades de negocios más pequeñas. Los trabajadores reciben pago por lo que producen, sin contemplarse feriados, vacaciones, horas extra, contratos de trabajo, seguro por accidentes, licencias, indemnizaciones, previsión. La empresa se ahorra los tiempos muertos y evita los pagos de capital fijo, es decir, maquinaria, equipos, herramientas y otros servicios necesarios para trabajar, como también la energía, la manipulación de los desperdicios y el costo de los errores del trabajador.⁴⁵

El trabajo a domicilio⁴⁶ en Chile se asocia generalmente a la industria manufacturera⁴⁷. En 1998 se detectaba la existencia de casi 100.000 trabajadores en esas condiciones. En efecto, según información de la encuesta CASEN, en 1998 había 95.254 hombres y 145.966 mujeres que desempeñaban un trabajo en su vivienda, lo que representaba un 8,1% de la fuerza de trabajo femenina y un 2,6% de la fuerza de trabajo masculina.⁴⁸

Un estudio desarrollado por el Centro de Estudios de la Mujer y el SENCE ⁴⁹ concluye que la mayor parte del trabajo a domicilio es efectuado por mujeres, las que tienen edades entre 30 y 59 años, ingresos familiares hasta \$200.000 mensuales y en algunos casos hasta \$300.000. Sus actividades se enmarcan dentro de la industria manufacturera, servicios y comercio.

El trabajo a domicilio se caracteriza por ser muy irregular a lo largo del año, siendo mayor la inestabilidad en aquellas mujeres que trabajan por cuenta ajena. Sus jornadas laborales muestran bastantes variaciones, siendo las más largas, de 9 horas diarias, quienes trabajan de modo independiente y por encargo simultáneamente. También se observó que sólo el 15,5% de las mujeres entrevistadas cotizaba en una AFP, mientras que el 65% lo hacía en el sistema de salud. Datos de la CASEN confirman esta situación, pues el 82% de las trabajadoras y el 72% de los trabajadores por cuenta propia no cotizan en el sistema previsional. Tampoco lo hacen el 80% de las mujeres y el 61% de los

⁴⁵ En Chile la industria del calzado, entre 1978 y 1980, vendió sus maquinarias a los trabajadores para "que se instalaran por su cuenta". Posteriormente, les externalizó la fabricación.

⁴⁶ Esta información ha sido extraída del estudio "La Distribución del Ingreso en Chile", de Alicia Gariazzo y Rafael Parrao, realizado en 2003. Sección Economía, Oficina de Informaciones. Para mayor profundidad en el análisis, esta información debería actualizarse. Es probable que esté disminuyendo el trabajo fabricado en Chile en comparación con el externalizado a las ZPE.

⁴⁷ Helia Henríquez, Verónica Riquelme, José Luis Ugarte, Dirección del Trabajo, 2001, "¿Un nuevo trabajo a domicilio?", Internet

⁴⁸ En total, por lo tanto, había 241.220 trabajadores a domicilio. El SENCE considera que el 41,7% de estos trabajadores se dedica a la manufactura lo que corresponde a la cifra de 100.000 trabajadores.

⁴⁹ Centro de Estudios de la Mujer, SENCE, "Caracterización del trabajo a domicilio y mujeres", 2003.

hombres que laboran por cuenta ajena. En todo caso, esta desprotección de la seguridad social se relaciona con una ausencia similar de contratos de trabajo. Según denuncias de los trabajadores de estas cadenas están predominando los contratos part-time y peak-time sobre los indefinidos, se ha rebajado salarios, se trabaja extensas jornadas, los empaquetadores hacen algunos trabajos gratuitos para los supermercados, hay cambios unilaterales de turnos y obstáculos a la sindicalización.

3.2 El Nuevo Concepto de Empresa

3.2.1 Diferentes Razones Sociales

La empresa moderna ha instaurado una nueva organización del trabajo a nivel internacional a fin de aumentar su competitividad, donde las grandes cadenas de supermercados constituyen paradigmas de modernización laboral. En el plano local y en Chile se destacan los siguientes aspectos que constituyen la expresión de estas nuevas formas de organización. Estas son: el uso de varias razones sociales para un mismo giro, la subcontratación de personal, la amplia externalización de funciones y la apropiación de los excedentes de proveedores que deben pagar por el servicio de venta a consignación.

Las diferentes razones sociales implican permanentes operaciones de traslado de capital y, especialmente de trabajadores entre unas y otras, lo que produce inestabilidad laboral y dificulta la organización sindical.

Desde el punto de vista de la administración de estos grandes conglomerados del comercio detallista, las diferentes razones sociales sólo corresponden a la historia de la creación de cada holding que, normalmente se ha ido constituyendo en el tiempo por la agregación de negocios de comercio más pequeños. También al hecho de que el holding agrupa diferentes unidades de negocios, como por ejemplo el negocio inmobiliario o financiero junto al del retail o, en algunos casos por razones tributarias lo que no es ilegal.

En efecto, las cadenas de supermercados e hipermercados conforman un mismo negocio, tienen la misma imagen corporativa y marca comercial y operan bajo la coordinación y dirección de la oficina central del holding. Especialmente en lo referido a políticas de administración de personal, en todos los supermercados e hipermercados de cada holding se encuentran las mismas medidas, decisiones y procedimientos internos de control laboral, algunos de aplicación centralizada directamente desde la misma oficina central del conglomerado, tales como el

sistema de registro de asistencia, la capacitación, el sistema de pago a través de chequera electrónica y el uniforme.

Sin embargo, los trabajadores de una misma cadena de supermercados no pueden agruparse en una sola organización sindical y tienen negociaciones colectivas por grupos, en diferentes acuerdos formales e informales, en los que la misma unidad económica negocia varias veces lo mismo con varios sindicatos y grupos de trabajadores.

Los trabajadores consideran que de acuerdo a la definición de empresa en la ley laboral la fragmentación de razones sociales los perjudica, debilita su organización y defensa de los derechos laborales y produce una injusta asimetría en ello: mientras el trabajador sólo puede reivindicar sus derechos ante una sola razón social, la empresa que lo emplea puede libremente transformarse, fusionarse, dividirse o filializarse ilimitadamente, buscando el mejor formato jurídico que convenga a su ganancia.

3.2.2 La Subcontratación

Asociado a la fragmentación de razones sociales se encuentra el problema derivado de las variadas formas que adopta la subcontratación de faenas propias del giro en supermercados e hipermercados. Es común la subcontratación de proveedores, promotores, bodegueros, reponedores, vendedores y empaquetadores que se desempeñan en un mismo supermercado pero responden formalmente a distintos empleadores.

Las dificultades que enfrentan los trabajadores subcontratados del sector son similares a las que se observan en otros sectores de actividad económica: cadenas productivas tan extendidas que diluyen la responsabilidad laboral de las empresas principales, peores condiciones de seguridad para los trabajadores subcontratados, abuso de la subcontratación para ocultar una subordinación directa de los trabajadores subcontratados a la empresa principal y subcontratación de faenas propias del giro principal con sueldos notoriamente más bajos para los trabajadores subcontratados.

La reciente ley 20.123 sobre trabajo en régimen de subcontratación y empresas de servicios transitorios apuntó a resolver los dos primeros problemas; nada dijo de los demás. La competencia de la Dirección del Trabajo para calificar jurídicamente el trabajo subcontratado ha sido cuestionada en algunos fallos judiciales y ninguna norma obliga a pagar a las empresas contratistas igual salario que a los

trabajadores directos de la empresa principal, incluso si realizan las mismas faenas y en las mismas dependencias.

Propuestas:

1) Derogar última frase del concepto legal de empresa del artículo 3º del Código del Trabajo (“...dotada de una individualidad determinada”).

Con esta propuesta se otorgaría más eficacia a los derechos laborales de los trabajadores empleados en holdings o grupos de empresas.

El principal reparo a esta iniciativa es el riesgo de que con ella se permita la negociación supra empresa. En realidad, incluso la derogación del concepto de empresa del código laboral no tendría como consecuencia obligar legalmente a empleadores a negociar supra empresa; existen prohibiciones y obstáculos legales específicos que la impiden.

2) Establecer nuevas normas con medidas judiciales específicas a adoptar frente al subterfugio laboral de ocultar, disfrazar o alterar la individualización del empleador o su patrimonio (Art. 478 incisos segundo y siguientes del Código del Trabajo)

Para hacer más eficaz la acción judicial frente a casos de subterfugio laboral, se pueden incorporar al artículo del Código del Trabajo que regula tal ilícito, normas especiales que garanticen su detección y corrección judicial:

- Obligación legal de la Inspección del Trabajo de denunciar al tribunal competente las situaciones de subterfugio laboral que conozca o constate, y acompañar a dicha denuncia el informe de fiscalización, para que éste determine cuál es el verdadero empleador;
- Señalar que podrá hacerse parte en este juicio cada trabajador afectado, la o las organizaciones sindicales afectadas o a las que estén afiliados los trabajadores afectados, así como la Inspección del Trabajo;
- Establecer claramente por ley las medidas que debe tomar el juez que constata un subterfugio laboral para corregir sus efectos nocivos.⁵⁰ Por ejemplo, que en plazo determinado por el juez el verdadero empleador ponga por escrito los

⁵⁰ Esta propuesta sigue el esquema ya establecido en el juicio especial de tutela de derechos fundamentales en el trabajo (Art. 495 Ley 20.087):

contratos de trabajo de los trabajadores involucrados en el subterfugio laboral, indicando expresamente la fecha de ingreso a trabajar para el empleador, bajo apercibimiento de multa judicial; También cabría que en plazo determinado por el juez todas las remuneraciones, cotizaciones y beneficios adeudados a los trabajadores afectados por el subterfugio laboral les sean pagados por su verdadero empleador, reajustados conforme a la variación que experimente el IPC entre el mes en que se devengaron y el del mes en que debe efectuarse el pago. Desde que venza el plazo decretado por el juez para su pago estas deudas devengarán el máximo interés permitido para operaciones reajustables.⁵¹

3) Obligación legal que a los trabajadores subcontratados que realicen faenas del giro principal en las dependencias de la empresa principal, se les pague la misma remuneración que a los trabajadores dependientes de la empresa principal que realizan la misma faena.

Datos recientes señalan que la subcontratación de las faenas principales es la actividad que más se externaliza: el 32% de las empresas que subcontratan lo hacen en su actividad principal⁵². Sin embargo, no existe otra razón para subcontratar faenas del giro principal en las dependencias de la empresa principal que rebajar salarios. En la práctica, la subcontratación de las faenas principales suele operar como un instrumento para obtener la misma productividad y rendimiento laborales, pero con la mitad o un tercio del salario. Los trabajadores subcontratados en esa situación no tienen en la actualidad ninguna norma que los ampare.

3.2.3 El Trabajo Infantil

Por otra parte, el empleo de menores de edad en los supermercados e hipermercados para las tareas de empaque en situación de precariedad laboral, es creciente. Las dificultades propias de la determinación caso a caso de las condiciones indicativas de la existencia de una relación laboral de estos menores han impedido dar una solución jurídica unívoca para ellos: se requieren fiscalizaciones periódicas para constatar cómo operan los empaquetadores.

Se observa la necesidad de legislar acerca de la situación jurídica de los trabajadores empaquetadores. Según estimaciones de la propia Asociación de Supermercados, existen unos 6.000 trabajadores entre menores y estudiantes,

⁵¹ Tal y como ya está establecido para las indemnizaciones por años de servicio que proceden por término de contrato de trabajo (Art. 173 Código del Trabajo).

⁵² Encuesta Laboral 2006. Dirección del Trabajo.

siendo la inclusión del “estudiante universitario” una modalidad de hace un par de años.

3.3 La Competencia de la Dirección del Trabajo

Por añadidura, la competencia calificadora de la Dirección del Trabajo ha estado permanentemente cuestionada por la judicatura, lo que redundará en una severa pérdida de eficacia de la norma laboral. No hay una fiscalización adecuada de la Dirección del Trabajo y cuando la hay ésta no siempre culmina en una sanción o una multa a los empresarios. Si se cobran multas, éstas son bajas, los empresarios las pagan y, posteriormente, siguen actuando de la misma manera y ejerciendo las mismas prácticas por las cuales fueron multados.

Las multas en materias laborales están establecidas en el artículo 477 del Código del Trabajo, que establecen un rango de 1 a 60 Unidades Tributarias Mensuales como tope máximo, cuyos rangos varían en función de los tipos de empresa. A una pequeña empresa, de 5 trabajadores, se le puede aplicar una multa como máximo de 20 UTM, y a una grande, una empresa de 30 mil trabajadores, una cuyo tope máximo podría ser de 60 UTM. Es decir, una empresa de 30 mil trabajadores paga sólo tres veces lo que paga una empresa de 5 trabajadores, aunque el capital de la empresa más grande sea 500 veces mayor. Por lo tanto, las multas no tienen efectos disuasivos.

La Dirección del Trabajo carece de inspectores en el número suficiente, puede haber 4 inspectores en un área donde deben fiscalizar 4.000 empresas. Los pocos inspectores con que cuenta no establecen políticas uniformes frente a los fiscalizados, algunos son calificados de excesivamente celosos en el cumplimiento de la Ley y otros bastante blandos en éste.

Por otra parte, si aún después de pagadas las multas, las empresas siguen actuando de la misma manera por la cual fueron multadas, la Ley no tiene como lograr el cumplimiento de la empresa. Las Inspecciones del Trabajo no tienen efectos correctivos en la faena y la empresa conoce regularmente y con antelación la ocurrencia de las inspecciones.

Propuestas:

Establecer nuevas normas para que exista protección judicial efectiva ante la no escrituración de contrato de trabajo en relaciones laborales

- Obligación legal de la Inspección del Trabajo de denunciar al tribunal competente los casos en que constate relación laboral sin escrituración de contrato de trabajo, acompañando a dicha denuncia el informe de fiscalización, para que el juez califique la existencia de la relación laboral. En este juicio podrá hacerse parte el trabajador afectado, la o las organizaciones sindicales a las que estén afiliados los trabajadores afectados y la Inspección del Trabajo. Si en la fiscalización que dio lugar a la denuncia, la Inspección del Trabajo cursó multa al denunciado, esta quedará pendiente a lo que en definitiva resuelva el Tribunal;
- En su fallo el juez deberá pronunciarse sobre la calidad de empleador del denunciado y en caso afirmativo declarará la existencia del vínculo laboral desde el inicio efectivo de la respectiva prestación de servicios;
- Al igual que en el caso del subterfugio laboral, se deberán establecer claramente por ley las medidas que tomará el juez que constata una relación laboral sin otorgamiento de contrato de trabajo, para corregir sus efectos negativos: plazo determinado para escriturar el contrato, bajo apercibimiento de multa judicial, y plazo determinado para el pago de las remuneraciones, cotizaciones y beneficios adeudados a los trabajadores con reajustabilidad según IPC e interés máximo convencional desde vencimiento de dicho plazo.
- Para ser verdaderos instrumentos disuasivos de las prácticas ilegales en materia laboral, las multas por infracciones debieran aumentar su monto legal, atendiendo a su gravedad y al número de trabajadores afectados.
- La aplicación incrementada de multas según el número de trabajadores involucrados en una infracción ya está incorporada a la ley en casos especiales: el subterfugio laboral se sanciona con multa judicial de 10 a 150 UTM, más media UTM por cada trabajador afectado⁵³; A las empresas que utilizan trabajadores suministrados, en los casos en que ello está prohibido por la ley o contratan trabajadores suministrados por intermedio de empresas no inscritas como empresas de servicios transitorios en el registro de la Dirección del Trabajo, se les aplica una multa de 10 UTM por cada trabajador contratado⁵⁴.
- De hecho, el proyecto de ley que establece nuevas normas para los trabajadores del comercio recientemente aprobado por la Cámara en primer trámite legislativo, ya incluye una aplicación incrementada de multas por infracción: 5 UTM por cada trabajador afectado por la infracción; 10 UTM por cada

⁵³ Art. 478 inc. 2º Código Laboral.

⁵⁴ Arts. 183 P y 183 AA del Código del Trabajo incorporado por Ley 20.123.

trabajador afectado por la infracción si el empleador tuviere contratado 50 o más trabajadores; y 20 UTM por cada trabajador afectado por la infracción si el empleador tuviere contratados 200 o más trabajadores.⁵⁵

3.4 Prácticas Antisindicales

3.4.1 Restricciones a la Sindicalización

La libertad sindical en supermercados e hipermercados está severamente restringida. Todos los dirigentes coinciden en que carecen de libertad de asociación y posibilidades para sindicalizarse y son reemplazados en las huelgas.

Las organizaciones existentes carecen de fuerza y, según lo informado por dirigentes, el porcentaje de trabajadores sindicalizados es muy bajo y ello se debe a miedo, cooptación por parte de los administradores e incluso ofertas de dinero. Los despidos también producen vulnerabilidad y miedo a la organización.

Ha habido despidos masivos de trabajadores sindicalizados. Amedrentamiento a trabajadores para evitar la inscripción en los sindicatos. Traslado de local de delegados y de dirigentes sindicales. Presiones indebidas en las negociaciones colectivas. Bloqueo de uso de beneficios médicos y mutuales de seguridad. Bloqueo de anticipos de sueldo a trabajadores sindicalizados.

La tasa de sindicalización es de alrededor del 11% en algunas cadenas, pero negocia el 7,6% de los trabajadores, lo que es un verdadero trastorno a nivel del ejercicio de derechos colectivos. Lo que generalmente ocurre es que la sindicalización siempre es mucho menor que los trabajadores afectos a instancias de negociación colectiva, porque los trabajadores organizados generan una irradiación de los beneficios que se consiguen a través de la negociación colectiva en otros involucrados. En el caso particular de España, allá existe cerca de 20% de sindicalización, pero los trabajadores afectos a instrumentos de negociación colectiva representan cerca del 70%. Es lo que se conoce por fuera como la “sintonía sindical”, la sintonía negociacional; es decir, un grupo de trabajadores que se hace representar son capaces de establecer y articular acuerdos que afectan a una masa laboral mayor. Nuestro caso es paradigmático, pero en el sentido inverso, porque tenemos una tasa de sindicalización mayor, de cerca de 11% de trabajadores, pero una tasa de cobertura en negociación colectiva que es casi tres puntos más baja, lo que da cuenta de que existe hoy día organización

⁵⁵ Oficio N° 6934, 7 de agosto de 2007.

sindical que no está ejerciendo derecho a negociación colectiva, lo que, de alguna manera, le quita la sangre a lo que es el incentivo de la organización, que es precisamente establecer mancomunadamente condiciones de trabajo y regulación con la contraparte.

3.4.2 Limitaciones en la negociación colectiva

La baja participación limita la negociación colectiva y también la multiplicidad de razones sociales empresariales en una misma organización económica o holding, un estilo de gestión empresarial que acentúa la individualización de las relaciones laborales y una frecuente resistencia antisindical en los niveles directivos de las empresas.

Conviven contratos y convenios colectivos. En Unimarc, Cencosud y D&S existen 25 instrumentos de negociación colectiva vigente siendo el 20% convenios colectivos.

En los convenios colectivos los trabajadores no tienen derecho a fuero, a huelga y existen escasas posibilidades de una negociación efectiva entre empresa y trabajadores. La empresa prefiere dividir y parcelar la negociación colectiva, negociar varias veces con varios sindicatos o grupos por separado para disminuir la presión sindical y las posibilidades de huelga.

Hasta ahora los procedimientos administrativos y judiciales no han sido del todo eficaces para reparar los daños producidos a organizaciones sindicales. La acción fiscalizadora enfrenta varias dificultades para investigar, sancionar y denunciar ante los tribunales los múltiples casos de prácticas antisindicales que se recepcionan diariamente, frecuentemente las denuncias sean desistidas o abandonadas o el proceso administrativo o judicial se revela demasiado largo para prevenir el daño que tales prácticas causan en las organizaciones sindicales.

Las debilidades de los procedimientos de investigación y sanción de prácticas antisindicales debieran reforzarse con la entrada en vigencia de la reforma a la judicatura laboral, que hace aplicable a los casos de prácticas antisindicales el nuevo procedimiento judicial de tutela de los derechos fundamentales en el trabajo⁵⁶. Sin embargo, se observan aún algunos aspectos normativos que podrían ser mejorados con nuevas disposiciones para disuadir a las empresas de efectuar prácticas contra la libertad sindical.

⁵⁶ Párrafo n° 7 Ley 20.087.

Propuestas:

Multa incrementada por número de trabajadores afectados por práctica antisindical

La Ley 20.087 solo incrementó el monto de las multas aplicables a prácticas anti sindicales por reincidencia de las mismas: de 100 a 150 UTM⁵⁷. Pero el primer ataque contra una organización sindical suele ser especialmente dañino, especialmente si acontece en sus primeros meses de funcionamiento, por lo que el aumento de multa solo ante la reiteración del ataque suele resultar extemporáneo. Por añadidura la Ley 20.087 no incluyó ninguna norma que aumentara las multas por prácticas antisindicales según el número de trabajadores involucrados.

Establecer que el juez que constate una práctica antisindical ordene al responsable el pago de una indemnización al sindicato como sanción para prevenir futuros ataques

Los fallos judiciales que establecen la existencia de una práctica antisindical tienen un menú legal muy restringido de medidas para fortalecer al sindicato dañado por dicha práctica. Las medidas judicial autorizadas en la ley apuntan al reintegro individual de los trabajadores despedidos por una práctica anti sindical o una indemnización adicional para ellos por término de contrato (la mayoría opta por lo segundo), pero la ley no incluye ninguna medida de reparación para la organización sindical afectada.

El facultad judicial para sancionar el abuso anti sindical con una indemnización a favor del sindicato cumpliría dos objetivos: disuadir de tales prácticas y reparar a la organización perjudicada.

3.5 Sistema Remuneracional

En la actividad comercial predominan las remuneraciones variables (trato, comisiones y pago de horas extras) que presionan a una intensificación del trabajo (remuneran por ventas efectuadas) y a una prolongación del tiempo de trabajo (remuneran por horas adicionales de trabajo). A esto se suma el habitual bajo monto de los sueldos base, menor en el caso de trabajadoras mujeres, que obliga

⁵⁷ Art. 292 del Código Laboral modificado por párrafo n° 7 Ley 20.087.

a los trabajadores del comercio a “ganarse” el salario mínimo a costa de incrementar la intensidad del trabajo que desarrollan.

Esta situación es difícil de corregir con solo una modificación legal; se trata de sistemas empresariales orientados a remunerar por mayor cantidad y tiempo de trabajo y no por mejor calidad del trabajo. Con esto, las posibilidades de obtener un mayor salario suelen depender casi exclusivamente de la dedicación más intensa y más prolongada al trabajo. De hecho la Encuesta de Remuneraciones del INE muestra que la porción de remuneración variable suele ser mayor en trabajadores de baja calificación o bajo posicionamiento mientras que la remuneración fija prima en los profesionales y directivos superiores. La variabilidad salarial en Chile no premia al capital humano sino el aumento de la carga trabajo.

En este orden de cosas, cabe agregar que los trabajadores que se desempeñan en los supermercados, lo hacen habitualmente bajo un sistema de jornada completa. Pese a lo anterior y aún desarrollando un gran esfuerzo laboral, a fin de cumplir metas o acceder a porcentajes de remuneraciones variables, finalmente sólo alcanzan a totalizar una remuneración equivalente al ingreso mínimo establecido por ley. De esta manera, se hace indispensable avanzar normativamente para lograr que el ingreso mínimo legal corresponda a la remuneración fija de todo trabajador que cumple una jornada de trabajo, independientemente del éxito de su presunta labor intermediadora en el supermercado. Así, sólo sobre dicha remuneración base mínima debe ser posible pactar remuneraciones variables.

Por otra parte, la simpatía empresarial por las remuneraciones variables, sin embargo, no incluye a la gratificación, remuneración que varía según los resultados de la empresa; no premia la cantidad de trabajo ni el tiempo trabajado, sino que es proporcional a los resultados de la empresa. Es una remuneración distributiva, cuya vocación de repartir los beneficios que resultan de la combinación entre capital y trabajo la ha excluido del debate sobre flexibilidad laboral. La opinión de los grandes gremios empresariales es favorable a que los salarios varíen, pero sólo por rendimiento y tiempo trabajado, no por los resultados de la empresa.

Propuestas:

Corregir la regulación legal de la gratificación voluntaria para que no sea una norma regresiva en las empresas de 200 ó más trabajadores o en las empresas con mayores utilidades

En la actualidad las empresas tienen dos fórmulas legales para dar gratificaciones: pagar el 30% de las utilidades líquidas o acogerse al artículo 50º del Código del Trabajo que les permite pagar a título de gratificaciones el 25% de las remuneraciones mensuales devengadas por cada trabajador en el año, con un límite de 4,75 de ingresos mínimos mensuales. Esta modalidad permite a las empresas que logran más utilidades pagar proporcionalmente menos gratificación. Es una gratificación regresiva. Gracias a esta norma el “salario de mercado” es insensible a las utilidades empresariales.

Para que los salarios medios que pagan las grandes empresas y las más exitosas dejen de ser insensibles a las utilidades empresariales es necesario sincerar la gratificación, para que se pague conforme a los resultados efectivos de las empresas. Ello puede lograrse excluyendo de la aplicación del artículo 50 del Código del Trabajo a las empresas que tengan 200 ó más trabajadores⁵⁸ ó 20% ó más de utilidades operacionales en el respectivo ejercicio.

Establecer que el ingreso mínimo mensual establecido por ley es un mínimo garantizado a todo trabajador por el cumplimiento de su jornada de trabajo.

Los trabajadores que cumplen una jornada de trabajo, como es el caso de los dependientes de supermercados, deben tener asegurada, en razón de cumplir con esa jornada e independientemente del éxito comercial del local en que trabajan, una remuneración equivalente al ingreso mínimo mensual. Sólo sobre esta última cantidad debe ser posible pactar remuneraciones de orden variable que tengan relación, por ejemplo, con los mayores o menores volúmenes de ventas que efectúe el supermercado. Lo anterior, debido a que los trabajadores de supermercados efectúan labores que no tienen una incidencia tan directa en el mayor o menor volumen de ventas del establecimiento en que se desempeñan, pues estas últimas están sujetas a numerosos condicionantes ajenos a la actividad del trabajador.

3.6 Jornada Laboral

El mayor incumplimiento o infraccionalidad laboral de los supermercados tiene que ver con la jornada laboral debido a:

⁵⁸ La última Encuesta Laboral de la Dirección del Trabajo muestra que el 78% de estas empresas pagan gratificaciones a sus trabajadores según el artículo 50º del Código del Trabajo y no según sus verdaderas utilidades)

- Distribución irregular de la jornada de trabajo; las horas extras son excesivas y no hay respeto por los días semanales de descanso. Esto es frecuente tanto en el sector comercio como en el de supermercados. En estos temas se concentra la mayor cantidad de denuncias y de las multas aplicadas.⁵⁹ Hay casos de turnos cortados, donde la jornada de ocho horas está dividida en un turno de mañana, de 10 a 14 horas, y la segunda parte de ese mismo turno se hace de 19 a 23 horas.⁶⁰
- Los trabajadores de supermercados están obligados a laborar hasta dos horas extras diarias en los períodos anteriores -siete días- a Navidad, Fiestas Patrias u otras festividades.
- No cumplimiento del acuerdo establecido con la Dirección del Trabajo de respetar los horarios en días festivos importantes.
- Permanentemente no se paga las horas extraordinarias y se prolonga ilegalmente el tiempo trabajado. Por ejemplo, cuando hay reuniones de coordinación post jornada. En el caso de los reponedores, deben hacer esas reuniones después de la jornada laboral, lo que es parte del trabajo, pero no se considera así.
- Modificación unilateral de la jornada laboral, lo que habitualmente conlleva una rebaja importante en las remuneraciones de los trabajadores. Ellas siempre son obligatorias bajo la amenaza de despido.
- Falta de registro de cumplimiento de jornada para permitir adulteraciones o que el trabajador no pueda demostrar las horas trabajadas.
- Incumplimiento al descanso dentro de la jornada. No se respeta la colación. Hay extensión de turnos o turnos cortados.
- En el caso de los menores empaquetadores, que no reciben salario, hay una gran discrecionalidad en las exigencias de jornada.⁶¹

⁵⁹ El señor MELIS informa: “No es un sistema regular de lunes a sábado, de 8 a 17 horas, en forma permanente. En los supermercados es frecuente una malla tremenda de turnos. Es decir, un supermercado puede tener cincuenta turnos distintos, y a los trabajadores se les va asignando turnos distintos semana a semana o incluso de un día para otro, con la consecuente pérdida de seguridad del trabajador para poder organizar su vida.

⁶⁰ El trabajador no alcanza a ir a su casa en esas cuatro horas, por lo tanto se queda en el establecimiento

⁶¹ Informa el señor Melis: En una ocasión, me tocó fiscalizar un supermercado el día de Navidad, a las 5 de la tarde, y los niños se me acercaron para decirme que llevaban diez horas trabajando y que estaban reventados. Si le doblan el turno, al final ese chico saldrá a las 12 de la noche. Si hay un incumplimiento laboral de uno de estos chicos, se le sanciona no

En estos aspectos se concentra la mayor cantidad de denuncias y la mayoría de las multas aplicadas.

Recientemente ha sido aprobado un proyecto en la Cámara de Diputados regulando el período inmediatamente anteriores a navidad, fiestas patrias u otras festividades, en que los trabajadores del comercio no pueden negarse a trabajar horas extras; el proyecto aprobado en su primer trámite legislativo establece que dicho período no excederá de los catorce días inmediatamente anteriores a la festividad y que los trabajadores no laborarán más allá de las 23 horas, entre el 12º y el 2º día anteriores a la Navidad ni más allá de las 20 horas del día inmediatamente anterior a Navidad y el inmediatamente anterior al 1º de enero.⁶²

3.7 Derechos Fundamentales

La aplicación del nuevo procedimiento judicial de tutela de derechos fundamentales instituido por la Ley 20.087 deberá permitir una mayor protección a tales derechos en el trabajo.

En concordancia con lo anterior, atendida la proximidad de la fecha en que habrán de entrar los nuevos tribunales y procedimiento laboral, se hace extremadamente urgente dar curso a las iniciativas legales que mejoran este último y a aquella que incrementa significativamente su número y dotación de tribunales y jueces.

asignándoles turnos posteriormente. Los turnos cubren desde la apertura del supermercado, y si éste cierra a las 22.30, como ocurre en la semana, ese chico no sale a las 10.30, como tampoco lo hacen los cajeros, sino a las 23.00 ó 23.30 horas, porque tienen que ordenar. Por ejemplo, después deben acarrear y ordenar los carros distribuidos por el estacionamiento. Hemos encontrado chicos que salen a las 12 de la noche del supermercado.

⁶² Oficio N° 6934, 7 de agosto de 2007.