

1 INTRODUCCIÓN

2 El análisis de las telecomunicaciones no puede hacerse al margen de una
3 realidad clara, la integración de servicios antes soportados por tecnologías
4 diversas que se ha estructurado gracias a la digitalización en un Hipersector de
5 la Información que sirve a la difusión e intercambio de información sobre
6 cualquiera de los soportes existentes (par de cobre, ondas o fibra óptica)

7 Los últimos años se han caracterizado por la profundización en los procesos
8 de integración de actividades que antes se hallaban dispersas. De igual modo
9 esta integración se ha complementado con procesos de consolidación de las
10 grandes empresas del sector tras la crisis de la burbuja tecnológica y las caídas
11 bursátiles del año 2000.

12 Este proceso de consolidación ha supuesto profundos recortes en la inversión,
13 recortes de empleo y una cierta estabilización de los movimientos corporativos.
14 Proceso este del que tímidamente se está saliendo en la actualidad.

15 Ciertamente el período al que nos vamos enfrentar en un período inmediato se
16 va a caracterizar por la profundización de nuevo en tres líneas de actuación:
17 La mejora de la competitividad interna con ajustes sobre gastos fijos que
18 proporcionen un flujo de caja estable, la mejora de la inversión en sectores y
19 servicios con gran capacidad de retorno y la compra selectiva de empresas
20 preferentemente en la Europa ampliada siempre que estas compras no
21 supongan una depreciación bursátil de las empresas.

22 Las alternativas desde una perspectiva sindical de izquierda han de seguir
23 insistiendo en los elementos básicos de nuestra estrategia. Mantenimiento del
24 empleo, mejora constante de la capacitación de los trabajadores ante los
25 cambios tecnológicos, la defensa mediante la negociación colectiva de un
26 contenido común para el conjunto del sector, la defensa del Estado del
27 Bienestar y los contenidos sociales en la negociación colectiva y el apoyo a
28 políticas que superen la brecha digital y refuercen la cohesión social y
29 territorial.

30 1.- EL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES

31 *1.1 Situación de la Sociedad de la Información y las telecomunicaciones en* 32 *España.*

33 La situación actual del sector en España, a falta de datos de la última mitad del
34 2004 y centrándonos en sus indicadores básicos es la siguiente:

35 Los ingresos por operaciones en el conjunto del sector ha supuesto en 2003 la
36 cantidad de 34.363 millones de euros mientras que en el año 2000 los ingresos
37 fueron de 24.783 millones de euros. Si atendemos a la cuota de cada operador



1 en los ingresos por operaciones el 51,6% es del Grupo Telefónica seguido por
2 Vodafone el 11%, Amena el 7,8%. 367 operadores tienen un 15,3% ninguno
3 de ellos tiene una cuota superior al 1,3%. ONO otro operador emergente con
4 fuerza alcanza el 1,1%.

5 La evolución del número de líneas de telefonía fija 17,759 millones en 2003 se
6 puede calificar de crecimiento ligero, 650.000 en 2000, sin embargo el
7 número de minutos cursados ha crecido un 22%. Esta disminución tiene
8 mucho que ver con la expansión de la telefonía móvil, que ha tenido un
9 notorio crecimiento sin embargo de los accesos directos a través de
10 cableoperadores (el acceso a través de cable supone un 11% del total de líneas
11 fijas existentes).

12 Por añadidura, los ingresos por línea han ido descendiendo progresivamente
13 cada año, principalmente debido a que los operadores alternativos, debido a la
14 madurez de la telefonía fija, se han centrado en captar el tráfico existente más
15 que en desarrollar nuevos servicios que tiren de la demanda, provocando un
16 descenso de ingresos globales por línea. En consecuencia, la inversión en
17 telefonía fija, tradicionalmente motor del sector, ha descendido alrededor de
18 un 25 %, a pesar de haber obtenido sin embargo ingresos de 11.000 millones
19 de euros (año 2003). Si atendemos al tipo de operador que cursa llamadas de
20 telefonía fija debemos concluir que los operadores de acceso indirecto
21 aumentan el número de minutos aunque permanece constante el gasto en
22 telecomunicaciones, en lo concerniente al cable aumenta el número de
23 minutos cursados aunque desciende ligeramente el número de clientes y el
24 gasto por cliente. Lo cual ha supuesto una cierta recuperación de niveles
25 similares al inicio de 2004.

26 En telefonía móvil en cambio, España está situada desde el 2003 en las
27 posiciones de cabeza del crecimiento en Europa, con un índice de 87,2
28 móviles por 100 habitantes y con un índice de crecimiento en ingresos del
29 14% anual. Las conexiones a telefonía móvil representaban 37,469 millones
30 en 2003 mientras que en 2004 eran 39,61 millones.

31 Los ingresos por cuotas de abono y altas han descendido prácticamente a la
32 mitad, lo que refleja las políticas de las operadoras de favorecer la migración y
33 captación de clientes así como la fidelización de usuarios.

34 Las operadoras de móviles son las únicas que no han reducido su inversión
35 (14.000 millones de euros en el 2003), encontrándonos en los albores de la
36 explosión en el mercado de la tercera generación de móviles, basados en la
37 tecnología UMTS.

38 En acceso a la red medido por número de individuos que han accedido a
39 Internet a diciembre de 2004 en relación con diciembre de 2003 sobre
40 porcentaje total de habitantes ha crecido seis puntos; 33,02% en 2004 y
41 26,09% en 2003. El uso de Internet en España tiene un índice de penetración

1 del 33,1 %, situado a once puntos porcentuales de la media europea – 44,7 %
2 y muy por detrás de los índices de Reino Unido, Alemania o Francia. Hasta el
3 2005 sólo el 60% de los accesos a Internet lo fueron a través de banda ancha
4 (3,5 millones). El crecimiento de aproximadamente un 20% anual de los
5 accesos desde el 2002 no sirve para acercarnos a medias europeas.

6 En relación con la infraestructura empleada, el crecimiento de usuarios tanto
7 de banda estrecha (acceso conmutado) como banda ancha (ADSL y LMDS) ha
8 sido en estos últimos años especialmente importante. Aún así, es la asignatura
9 pendiente, al margen de los índices de crecimiento. España tiene una baja tasa
10 de penetración de PC's por hogares (18 por cada 100 hogares frente a los 37
11 por 100 habitantes de media en la UE). Igualmente el número de servidores y
12 dominios de Internet están muy por debajo de las medias europeas. El
13 crecimiento de los accesos por ADSL han pasado de 1,661 millones en
14 diciembre de 2003 a 2,677 en diciembre de 2004.

15 El cuello de botella que supone una aproximación a los ratios europeos viene
16 significado por el bajo número de ordenadores en los hogares, ciertamente
17 esto está impidiendo un desarrollo y una penetración en línea con el resto de
18 países europeos, cabe recordar que el porcentaje de hogares con ordenados en
19 España es de XXXXX frente al XXXX en Europa

20 Por añadidura, los índices de penetración de Internet por comunidades
21 autónomas reflejan graves distanciamientos territoriales (si Madrid, País
22 Vasco y Cataluña superan en tres puntos la media nacional – 33,1 % - el resto
23 de comunidades rondan preocupantes índices cercanos al 25 %)

24 El retraso es más notorio en el ámbito empresarial, ya que en España utiliza
25 Internet el 87,4 % de las empresas en 2003, frente al 94 % de la media
26 europea, con lo que supone de desaprovechamiento de la potencialidad de las
27 TIC para el desarrollo económico y tecnológico y la desventaja competitiva a
28 medio y largo plazo. El crecimiento en relación con 2002 ha sido tan sólo de,
29 aproximadamente, un 10%.

30 En consecuencia, salvo en el caso de la Telefonía Móvil Automática, nuestra
31 posición en el entorno europeo se caracteriza por el retraso acumulado en el
32 despliegue de nuevas infraestructuras y la incapacidad por ofrecer un marco de
33 desarrollo de las nuevas tecnologías asociadas a Internet.

34 ***1.2 La importancia económica de las actividades ligadas a las TIC***

35 Considerado en su conjunto, el sector de las Comunicaciones ha alcanzado
36 una contribución del 4,6 % al PIB español (datos del 2003) situándose al
37 mismo nivel de la media europea (por debajo sólo de Reino Unido o
38 Portugal).

1 Se estima que el mercado de las TIC en España ha sido de 82.535 millones de
2 euros en 2004.

3 La importancia creciente del sector en la economía del país es evidente
4 siguiendo un ritmo de crecimiento que nos ha situado en cuanto al desarrollo
5 de la Sociedad de la Información a la par que otros países europeos
6 posiblemente debido a que el gasto de los españoles en tecnología de la
7 información se ha duplicado en estos últimos cuatro años.

8 Es evidente que la posición española ha mejorado, pero la mejora no es
9 suficiente para alcanzar a países mas desarrollados (Alemania, Francia, Reino
10 Unido, Japón...) El retraso acumulado de la sociedad española en relación con
11 otros países sigue siendo muy acusado, y nos habla de una convergencia, en el
12 caso de producirse, bastante lejana con el resto de países y que al mismo
13 tiempo pone de relieve, pese a las iniciativas que ha habido en los últimos
14 años, la falta de **políticas activas** en relación con la Sociedad de la
15 Información.

16 La mejora de la competitividad de la economía española ha de pasar
17 ineludiblemente por un incremento de las TIC en el PIB y por una sustancial
18 mejora de los procedimientos formativos de los trabajadores y de la población
19 española en general.

20 *1.3 Las empresas del Sector de telecomunicaciones*

21 El número de empresas que operan en el sector es de difícil determinación. En
22 el entorno de los operadores dominantes se sitúan un gran número de
23 empresas que abarcan campos tan distantes entre sí como la
24 instalación/reparación, el telemarketing o la comercialización.

25 Es casi imposible concluir su número ya que desde las diferentes
26 administraciones y órganos competentes (Seguridad Social, INE,
27 Organizaciones Empresariales etc.) no se han articulado los mecanismos
28 precisos para ordenar esta actividad a efectos estadísticos.

29 Los operadores se han concentrado durante este último período en
30 reestructurar sus deudas, recortar costes y sanear balances, procediendo a
31 iniciar o consolidar nuevos modelos de negocio orientados al aumento de
32 ingresos mediante reforzamiento de políticas de fidelización de clientes en un
33 mercado en el que la competencia esta en claro proceso de asentamiento.

34 Los principales grupos y operadoras han dirigido sus esfuerzos al reajuste de
35 sus dimensiones, recortando plantillas, reduciendo endeudamiento y
36 concentrando su presencia societaria en los aspectos esenciales del negocio,
37 desprendiéndose de activos no directamente vinculados a su actividad lo que
38 ha redundado tanto en un descenso del número de operadoras como en
39 pérdidas globales de empleo.

1 La dinámica seguida por parte de la principal operadora, Telefónica, ha
2 consistido en reestructurar su deuda y absorber el fuerte impacto que supuso la
3 compra de diversas operadoras en Latinoamérica y la compra de licencias de
4 telefonía móvil. El mecanismo seguido ha consistido básicamente en el recorte
5 de gastos y la venta de activos inmobiliarios.

6 Las políticas seguidas por las empresas del sector han tenido un fuerte impacto
7 sobre la inversión que ha sufrido una drástica reducción desde 10.187 millones
8 en 2000 hasta los 4.542 millones en 2003 el 45% realizado por el grupo
9 Telefónica seguido del grupo Auna con un 15%.

10 Por otro lado, las empresas de cable siguen en un proceso de concentración del
11 que emergen dos grandes operadoras Auna y ONO, las perspectivas para el
12 cable señalan como probable la unificación de ambas o la absorción por parte
13 de alguna de la otra.

14 En relación con los operadores que prestan servicios de telefonía fija ha
15 descendido desde 50 en 2001 a 33 en 2003.

16 Si analizamos la cuota de mercado de los operadores en telefonía fija el Grupo
17 Telefónica retiene el 81,3% seguido de Auna con un 5,3%, Uni2 el 3,2%.

18 ***1.4 El empleo***

19 El conjunto del empleo en el hipersector de las TIC se estima que puede estar
20 en torno a los 206.000 trabajadores frente a un empleo estimado en el 2001 de
21 188.000.

22 El empleo neto en los operadores de telecomunicaciones en 2003 se ha
23 reducido desde 89.605 en 2002 a 85.169 en 2003.

24 La productividad de los empleados del sector medida en términos de ingreso
25 por empleado ha pasado de 272.440 euros en 2000 a 403.463 en 2003. Si
26 hablamos de resultados de explotación por empleado ha pasado de 24.920
27 euros en 2000 a 93.851 euros en 2003, un 300% más

28 En un entorno dominado por la pérdida de empleo en el sector de las
29 operadoras de servicio de telecomunicaciones, se observa como elemento
30 positivo la creación de puestos de trabajo en las llamadas empresas usuarias
31 (no productoras de TIC), entre las que se encuentran las del sector de la
32 alimentación, el industrial, turismo, instituciones de crédito e inversión,
33 actividades inmobiliarias, salud etc. La incorporación de las TIC a las
34 empresas y la creación del empleo aparejado tiene dos vías principales de
35 penetración, en el caso de las pymes, a través de asociaciones para cubrir las
36 necesidades TIC proporcionando un servicio mancomunado y en el caso de
37 organizaciones de mayor tamaño, cuando optan por la externalización,
38 generan un yacimiento de empleo TIC en el sector de servicios a la empresa.

1 El descenso de empleo en el subsector de los operadores sigue siendo más
2 acusado en el operador principal de telefonía fija (Telefónica), la creación de
3 empleo ha sido fundamentalmente en las empresas de telemarketing, móviles,
4 cable, comercialización y proveedores de Internet. La desaparición de un tipo
5 de empleo con determinadas características en las empresas de instalación y
6 fabricación de componentes y su sustitución por una modalidad de subempleo
7 (autónomos).

8 Es evidente que hay que correlacionar los beneficios constantes que se están
9 produciendo en el sector y el empleo existente en el mismo, de cómo el
10 crecimiento en uno se hace a costa del otro.

11 Podemos concluir que el empleo se ha resentido de modo global, ha perdido
12 perspectiva y posibilidades de desarrollo y se ha situado en un gran número de
13 empresas en la frontera de marginalidad.

14 **2.- LAS POLÍTICAS NACIONALES Y EUROPEAS EN EL SECTOR.**

15 Los años 90 se caracterizaron por el cambio en la regulación de las
16 telecomunicaciones. Desde las primeras iniciativas en la UE, los cambios que
17 se fueron produciendo en la legislación de cada país mostraron claramente que
18 las señas de identidad del proceso eran la liberalización de los servicios y la
19 privatización de las empresas tradicionales. El cambio fue vendido como algo
20 estrictamente necesario para el progreso. Se trataba, según se decía, de liberar
21 de ataduras al sector para que se produjese la innovación tecnológica y
22 hubiese posibilidades reales de elección por parte de los usuarios.
23 Paralelamente se vendía como algo natural y consecuencia sobrevenida de la
24 liberalización que, por el mero hecho de producirse ésta, los ciudadanos en
25 general se beneficiarían de nuevos servicios y de precios mucho más
26 reducidos.

27 Desde UGT podemos concluir que ciertamente se han producido una serie de
28 beneficios al conjunto de la población, pero que, al margen de los nuevos
29 productos disponibles para los usuarios en el mercado y la popularización de
30 los mismos, las relaciones de los usuarios residenciales con sus proveedores de
31 servicios no han experimentado en esencia alteración alguna, y que si ésta se
32 ha producido en algún caso puntual, no ha sido favorable a los intereses de los
33 ciudadanos. Cuestiones importantísimas como el Servicio Público y el
34 Servicio Universal no han tenido un desarrollo progresista, y los problemas en
35 la atención y de calidad se están dejando sentir de modo notable, sobre todo en
36 los entornos rurales y en las comunidades periféricas.

37 Aún siendo cierta la bajada de precios en el mercado residencial, bajada por
38 cierto no paralela a la experimentada por las PYMES y grandes empresas,
39 dicha disminución de precios se ha limitado a aspectos marginales como
40 cuotas de abono o precio por tiempo de conexión, viéndose tal reducción
41 ampliamente compensada en los ingresos de las operadoras por el crecimiento

1 del gasto por usuario en los nuevos servicios. Así, a pesar de las bajadas de
2 tarifas el gasto en telecomunicaciones “per cápita” y por hogar se ha visto en
3 la práctica triplicado. Habría que esperar a la generalización de la Voz IP para
4 percibir consecuencias reales en materia de precios.

5 Las ganancias de las empresas de telecomunicaciones se han disparado en
6 estos años generando una actividad creciente en otros ámbitos de actuación en
7 los que no estaban presentes hasta ahora. La inversión en capital productivo se
8 ha localizado preferentemente en la telefonía móvil. Por el contrario, el
9 empleo en el subsector de la operación tradicional ha disminuido en más de
10 un 50% desde el inicio del proceso a pesar del incremento de nuevos
11 operadores (la mayoría de los cuales ha enfocado preferentemente su actividad
12 a la reventa de tráfico).

13 Desde UGT creemos que el cambio realizado no ha deparado beneficios a los
14 trabajadores del sector en términos globales, y que los ahorros en términos de
15 coste real y posibilidades de elección a los ciudadanos en general no han sido
16 tanto como se decía. Quedan además por ver los posibles efectos negativos
17 que la liberalización pueda haber llevado a la cohesión social y territorial ya
18 que, siendo evidentes en la actualidad claros desajustes en el servicio
19 prestado, creemos que la ruptura de la cohesión, de seguir la actual tendencia,
20 se manifestará de un modo más agudo en los próximos años.

21 El cambio ha sido inevitable, entre otras cosas, porque era un proceso al que
22 era muy difícil sustraerse en el marco de un solo país. Ha sido un movimiento
23 impuesto en el marco de las negociaciones sobre el libre comercio y en el
24 proceso de construcción de la Unión Europea. Se puede definir a la
25 liberalización de las telecomunicaciones como el primer movimiento en la
26 globalización y como un elemento esencial para que esta se construya.

27 La fuerza de las instancias y sectores encargados de la liberalización ha sido
28 incontestable y el predominio del pensamiento único neoliberal enraizado en
29 todas las instituciones fue, en su momento, el encargado de “vender” un
30 producto al conjunto de la población que terminaba finalmente por aceptar
31 como algo “natural” y conveniente la ruptura del monopolio. Ante tal
32 situación las fuerzas sindicales quedaban indefensas e impotentes,
33 mancilladas por la propaganda neoliberal con una imagen de defensoras en
34 última instancia de lo que algunos consideraban “privilegios”.

35 La culminación del proceso de liberalización nos sitúa ante un nuevo marco
36 que habrá de ser valorado en la medida en que sus consecuencias, positivas o
37 negativas, se vayan asentando.

38 **3.- LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. LAS NUEVAS** 39 **ESTRATEGIAS**

1 **3.1 Hacia dónde caminamos**

2 A principios del año 2000 se hablaba de una situación caracterizada por una
3 crisis bursátil que tomaba cuerpo en el desplome de los valores ligados a las
4 TIC debido principalmente a la burbuja tecnológica y a la recesión económica
5 general, acompañada de una crisis financiera causada por el enorme nivel de
6 endeudamiento soportado por las operadoras como consecuencia de las
7 necesidades de inversión en tecnología, infraestructuras, adquisición de
8 licencias UMTS etc. que tuvo como la consecuencia mas perniciosa grandes
9 pérdidas de empleo.

10 Las empresas han construido la salida de la crisis sobre la reestructuración de
11 la deuda, financiando a mas largo plazo y aprovechando tipos de interés más
12 bajos, la segregación de actividades y la venta de patrimonio,
13 preferentemente inmobiliario, el saneamiento mediante el desprendimiento de
14 activos superfluos o no directamente ligados al núcleo central de la actividad,
15 la concentración y fusión de empresas buscando más racionalidad y mejor
16 posicionamiento dentro del mercado, la mejora y concentración de la inversión
17 en el desarrollo de infraestructuras de banda ancha para un rápido despliegue
18 de Internet y acudiendo a mecanismos de reestructuración y reducción de los
19 costes laborales.

20 Estas estrategias han tenido un defecto desigual en función de las diferentes
21 empresas, ha beneficiado notablemente a las empresas que tenían un peso
22 sustancial en el mercado y en menor medida a aquellas otras que tenían menos
23 masa crítica.

24 **3.2 Las estrategias en vigor**

25 Si con las medidas anteriormente citadas las empresas buscaban el
26 saneamiento económico y la recuperación de la confianza de los inversores a
27 cambio de dejar en el camino el ahorro del pequeño accionista y el empleo,
28 con la reorientación de sus estrategias persiguen un nuevo posicionamiento en
29 el mercado, huyendo del estancamiento detectado en su actividad tradicional.

30 Las empresas han abandonado sus participaciones adquiridas en empresas
31 activas en los segmentos no directamente relacionados con su actividad
32 potenciando la búsqueda de acuerdos y asociaciones con otros agentes,
33 principalmente proveedores de servicios y contenidos, marcando una clara
34 apuesta por la extensión del uso de la banda ancha, la movilidad y la
35 convergencia entre telecomunicaciones y tecnología de la información. Así la
36 provisión de contenidos, herramientas y utilidades toma primacía sobre la voz
37 o la mera conectividad a Internet.

38 Esto se detecta en dos fenómenos incipientes:

1 La primacía en términos de ingresos de la telefonía móvil sobre la fija y el
2 afianzamiento de la banda ancha y los servicios aportados por esta tecnología
3 y en menor medida el cable.

4 Por otro lado se esboza la aparición de nuevos usos tecnológicos de
5 consecuencias difíciles de pronosticar como es la comercialización de acceso a
6 voz datos y audiovisual a través del suministro eléctrico tradicional
7 (tecnología PLC), el lanzamiento de contenidos audiovisuales a través de
8 ADSL (Imagenio), la aparición de datos en telefonía móvil (mensajería
9 multimedia MMS soportada sobre GPRS) , el inicio de la fase de
10 comercialización de la tercera generación de móviles.

11 El sector de las telecomunicaciones se constituye en definitiva en un sector
12 clave para la Nueva Economía, un sector que se encuentra en una permanente
13 revolución y que impacta directamente en el resto de la economía. En él
14 convergen los nuevos desarrollos de los sistemas multimedia, financieros y
15 comerciales y en su dinámica cuenta con un cambio tecnológico incesante que
16 multiplica velocidades de transmisión, capacidades de gestión y codificación y
17 grados de accesibilidad hasta extremos nunca vistos.

18 **3.3. Hacia la Sociedad del Conocimiento.**

19 El Gobierno decidió recientemente la elaboración de un plan para el desarrollo
20 de la Sociedad de la Información y de Convergencia con Europa.

21 La duración del Plan sería de 2006-2009 y en el se integrarían las diversas
22 líneas de actuación ya contempladas en los programas **INFOXXI** y
23 **España.es**.

24 Desde 1996 se han realizado diversos planes con el propósito de ayudar
25 al avance de la Sociedad de la Información en España, de los programas
26 dispersos acometidos por los ministerios y Comunidades Autónomas se
27 quería pasar a planes integrados, como el citado anteriormente
28 INFOXXI y el España.es.

29 Ninguno de estos planes, tal como hemos visto antes han conseguido reducir
30 la brecha que nos separa no solo de los países más avanzados. Efectivamente,
31 los indicadores básicos como PCs por hogares, conexiones a internet, accesos
32 a banda ancha, densidad de líneas telefónicas fijas, comercio electrónico,
33 páginas webs de empresas, servicios en la Administración digital etc. reflejan
34 de modo diáfano cual es la posición relativa de España en el nuevo marco
35 digital.

36 El emprender iniciativas que redujeran no solo la distancia que nos separa de
37 Europa sino también los graves desequilibrios internos en función del marco
38 autonómico, cohortes de edades, entornos rurales o urbanos y otras diferencias
39 basadas en el poder adquisitivo o la formación se constituye en un reto clave



1 para saber si podemos estar en disposición de estar en la vanguardia en la
2 reordenación que está imponiendo las políticas globales.

3 Las líneas estratégicas del plan para el avance en la sociedad del
4 Conocimiento serían:

- 5 • Definición de un nuevo plan general de actuaciones.
- 6 • Asegurar el liderazgo político.
- 7 • Efectuar una gestión empresarial del Plan.
- 8 • Desarrollar un plan de comunicación a la sociedad.
- 9 • Potenciar las iniciativas de formación.
- 10 • Reforzar la administración electrónica.
- 11 • Abrir la legislación a las posibilidades que ofrecen las nuevas
12 tecnologías.
- 13 • Acelerar la entrada de los ciudadanos en Internet potenciando el acceso
14 a equipos y conectividad.
- 15 • Impulsar la integración de las TIC en los procesos de las empresas.
- 16 • Contribuir a la integración social.

17 Estas recomendaciones darían lugar al programa **España.es** que sustituía al
18 **INFOXXI** y que con la vigencia de 2004-2005 (los subprogramas
19 Educación.es y Patrimonio.es extiende su ámbito de aplicación hasta el 2006 y
20 2008 respectivamente) y que fue dotado en su origen con 1029 millones de
21 euros.

22 Si observamos el grado de ejecución del proyecto y ante la falta de datos
23 fiables, que se obtendrán sin duda al finalizar el programa en el 2005 se puede
24 aventurar una conclusión: La percepción mas generalizada entre gran número
25 de usuarios y agentes preocupados por el éxito real del programa y según los
26 indicadores últimos nos muestra que la distancia con las medias europeas no
27 se han reducido significativamente.

28 El actual Gobierno ha impulsado un nuevo plan al que quiere dotar de un
29 amplio respaldo en todas las fases de su ejecución y que recoge en lo esencial
30 los postulados básico que sirvieron al Plan España.es del Gobierno del Partido
31 Popular aunque se le quiere dotar de mayor aceptación y recursos mas claros,
32 sin embargo creemos que los primeros pasos no van en esa dirección. En
33 nuestro documento “Informe sobre la ponencia de convergencia en TIC”
34 denunciábamos las carencias que a nuestro juicio tenía la iniciativa del
35 Gobierno. Las críticas formuladas conservan seis meses después todo su vigor.

36 La labor que UGT ha venido desarrollando en los foros sobre la SI en que
37 hemos participado ha sido siempre la misma; El reforzamiento de aquellos
38 elementos que propugne una Sociedad de la Información que beneficie al
39 conjunto de la ciudadanía, en el que valores como intimidad, libertad y

1 progreso sean elementos distintivos de la misma y que a la vez sirva para la
2 creación y mejora del empleo.

3 **4.-CARACTERISTICAS DEL EMPLEO**

4 El nuevo marco enunciado en los apartados anteriores ha dibujado un Sector
5 de las TIC muy dinámico, con un abanico de ofertas de empleo que se
6 expanden y diversifican constantemente y con unos subsectores y empresas en
7 el que las condiciones laborales son muy heterogéneas según el subsector ya
8 que en el seno de un mismo subsector podemos encontrar una gran disparidad
9 de condiciones, introduciendo una enorme dificultad en nuestra búsqueda de
10 la homogeneización de condiciones laborales.

11 El uso mejor dicho, el abuso sistemático por parte de las empresas de la
12 organización de la producción en red, la utilización sistemática de
13 subcontratas y la temporalidad en todos los niveles conduce a que en el
14 sector sea cada vez más precario así como a la percepción de que las tareas y
15 los salarios adquieren cada vez mas formas ajenas a lo que ha sido constante
16 en la negociación colectiva.

17 El tipo de empleo cambia en función de la vida operativa y rentable de cada
18 aplicación. No sólo nos encontramos con empleos precarios sino que estos son
19 efímeros, porque lo son en función también del tipo de especialización o
20 producto. La ultraespecialización y formación aplicada que exigen de modo
21 constante los empresarios del sector para determinados puestos desaparece en
22 la medida en que desaparece el tipo de empleo.

23 Con lo cual el tipo de formación a la carta introduce un marco al que el
24 sistema educativo no puede hacer frente y que en buena lógica debería de ser
25 que a partir de unos fundamentos básicos fuera la misma empresa la que
26 generará el tipo de formación específica demandada.

27 En este marco la formación continua en el puesto de trabajo adquiere la única
28 estrategia posible.

29 Por lo tanto si algo esta significando el nuevo marco para los trabajadores es
30 que la actual dinámica de los mercados está conduciendo a una difícil
31 integración de los recursos humanos y al mismo tiempo hace que las
32 contradicciones del sistema de relaciones laborales y formación constituye la
33 mayoría de las veces un modelo con profundas contradicciones.

34 Esta dinámica incide negativamente en varios procesos genuinamente
35 empresariales. Al potenciar la contratación de personal insuficientemente
36 formado, con un grado de inestabilidad en empleo muy grande y poco
37 motivado, por un lado se resiente la calidad y por otro se obstaculiza la
38 innovación, ambas imprescindibles en un mercado tan competitivo como el
39 que nos ocupa. Igualmente esta política de empleo afecta de modo decisivo a

1 la gestión del conocimiento, elemento primordial en la detección de
2 oportunidades y en la aplicación de habilidades profesionales adecuadas.

3 Mantener un empleo de calidad y suficiente requiere determinadas
4 actuaciones. Unas corresponden a la Administración tanto desde las
5 competencias que mantiene en la regulación del sector como en su capacidad
6 de determinación del marco laboral. Otras son exigibles a las empresas, a las
7 que se les debe requerir un compromiso en la defensa del empleo y el respeto
8 al marco de relaciones laborales vigente.

9 Hay una última responsabilidad de los sindicatos, que deben acomodar su
10 estrategia sindical a los nuevos retos sin que eso signifique hacer dejación de
11 los principios por los que venimos rigiéndonos.

12 **5. - LA ESTRATEGIA SINDICAL EN EL NUEVO MARCO, UNA** 13 **DOBLE VÍA**

14 En relación con las actuaciones sindicales estas han de cubrir dos aspectos;
15 aquellas que tienen relación con la sociedad y las que forman parte de nuestra
16 actividad esencial; la mejora del empleo y de las condiciones del trabajo.
17 Ambas se complementan hasta tal punto que un desarrollo adecuado de las
18 primeras revertirá claramente en la mejora de nuestra empleabilidad y
19 condiciones laborales.

20 **5.1 El marco regulatorio**

21 Desde UGT hemos venido demandando un marco regulatorio que de
22 estabilidad al sector. Determinadas actuaciones desde el regulador vienen
23 incidiendo de modo notable en la marcha de algunas empresas, eso fue en el
24 pasado con la telefonía fija y actualmente se quiere hacer algo parecido con la
25 telefonía móvil.

26 Incrementar la competencia con la finalidad de crear nuevos servicios, reducir
27 precios y facilitar la posibilidad de elección puede ser entendible si con tal se
28 deriva un beneficio claro para usuarios y la ciudadanía en general, pero
29 quedan por ver ciertos beneficios cuando lo que se quiere es una
30 liberalización asimétrica penalizando a unos y beneficiando a otros que no
31 exponen.

32 Hemos visto como la inversión y el empleo se viene retrayendo de modo
33 constante y de igual modo observamos por diversas encuestas que la
34 valoración que los usuarios hacen de los servicios en general, al margen del
35 tipo de empresa que sea, son ciertamente muy severos.

36 Si algo caracteriza al subsector de operación en nuestro País es una
37 fragmentación que no aporta beneficios contrastables al conjunto de la
38 población y usuarios en general.

1 Fomentar la competencia no significa mantener artificialmente un esquema
2 que quiere ser de competencia. Desde UGT no podemos permitir un marco
3 competitivo en el que muchos operadores lo son a título nominal. Tampoco
4 podemos permitir que se pongan en marcha empresas y expectativas que son
5 cerradas de modo inmediato debido a actuaciones que no suficientemente
6 meditadas. Por ello propugnamos una reordenación que clarifique la situación
7 confusa que se vive en la actualidad.

8 La regulación debe reorientarse de modo que ya no se limite a promover la
9 competencia (que en España se ha limitado a actuaciones en materia de
10 precios) sino a la búsqueda de objetivos sociales, que se implique claramente
11 en la defensa del empleo y del consumidor y que adopte medidas decididas
12 para evitar la brecha digital y la pérdida de cohesión territorial.

13 **5.2 Superar la brecha digital.**

14 La Administración deberá seguir propiciando un marco en el que se puedan
15 desarrollar nuevos servicios y al mismo tiempo, garantizar que estos se
16 ofrezcan en condiciones de igualdad por parte de los nuevos entrantes.

17 Es responsabilidad de la Administración el corregir los desequilibrios que se
18 pueden originar en el seno de la sociedad por lo tanto ha de generar políticas
19 que corrijan las desviaciones en la cohesión social y territorial.

20 El plan de convergencia con Europa que UGT demanda es aquél que tenga
21 como resultado la mejora de la competitividad de la economía española, el que
22 refuerce cohesión interna, la mejora en el bienestar común con la
23 incorporación de las nuevas tecnologías a la vida cotidiana y por supuesto la
24 creación de empleo.

25 La importancia de las líneas estratégicas que se aprueben deberían de
26 responder a estas expectativas y no a otros intereses muy singulares que
27 pueden aflorar en relación con el mercado y el beneficio de algunos por
28 encima de lo que políticamente fuera deseable.

29 Desde nuestro punto de vista la filosofía del Plan debe quedar claramente
30 definida y los objetivos políticos del mismo deben de ser ampliamente
31 compartidos y consensuados. Cuando hablamos de objetivos del Plan debemos
32 cifrarlos en tres que son básicos:

- 33 • Resolver de modo satisfactorio las profundas divergencias existentes
34 entre las diversas comunidades autónomas y los entornos; rural ó urbano.
- 35 • Servir a la cohesión social resolviendo la exclusión digital en función
36 del poder adquisitivo o las carencias formativas.
- 37 • Acercar los ratios españoles a la media europea.

1 En consecuencia nuestras demandas en relación con el Plan que está
2 elaborando el Gobierno ha de reducir la distancia que nos separa de los países
3 más avanzados, acercándonos a la media europea en los indicadores básicos.

4 Al mismo tiempo habrá de corregir las profundas disparidades existentes entre
5 las Comunidades Autónomas. El plan debería de contemplar la asimetría en
6 los apoyos económicos o lo que es lo mismo arbitrar regiones objetivos 1 y
7 otras que no lo son, en aquellas iniciativas impulsadas por la Administración
8 Central.

9 El plan debería contemplar no solo la inversión en equipos y tecnologías sino
10 también la inversión en recursos humanos. Progresar hacia la sociedad del
11 conocimiento exige amplios esfuerzos inversores en formación y capital
12 humano. Es este aspecto lo que tendría que caracterizar al nuevo plan frente a
13 los anteriores.

14 El Plan ha de servir para reforzar la autonomía de las personas, las
15 posibilidades de elección y el progreso democrático de la sociedad española.

16 Por último, el Plan ha de suponer un eslabón más hacia el progreso de la
17 sociedad española en un camino hacia la modernidad propiciando el cambio.

18 Estas cuestiones que posiblemente no habrán de figurar en el preámbulo del
19 Plan deberían de constituir desde nuestro punto de vista sus elementos
20 básicos.

21 Un plan no puede ser efectivo si sigue la senda de los anteriores planes por lo
22 que se precisa que

23 El Gobierno ponga los recursos suficientes y que movilice a los agentes y
24 sectores interesados incluido a la sociedad y las instituciones en su conjunto.

25 La iniciativa estatal ha de ser compartida por el conjunto de las Comunidades
26 Autónomas. Trabajar en el consenso y en la coordinación de los diversos
27 planes autonómicos es trabajar por la cohesión regional y social. Si algunas
28 Comunidades Autónomas no participan o se mantienen claramente al margen,
29 sus posibilidades de éxito se verán muy disminuidas.

30 Un marco asimétrico. Considerar al conjunto del Estado en su diversidad, de
31 que hay zonas que precisan de mayor esfuerzo, considerar que el reto no
32 consiste tanto en alcanzar rápidamente medias europeas como de que el
33 crecimiento ha de ser lo más homogéneo posible. Eso exigirá la fijación de
34 regiones como objetivo 1 y otras que precisaran de menores esfuerzos dada la
35 dinámica de su crecimiento y su mayor riqueza.

36 Consideramos que el camino hacia la sociedad del conocimiento o de la
37 información debería suponer una mejora para todos y no para determinados

1 sectores o empresas. El pacto social sobre la Sociedad del Conocimiento
2 demanda la participación de todos los sectores sociales y especial de sus
3 organizaciones; patronales, sindicatos, usuarios etc.

4 Del mismo modo es una necesidad inexcusable la constitución del Consejo
5 para el Avance en la Sociedad de la Información como foro de encuentro de
6 las diferentes iniciativas tanto de la Administración Autónoma como la del
7 Estado.

8 Igualmente pedimos la constitución de un Consejo Social para el progreso de
9 la Sociedad de la Información en el que estarían representados la
10 Administración y los agentes económicos y sociales en el que se analizarían
11 los diferentes proyectos y su incidencia en el conjunto de la población.

12 **6.- LA ACCION SINDICAL**

13 Hoy al igual que en los últimos años persisten los mismos obstáculos para el
14 ejercicio de la actividad sindical. Acción sindical ha de tener muy en cuenta
15 los cambios que se están produciendo a escala global, de sobra es sabido de
16 que si Europa no quiere perder la competitividad en el marco de una economía
17 cada vez mas global deberá de instrumentar mecanismos para que nuestros
18 productos sean competitivos y que a la vez se pueda permitir la continuación
19 del modelo económico europeo basado en la sostenibilidad del estado del
20 bienestar actual y la estabilidad en empleo.

21 En UGT debemos de realizar una acción sindical que ha de enfrentarse a una
22 situación que se significa por lo siguiente:

23 Un modelo de gestión en el que las nuevas técnicas de gestión y dirección
24 convierten a las empresas en “baluartes”, donde la concepción del negocio se
25 plantea como una lucha sin cuartel con una agresividad inusitada, tanto hacia
26 sus competidores como hacia el interior de la propia empresa.

27 Un marco de lento crecimiento, los incrementos del PIB durante los últimos
28 años aunque superior a otros países europeos no son suficiente para acabar con
29 el paro y con determinadas condiciones de trabajo que está afectando
30 especialmente a los trabajadores con cualificación mas baja y a subsectores
31 que se están reestructurando o que han perdido funcionalidad.

32 Una amplia movilidad en el que aparecen y desaparecen empresas, bien por
33 dificultades en la gestión o porque son absorbidas por otras y en las que se
34 producen constantes reducciones de plantilla, limitando el desarrollo sindical
35 en las mismas.

36 Empresas en las que, debido a la precariedad, a la presencia en su seno de
37 trabajadores que no comprenden el hecho sindical y en ocasiones a la

1 manifiesta animadversión al sindicalismo de sus directivos, se hace muy difícil
2 la penetración sindical.

3 Un marco laboral que resta cada vez mas, capacidad a los sindicatos y en el
4 que las exigencias de los empresarios se ven reforzadas por las disposiciones
5 que se han venido aprobando por los Gobierno de derechas durante los
6 últimos años.

7 Una nueva situación del mercado en que novedosas formas de actividad
8 (Teletrabajo), nuevas formas de contratación (ETTs) y la proliferación de
9 autónomos y diferentes formas de colaboración, están sustituyendo a las
10 formas clásicas de plantilla.

11 **6.1- Elementos para la negociación colectiva**

12 UGT-Comunicaciones como sector que encuadra a trabajadores de los
13 subsectores de los operadores, del telemarketing, de la instalación,
14 comercialización y de los media debe atender a las múltiples formas que está
15 adoptando el cambio tecnológico y el cambio de la filosofía de las empresas.
16 En ese sentido seguimos creyendo, como no podía ser de otro modo, que los
17 sindicatos son el principal instrumento de los trabajadores y que en cualquiera
18 que sea el modelo de producción y relación el sindicato conserva su plena
19 vigencia.

20 ***6.1.1 Frente a la individualización en la negociación, la negociación*** 21 ***colectiva.***

22 La necesidad constante de empleo está debilitando estructuralmente la
23 posición tradicional de los sindicatos. La flexibilidad en las formas de
24 contratación y la escasez de empleo viene propiciando un marco en el que la
25 relación bilateral trabajador-empresario sustituye a la negociación colectiva.
26 Esta individualización, que surge al margen de cualquier tipo de control
27 administrativo o sindical, está forzando a la baja las condiciones de trabajo y
28 salarios.

29 Este tipo de relación nos debe llevar a la conclusión de que es necesario
30 propiciar el desarrollo de estándares mínimos en torno a la calidad del trabajo,
31 en salud laboral, modelos de contrato, condiciones salariales y de respeto a las
32 reglas del juego democrático en cuanto al reconocimiento de la representación
33 e interlocución, generando un marco mínimo en función del subsector en
34 cuestión que sirva para la negociación de los “casos especiales de empleo”.
35 UGT-Comunicaciones deberá analizar en jornadas específicas alternativas
36 adecuadas para corregir la falta de articulación de este tipo de trabajadores.

1 **6.1.2 Sobre la precariedad**

2 Desde UGT se debe abordar la constante reducción de empleos estables y la
3 multiplicación de otros, de carácter efímero, que de hecho están
4 institucionalizando como algo habitual la precariedad en el sector. Sin
5 embargo, hablar de precariedad en un entorno en el que necesariamente se
6 genera empleo y se demandan nuevas capacitaciones es una ironía.

7 En relación con este tema la posición de UGT debe de ser clara. La aceptación
8 de cualquier tipo de contratación para el combatir el desempleo no puede una
9 posición válida desde una posición sindical responsable. Un empleo sin
10 garantías no es un empleo y debe ser tarea firme del sindicato el oponerse a
11 estas iniciativas, proponiendo formas contractuales de contratación indefinida
12 en cuantos ámbitos se cree nuevo empleo e insistiendo en el esfuerzo de la
13 conversión en empleo estable del precario ya existente en el sector.

14 **6.1.3 Sobre los cambios en las necesidades de formación**

15 Los cambios tecnológicos, los cambios en la gestión y la continua sucesión de
16 nuevos productos y/o servicios están afectando de gran manera al desarrollo
17 de carreras profesionales.

18 El empleo del sector se está asociando a tecnologías y procedimientos
19 específicos lo que conlleva que especialidades creadas para un determinado
20 producto o servicio mueran con el producto.

21 El debate sobre el empleo es también el debate sobre la formación. Las nuevas
22 profesiones demandadas por muchas empresas no existen, ni el currículo
23 formativo de universidades y escuelas de formación profesional, lo
24 contemplan y aunque hay peticiones continuas de los empresarios para que la
25 formación reglada se haga cargo de las nuevas necesidades en la práctica es
26 imposible.

27 Desde UGT debemos demandar que el empleo se vincule a sistemas
28 formativos que puedan dar respuesta a la migración de actividades, y debemos
29 comprometer nuestro esfuerzo en conseguir titulaciones y capacitaciones
30 estándar en el marco de los ámbitos administrativos donde deben decidirse.
31 Este proceso ha de ser dinámico y revisable, en el que se habiliten módulos en
32 función de la evolución tecnológica y del mercado. Deberán arbitrarse
33 mecanismos de certificación en el marco de las capacitaciones laborales, pero
34 al mismo tiempo debemos demandar de las empresas que el último estadio de
35 la formación, la específica del puesto de trabajo corresponde a la empresa que
36 debe a su vez invertir en formación. La delimitación de la frontera sobre que
37 corresponde a al sistema y lo que corresponde a la empresa lo debe dictar el
38 sentido común y la eficiencia del sistema.

1 **6.1.4 Sobre la homogeneización de las condiciones laborales**

2 UGT debe realizar una defensa de los derechos laborales que las condiciones
3 sean homogéneas, esto quiere decir que hay “excepciones” que se presentan
4 en colectivos o actividades de reciente implantación, encubiertos bajo la
5 acepción de “atención al público” o “disponibilidad de los instrumentos”, que
6 permiten condiciones de salario, horarios, vacaciones y disfrute de festivos y
7 régimen disciplinario al margen de lo establecido previamente entre
8 trabajadores de la misma empresa.

9 Las citadas “excepciones” se generalizan también con trabajadores que,
10 mediante determinadas condiciones, son contratados por tarea, obra etc.,
11 revistiendo formas diversas su modelo contractual: autónomo, contratos
12 mercantiles, por resultados etc. Estas condiciones conviven con otras en el
13 seno de una misma empresa y están posibilitando la paulatina transformación
14 del empleo fijo con condiciones laborales “estables” provenientes de la
15 negociación colectiva, en un tipo de empleo sumamente precario.

16 Del mismo modo, es habitual que en el seno de un mismo grupo las
17 condiciones y salarios de los trabajadores varíen con mucha intensidad. La
18 alternativa de UGT no puede ser otra que perseguir la máxima
19 homogeneización de las condiciones de trabajo entre los trabajadores de un
20 mismo grupo.

21 **6.1.5 La reducción del horario laboral**

22 La reducción del horario laboral es un objetivo estratégico de la UGT, siendo
23 un elemento básico para la redistribución del trabajo disponible. En este
24 sentido las ganancias en productividad deben revertir a los trabajadores bajo la
25 forma de disminución del tiempo de trabajo, que a su vez ha de ser
26 nuevamente instrumentado en la creación de más empleo.

27 El sindicato ha de velar por una disminución de horarios que repercuta en una
28 creación de empleo, repartiendo el tiempo de trabajo disponible y se
29 arbitrando mecanismos que graven las horas extras aumentando su cotización
30 a la Seguridad Social.

31 Al mismo tiempo es necesario un esfuerzo educativo que convenza a los
32 trabajadores de que se ha de tener otra percepción de la realidad que no
33 consiste en exclusiva en trabajo meramente como instrumento remunerativo,
34 sino que existen otras formas de vida y que estas formas son deseables. Tiene
35 sentido por lo tanto situar un objetivo de jornada laboral coherente con un
36 programa global de satisfacción de las necesidades en la línea de las medidas
37 expresadas en la nueva Ley de Conciliación de la Vida Laboral y Familiar.

38 La reducción del tiempo de trabajo debe ser resultado de un esfuerzo colectivo
39 para ser efectiva. La negociación colectiva puede abrir determinadas brechas

1 en el horario laboral pero no es la acción definitiva. Se deben concitar
2 voluntades en este sentido con las Administraciones Autonómicas más
3 progresistas, en relación con sus propios trabajadores, con la Administración
4 Central y con la Unión Europea mediante una Carta Social sobre el Tiempo
5 de Trabajo.

6 ***6.1.6 La conservación y extensión del bienestar social en el seno de las*** 7 ***empresas***

8 La reforma del Estado de Bienestar es una constante de discusión en los
9 ámbitos políticos, económicos y sociales, debatiéndose desde posturas
10 extremas de defensa a ultranza sin admitir modificación alguna para
11 adaptarlo a nuevas realidades hasta los fundamentalistas del capitalismo que
12 proponen simple y llanamente su disolución y cierre.

13 Más margen de incertidumbre aflora cuando observamos que algunas políticas
14 que se quieren instrumentar desde la oposición insisten en líneas parecidas.

15 Esfuerzos realizados para mantener el Régimen de la Seguridad Social y los
16 acuerdos sobre este tema vienen a colisionar con otros como la transferencia
17 de la asistencia sanitaria a las comunidades autónomas que hacen presagiar
18 distintos modelos de atención lesivos hacia el carácter universal de dicha
19 asistencia.

20 Como UGT-Comunicaciones y estrictamente en el marco de nuestras
21 competencias poco podemos hacer sino requerir en el ámbito confederal para
22 que se reclamen en el marco de la CES acciones decisivas en la protección del
23 Estado del Bienestar y en la persecución de una Europa Social, con el
24 objetivo de proteger no sólo condiciones laborales o económicas sino en la
25 necesidad de obtener un equilibrio real en términos de aproximación de los
26 ingresos disponibles, del acercamiento de las estructuras económicas y
27 sociales a las relaciones laborales, del mantenimiento de los niveles de
28 bienestar y de una decidida implicación de los agentes sociales en todas las
29 cuestiones que les afecten.

30 En la misma medida en el seno de cada Estado miembro hay que realizar
31 acciones similares, pues de poco serviría abrir caminos a la cohesión
32 supraestatal si se mantienen o se incrementan las diferencias regionales.

33 Es necesaria por lo tanto la presión del movimiento sindical y de las fuerzas
34 políticas progresistas para llevar al convencimiento de las instancias
35 comunitarias que difícilmente una gran parte de la población europea, los
36 trabajadores, se sentirán implicados en la construcción del espacio común
37 europeo si no advierten que las ventajas de su creación y el reconocimiento de
38 derechos también se dirigen hacia ellos. Valgan como ilustración las
39 reticencias mostradas en los distintos referéndums celebrados recientemente
40 sobre la modificación de la Constitución europea.

1 El modelo social europeo se ha demostrado válido para abordar el proceso de
2 construcción europea y debe seguir siendo un pilar de ésta. Modelo que, tal
3 como ha afirmado en numerosas ocasiones el que fuera presidente de la
4 Comisión, Jacques Delors, es una combinación del mercado y sus límites, con
5 compromisos entre el capital y el trabajo, y con la intervención del Estado en
6 ámbitos básicos como son, por ejemplo, la educación, la investigación y la
7 ordenación del territorio.

8 Dentro de nuestro marco de actuación es preciso hacer una defensa encendida
9 de los elementos básicos del bienestar social acordados como mejoras en el
10 seno de las empresas. Debemos diferenciar aquellos elementos que son
11 sustanciales y los que no lo son. Los que son apropiados al tiempo que
12 vivimos y aquellos que han quedado sin funcionalidad.

13 En la reforma que previsiblemente haya que realizar deberemos de tener en
14 cuenta que la salud, las aportaciones a pensiones y los servicios sociales son
15 líneas directrices en el bienestar complementario en el seno de las empresas y
16 que otras cuestiones podrían ser revisadas sólo en la medida en que los
17 aspectos mencionados anteriormente fuesen reforzados.

18 La negociación colectiva ha de velar por la implantación de sistemas de
19 previsión complementaria en las empresas que no cuenten con los mismos, no
20 es de recibo que en el seno de un mismo grupo haya empresas que si
21 participan de estos beneficios y en otras las carencias sean tan flagrantes. En
22 este sentido las plataformas de negociación colectiva de todas las empresas del
23 sector deberán contemplar esta demanda.

24 **6.2 El convenio de sector**

25 Los cambios que se estaban produciendo en el sector hicieron que UGT se
26 planteara a mediados de los años ochenta la inclusión como objetivo
27 estratégico el convenio de sector. Esta aspiración trataba de unificar y
28 establecer unas condiciones lo más homogéneas posibles para el conjunto de
29 trabajadores que en aquella época estaban en el Sector de las
30 Telecomunicaciones. Esta reivindicación trataba por un lado, de acercar a los
31 derechos laborales y las condiciones económicas que tenían por la época los
32 trabajadores de la Telefónica del monopolio a los trabajadores del sector de
33 contratas en instalaciones y trabajadores de empresas filiales. Al mismo
34 tiempo era una reivindicación netamente defensiva que buscaba que la
35 negociación a la baja y las crisis cíclicas por la que pasaban las empresas de
36 contratas de instalaciones no afectaran en cuanto al coste laboral a unas más
37 que a otras, manteniendo de este modo una cierta uniformidad.

38 Hoy, la realidad del mercado de las telecomunicaciones está cambiando de
39 modo acelerado, exponiendo a los trabajadores a dificultades y problemas de
40 muy variado cuño.

1 El Convenio de Sector o lo que significa como tal en este momento adquiere
2 una dimensión muy diferente a la que teníamos hace más de una década. Hoy,
3 la cantidad de empresas existentes en los distintos subsectores y las
4 condiciones laborales de una heterogeneidad más allá de lo tolerable, aconseja
5 de forma más perentoria que nunca abordar el establecimiento de una
6 estrategia que nos conduzca al Convenio del Sector de modo definitivo. Tal
7 Convenio debe, teniendo en cuenta la realidad de los diferentes subsectores,
8 establecer unos mínimos que han de estar presentes en el conjunto del Sector.

9 La realización de este proyecto no se puede plantear como un todo o nada,
10 sino que hemos de arbitrar esquemas de aproximación al objetivo final,
11 abarcando en la medida de lo posible y en la correlación de fuerzas existente
12 en cada momento, avances hacia un modelo que quizá ahora no pueda ser
13 considerado definitivo, pero que en realidad debe suponer un avance sobre la
14 situación actual. Un modelo que nos acerque desde las partes al todo.

15 Sirvan de punto de referencia los acuerdos que se han llevado a cabo en el
16 seno del Grupo Telefónica (Acuerdo Marco del 2003) que sin entrar a las
17 distintas realidades y particularidades de cada empresa, sí articulan una
18 declaración de intenciones y de formas de relación preestablecidas que
19 permiten la resolución de conflictos, el acuerdo respecto a decisiones
20 estratégicas y la concertación como forma de resolver los problemas.

21 Sin embargo, en el camino hacia un convenio del sector son muchas las
22 resistencias que hay que vencer (incluido cierto corporativismo de algunos
23 trabajadores) debiendo ser plenamente conscientes que las actuales líneas de
24 actuación de las empresas van en un sentido claramente contrario a esta
25 reivindicación.

26 **7.- EL SINDICATO.**

27 ***7.1 Un sindicato que mire hacia la sociedad.***

28 Si los sindicatos se mantienen negociando tan solo en el marco de la empresa,
29 la globalización del mundo económico/empresarial acabará finalmente
30 desarticulándolos. Los sindicatos sólo pueden sobrevivir, y con ellos la
31 defensa de los derechos de los trabajadores, planteando un debate social y
32 político sobre las nuevas formas de organización económica, social y política,
33 buscando un modelo que garantice la conexión entre productividad,
34 competitividad, reparto de la riqueza y bienestar social en las nuevas
35 condiciones tecnológicas.

36 La toma de conciencia de la nueva situación histórica y la necesidad de abrir
37 un amplio debate en las distintas secciones sindicales, en las uniones etc., son
38 requisitos indispensables para reinventar un movimiento obrero (obreros de la
39 información) que responda punto por punto y sin antiguallas, a la reinención
40 que de sí mismo ha realizado el capitalismo de nueva planta. No para volver a

1 la lucha de clases, superada por una sociedad mucho más compleja que la del
2 capitalismo clásico sino para recordar a las empresas, al mundo y a nosotros
3 mismos, que podemos y debemos pasar de vivir para producir a producir para
4 vivir.

5 Dicho debate no debe quedar circunscrito sólo a trabajadores y empresarios,
6 sino que debe extenderse al conjunto de la ciudadanía, aportando el mensaje
7 de que la protección de derechos, nivel de vida y puestos de trabajo de los
8 trabajadores del sector son la única garantía de la promoción y fomento de un
9 servicio de calidad, de prestación universal y homogénea

10 El sindicato debe mantener una alta actividad en relación con la sociedad,
11 interviniendo en cuantas ocasiones se nos requiera y haciendo llegar nuestra
12 voz a los ámbitos donde se trate la política de telecomunicaciones y la
13 situación de los trabajadores del sector. En ese sentido debe actuar de apoyo
14 en las labores de comunicación que se nos requiera por parte de la Federación
15 y de la Confederación.

16 Independientemente de estas labores, el sector debe desarrollar una amplia
17 campaña de comunicación en el próximo periodo con la finalidad de advertir a
18 la población y a los diversos sectores de la misma sobre los cambios que se
19 están operando en las telecomunicaciones y el alcance de los mismos a los
20 sectores más desfavorecidos de la sociedad. La defensa de la cohesión social y
21 territorial e impedir el establecimiento de una sociedad dual debe de ser un
22 objetivo sindical por ello estimamos de gran importancia la presencia sindical
23 en cuantos ámbitos de concertación, asesoramiento y control estén presentes
24 los agentes del sector.

25 Es esencial para el sindicato establecer marcos de relación con aquellos
26 sectores que sin duda se verán afectados por los procesos de liberalización,
27 que van a ver como su calidad en la comunicación y los precios que han de
28 pagar van a experimentar cambios en negativo, del mismo modo UGT deberá
29 de tener presencia a través de foros de discusión en prensa y en la red sobre las
30 telecomunicaciones y la sociedad de la información.

31 UGT-Comunicaciones tiene suficientes recursos humanos que pueden
32 comprometerse en un acción de este tipo en la misma medida en que surgen
33 asociaciones en defensa del medio rural, la defensa de la sanidad pública, de
34 defensa del ferrocarril, etc., hay que iniciar movimientos en defensa de unas
35 telecomunicaciones públicas y en defensa de un acceso para todos a la
36 Sociedad de la Información.

37 El sindicato no puede mirar en exclusiva hacia la negociación colectiva de las
38 empresas, ni de una sola empresa, sino que ha de volcarse en tratar de no
39 perder una batalla que ya ha quedado planteada con la confrontación sobre dos
40 modelos. Dicha batalla no se libra tan sólo en el seno de las empresas sino que
41 tiene lugar en los medios de comunicación y en el seno de la sociedad, entre

1 aquellos que aún consideran que los valores de libertad, igualdad y
2 solidaridad son todavía necesarios y los que pretenden volver a tiempos
3 superados históricamente.

4 Hay notables elementos de preocupación en la ciudadanía sobre los efectos
5 para la salud de las nuevas tecnologías, de los peligros potenciales que para la
6 infancia y la educación puedan tener determinados accesos a Internet, la
7 defensa de la libertad o los riesgos para la privacidad. Asuntos estos en los que
8 el Sindicato debe de dejar oír su voz, contribuyendo por ende a la vertebración
9 de la sociedad civil y al fortalecimiento de la democracia en su seno.

10 La defensa de la salud y el medio ambiente reviste una gran importancia para
11 UGT. Los temores desatados en relación con las emisiones radioeléctricas no
12 deben hacernos caer en el histerismo fácil pero tampoco debemos ignorar las
13 inquietudes que afectan a gran número de ciudadanos. Desde UGT se ha de
14 reclamar un estudio serio y comprometido por parte de organismos y
15 científicos independientes del impacto en la salud de estas emisiones. Del
16 mismo modo, se debe reclamar el respeto ambiental mediante la sustitución de
17 mástiles y la defensa de infraestructuras comunes allí donde sea posible.

18 ***7.2 El rechazo del neocorporativismo sindical.***

19 El Sindicato tiene dos caminos: Imbricarse cada vez más con la sociedad, con
20 los trabajadores, con los desfavorecidos y parados, abriéndose a la sociedad e
21 intentando integrar las reivindicaciones que compartamos y que formen parte
22 sustancial de nuestra ideología, u optar por el neocorporativismo sindical
23 proyectando un sindicato subvencionado, tutelado, que mantenga un simple
24 tono testimonial en sus reivindicaciones.

25 El futuro vendrá marcado por la capacidad del sindicato de mirar hacia otros
26 movimientos sociales y sus objetivos dependerán de esta evolución. Si se
27 separa de este discurrir, si considera que su misión consiste exclusivamente en
28 la defensa de los asalariados, el sindicato acabaría degradándose en una fuerza
29 neocorporativista y conservadora en un mismo esquema que tiene su
30 plasmación en algunas fuerzas sindicales de determinados países.

31 UGT-Comunicaciones fiel a su historia ha mantenido en todo momento un
32 carácter reivindicativo y, pese a las diferencias en el modo de enfocar
33 determinadas reivindicaciones que pueda haber tenido en su seno, siempre ha
34 adoptado posiciones mayoritarias en consonancia con la filosofía fundacional
35 de la UGT.

36 Caminar en este sentido implica superar una fractura. El sindicato no es
37 propiedad de sus afiliados y mucho menos de sus cuadros. Es un patrimonio
38 de los trabajadores y ese es el sentido que debe prevalecer. La vieja pugna
39 entre los modelos de representación nada puede ayudar en la situación actual.

1 **7.3 Una organización basada en la participación.**

2 Mucho menos realista será considerar que el sindicato solo sirve a los activos.
3 Si somos consecuentes con las reivindicaciones que mantenemos en defensa
4 del Estado de Bienestar, la necesidad de unas comunicaciones públicas, de la
5 igualdad en el acceso o de protección del medio ambiente, reivindicaciones
6 que exceden el ámbito laboral y se enraízan en lo social, debemos de concluir
7 que las reivindicaciones de parados, prejubilados y jubilados son también
8 competencia del sindicato, de este sindicato. La realización de tareas como las
9 que hemos mencionado, exige la participación de todos activos y no activos,
10 jóvenes y mayores, hombres y mujeres.

11 El movimiento sindical debería dar un enfoque prioritario a los problemas de
12 la mujer, particularmente en el sector servicios, pues es el mercado de trabajo
13 femenino el que, ante la indiferencia práctica de los sindicatos por sus
14 problemas, suele actuar como ejército de reserva, presionando a la baja sobre
15 las condiciones laborales. Por añadidura, la mujer trabajadora une a su
16 condición de mujer y madre de familia, situaciones de explotación en los
17 puestos de trabajo en mayor grado que el hombre.

18 En gran medida subsectores enteros como los de telemarketing y la
19 comercialización tienen un alto grado de componente femenino
20 (aproximadamente un 80% de la fuerza de trabajo). Las trabajadoras han
21 entrado en la esfera de actividades nuevas generadas por nuevas empresas en
22 las que, en muchos casos, padecen altas tasas de precariedad, sistemas de
23 control abusivos y salarios muy inferiores a los de otros subsectores, a esta
24 circunstancia hay que añadir la mas que evidente falta de conciliación de su
25 vida laboral con la vida familiar.

26 Hay una clara orientación empresarial para cubrir estos puestos con personal
27 femenino, al que estos “empresarios” consideran más dócil y menos
28 reivindicativo, de ahí que nuestro compromiso trasciende el hecho de la
29 defensa de igualdad de sexo y entra en la defensa de los sectores
30 desfavorecidos.

31 **7.4 La información y la comunicación con el afiliado. El empleo de las** 32 **nuevas tecnologías**

33 Mantener una organización que pueda responder en la nueva era significa que
34 debemos ser capaces de mantener una organización lejos de los modelos
35 jerarquizados vigentes en otros tiempos.

36 El nuevo modelo en lo que no este regulado por los estatutos federales y
37 confederales deberá adoptar en lo operativo un esquema de funcionamiento
38 reticular y lo mas descentralizada posible sin perjuicio de la unidad de mensaje
39 que todos debemos de trasladar en función de lo acordado por nuestros
40 órganos competentes.



- 1 Al mismo tiempo, habrá de instrumentar mejoras en nuestra comunicación
2 interna que permita el establecimiento de foros de debate y discusión y buzón
3 de alternativas en la red.

- 4 Nuestras posibilidades de comunicación han de ser explotadas al máximo. El
5 correo electrónico debe formar parte de nuestro quehacer diario y la relación
6 con los afiliados debe bascular, en el caso que lo haya, preferentemente sobre
7 este soporte.

- 8 Este esquema de funcionamiento podrá adoptar la creación de grupos de
9 trabajo en red de los que se recibirían propuestas e iniciativas.

- 10 Abrirse a la sociedad es también mantener nuestra voz en aquellos ámbitos a
11 los que podemos acceder en virtud de las nuevas tecnologías.