

El comercio minorista de Paraná en la tragedia de la pandemia. Comportamiento del sector, dispositivos implementados, normativas en vaivén, e impacto en las subjetividades e identidades laborales

Graciela Mingo; Cesar Sione; Fabiola Bogado Ibarra; Valeria Rodrigo; Elisa Sarrot; Teresa Luque

Autores: Facultad de Trabajo Social, Universidad Nacional de Entre Ríos. Alte. Brown 54, Paraná, Entre Ríos, Argentina.
Contacto: gmbevilac@gmail.com o cesar.sione@uner.edu.ar

ARK: <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s22504559/rb05ym41z>

RESUMEN

Nuestro proyecto¹ recorre la realidad del sector de comercio minorista en la ciudad de Paraná, con significativo peso en la economía, en su comportamiento desde 2018 en adelante, abarcando el antes y durante de ese fenómeno global que ha sido y está siendo la pandemia por el COVID-19.

Desde ese momento de arranque del estudio del sector (2018), en primer lugar caracterizaremos la crisis vivida por la desaceleración de la economía que lógicamente retrajo el consumo y aumentó el desempleo, con fuertes consecuencias para el sector estudiado. Esta crisis se profundizó a partir del 20 de marzo de 2020, cuando se declaró el ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio) en todo el territorio nacional a raíz de la pandemia global por COVID-19 y se paralizaron numerosos sectores de la economía, entre ellos el comercio de productos considerados por dicha disposición como no esenciales.

En segundo lugar, describiremos distintos dispositivos puestos en marcha por los pequeños comerciantes de la ciudad de Paraná para sobrevivir ante la crisis agravada por la realidad que conllevó la pandemia, proceso en el que se agudizaron las formas del contrato informal del personal, a lo que se suma la entrada abrupta al escenario de las ventas *online* -fenómeno que venía siendo tendencia pero se impone definitivamente con el aislamiento-.

Por último, profundizaremos cuál ha sido y está siendo el impacto de estas transformaciones en las subjetividades e identidades laborales de los trabajadores de este sector.

Se realiza una mistura metodológica, recurriendo a diferentes fuentes de información a través de los medios periodísticos, documentos elaborados por entidades del sector, información de la EPH (Encuesta Permanente de Hogares) del INDEC, junto a la observación directa de las áreas comerciales en diferentes momentos y, en especial, entrevistas realizadas a los/as trabajadores/as de comercio de la ciudad de Paraná y otros referentes de la actividad.

Palabras clave: recesión económica; pandemia; dispositivos de pequeños comerciantes y trabajado-

1. PID 5120 FTS-UNER denominado "El trabajo en el sector del comercio. Características, identidades y sentidos otorgados por los trabajadores a su actividad laboral en el aglomerado Gran Paraná, Entre Ríos", aprobado por Resolución número 501/17 "CS", cuya directora es Graciela Mingo y el co-director César Sione. El equipo está integrado además por Elisa Sarrot, Teresa Luque, Valeria Rodrigo y Fabiola Bogado Ibarra.

res/as; subjetividades; identidades laborales.

1) El escenario económico y social entre los años 2018-2020

Comenzaremos con un recorrido acerca de lo acontecido en el sector de comercio minorista en la ciudad de Paraná entre 2018 y 2020.

Si bien la crisis por la desaceleración de la economía fue previa y venía provocando retracción del consumo, aumento de la inflación y desempleo con consecuencias en el sector de comercio minorista, este proceso se aceleró aún más al declararse, el 20 de marzo de 2020, el ASPO (Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio) en todo el territorio nacional, por la pandemia causada por el virus COVID-19.

La irrupción de esta pandemia produce un antes y un después en la cotidianidad, como lo expresa Viltard (2020): “La crisis económica y humanitaria global ocasionada por el COVID-19 está transformando el modo en que las personas viven, trabajan y piensan [...]. En la nueva normalidad, nada será igual a lo que era antes.”

A nivel macroeconómico, en el año 2018 se dio en Argentina un endeudamiento a tasas mucho más altas que en el resto de los países de América Latina, por el acuerdo firmado con el FMI (Fondo Monetario Internacional)² con altos intereses, que conllevó a que se priorizaran las importaciones con disminución de la producción local y la pérdida de empleos genuinos. Desde la faz monetaria, se vivieron las corridas del dólar, creciente del déficit externo y salidas de capitales al exterior. Desde el Plan Fénix (2018), se expresaba que las medidas adoptadas no apostaron a la inversión productiva sino a la “inversión” financiera, con efectos opuestos a la producción y el empleo, sumado a los altos niveles de pobreza y a la distribución inequitativa de los ingresos.

El país transcurrió en una economía endeble que, en vez de virar, se profundizó con la irrupción del coronavirus, generando una situación socioeconómica compleja. Con el cierre de muchos de los establecimientos comerciales e industriales, la economía se contrajo aún más y la inflación alcanzó un pico histórico del 53,8% en el 2019 -el índice más alto desde 1991- que luego, en diciembre de 2020, disminuyó al 36,1% (INDEC) tras medidas como el congelamiento de tarifas de gas, transporte, luz, telefonía e internet.

En el panorama descrito, analizaremos cómo sobrellevaron la situación y qué dispositivos implementaron muchos comerciantes de venta al por menor y cómo fueron adaptándose los/as empleados/as en la ciudad de Paraná.

2) Panorama económico y dispositivos de supervivencia del comercio minorista

El sector de comercio minorista demostró en el periodo de análisis los síntomas del deterioro económico. Como sostiene Castel (1998), esto tiene su correlato en la cuestión social, con el constreñimiento en la capacidad de consumo, el detrimento y la incertidumbre de proyectos individuales y colectivos que se desvanecen tanto en el mundo del trabajo como en las formas de organización de las empresas, lo que hace que muchas no alcancen a perdurar en el tiempo. La incertidumbre aumenta y el riesgo se vuelve omnipresente, lo que significa “pensar la vivencia de tiempos inciertos” (Castel, 2010: 30)

Según fuentes periodísticas e informes de entidades que representan al sector empresarial, en los centros o puntos de ventas tradicionales de las ciudades del país, son muchos los sectores ligados a esta actividad que marcaron las limitaciones por la caída de las ventas minoristas al deteriorarse los ingresos de los hogares. Por ello, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) monitorea una caída de las ventas en un 9,2% en septiembre de 2018 respecto del mismo mes de 2017, tendencia que

2. En dicho acuerdo se contemplaba “reducir el déficit fiscal a 1,3% para el año 2019”, que no se cumplió, transfiriendo menores porcentajes en los subsidios a los combustibles y el transporte, cuyos costos fueron trasladados inmediatamente a la población con aumento de precios de las tarifas.

se siguió sosteniendo en los primeros nueve meses del año 2019 con un -12,8% de ventas de artículos en relación al año 2018, tanto de locales comerciales como la merma en la venta *online* (-9,0%). En el informe del 2020, las ventas cayeron al 8% anual, medida en cantidades, incluyendo tanto modalidad *online* como en locales físicos. El año finalizó con un descenso anual de -21,4%, y para 2021 las expectativas siguen siendo cautas por estar transcurriendo la segunda ola de la pandemia.

En síntesis, el escenario económico venía siendo altamente inseguro y las esperanzas de mejoría a partir del cambio de gobierno en diciembre de 2019 se dispararon rápidamente ante la nueva crisis producto de la pandemia de COVID-19. El comercio fue jaqueado por el aislamiento y el cierre de locales o centros comerciales para atención al público; bajaron las ventas por la invitación a quedarse en casa y, en consecuencia, se perdieron muchos puestos de trabajo, fundamentalmente aquellos que venían bajo la figura de la informalidad.

Desde el trabajo de campo, se hicieron varios recorridos por la zona céntrica de la ciudad de Paraná entre los años 2018 y 2020, documentado a través de fotografías, a lo que se sumó un relevamiento focalizado mediante encuesta llevada adelante en 2019.

De los locales comerciales visitados, el 60% se dedicaba a la venta de productos de indumentaria para todo público; en segundo lugar, a indumentaria femenina, y en menor medida a indumentaria masculina. La venta de indumentaria para niños es poco representativa. La segmentación le posibilita a los dueños definir la velocidad de la venta de sus artículos, que de acuerdo a Duy Gay (2019) está en consonancia con la relación y el manejo con los proveedores.

Respecto a las ventas, señalaron que las compras preponderantes se dan los días viernes y sábados (86,3% y 84,7%); el resto de los días es muy bajo el nivel de venta. Esto coincide con las estrategias dadas por el plan "Ahora 12" y "Ahora 18", porque en esos días se facilita el uso de la tarjeta de crédito, junto a descuentos en otros días de acuerdo a las tarjetas de crédito que promueven determinados bancos fuera del plan oficial.

Esto construye una "cultura del consumo" generadora de una nueva conducta de los consumidores, que los incita a aprovechar días específicos de la semana para comprar. Se suma la cartelería con promociones y, en menor medida, los encuestados mencionaron ventas a través de las redes sociales. Con el ASPO, esta situación se modificó, volviéndose predominantes las ventas a través de páginas web, *apps*, *Facebook*, *Instagram*, etc.

En el tema del empleo y las relaciones laborales en el comercio, la encuesta develó un peso importante de contrataciones que hacen a un vínculo laboral transitorio e intermitente: el 13,8% de los locales contrató al menos un empleado en esta modalidad, y un 9,2% contrató hasta dos empleados a tiempo parcial. Se acumula así un 23% de empleados que trabajan de manera transitoria, siendo de mayor peso aquí la fuerza laboral femenina. Esta transitoriedad es vivida como algo habitual, como veremos al trabajar subjetividades e identidades, ya sea por la procedencia social de los empleados de comercio, que es en su mayoría clase media o de cuello blanco³ en el sentido weberiano y con aspiraciones de movilidad social ascendente, lo cual ha condicionado históricamente una conducta moderada de este colectivo laboral en la búsqueda de un empleo y una débil identificación con su trabajo. Se lo toma como una salida laboral circunstancial, y por eso los acuerdos informales prosperan sin dificultad. Al momento de entrevistarlos/as, decían ser "trabajador/a eventual", o haberlo sido antes hasta quedar más fijos. La entrevistada M lo testimonio así:

"Mi compañera trabaja ahí y justo en ese lapso que yo estaba sin trabajo se necesitaba a alguien, como un refuerzo. Entonces me preguntó si me animaba. Y sí. Iba tal vez un sábado o un viernes. El

3. En contraposición a los "de cuello azul" que son los trabajadores fabriles, provenientes en su mayoría de sectores populares y con menor nivel educativo. Estas expresiones son de Weber

dueño viajaba y ella se quedaba sola. Y después seguí yendo, a veces un poco más seguido, dos o tres días. Después quizás pasaba un tiempo... Cuando se necesitaban en fechas claves. Y después sí, el negocio fue creciendo y se necesitaban más empleados."

De acuerdo a la EPH/INDEC (Encuesta Permanente de Hogares), el Cuadro 1 de la serie trimestral condensa el tamaño de la masa de asalariados de todas las ramas de actividad económica del Aglomerado y la parte de asalariados correspondiente al sector de comercio que se muestra con su representación porcentual en el periodo 2018-2020.

Cuadro 1. Aglomerado Gran Paraná
Asalariados del sector comercio en el total de asalariados del Aglomerado

Trimestre	Total Asalariados		Representación Porcentual	
	Rama Comercio	Todas la Ramas	Comercio	Todas la Ramas
1° Trimestre 2018	8.127	71.546	11%	100%
2° Trimestre 2018	7.833	65.525	12%	100%
3° Trimestre 2018	7.341	65.020	11%	100%
4° Trimestre 2018	7.360	64.022	11%	100%
1° Trimestre 2019	10.252	83.178	12%	100%
2° Trimestre 2019	12.646	89.011	14%	100%
3° Trimestre 2019	8.240	83.631	10%	100%
4° Trimestre 2019	9.604	82.787	12%	100%
1° Trimestre 2020	12.541	88.669	14%	100%
2° Trimestre 2020	11.724	76.629	15%	100%
3° Trimestre 2020	10.725	78.003	14%	100%
4° Trimestre 2020	10.461	80.103	13%	100%

Fuente: EPH/INDEC con elaboración propia del proyecto.

En el Cuadro 2 se desagrega porcentualmente los asalariados según se les haga o no descuentos jubilatorios como variable proxy de la informalidad laboral.

Cuadro 2. Aglomerado Gran Paraná
Asalariados del sector comercio en particular y de todas las ramas de actividad económica en general según realización de descuentos jubilatorios

Trimestre	Con Descuento Jubilatorio		Sin Descuento Jubilatorio	
	Rama Comercio	Todas las Ramas	Rama Comercio	Todas las Ramas
1° Trimestre 2018	78,7%	78,8%	21,3%	21,2%
2° Trimestre 2018	64,9%	77,0%	35,1%	23,0%
3° Trimestre 2018	60,8%	76,1%	39,2%	23,9%
4° Trimestre 2018	73,1%	76,4%	26,9%	23,6%
1° Trimestre 2019	75,8%	75,5%	24,2%	24,5%

2° Trimestre 2019	74,9%	77,4%	25,1%	22,6%
3° Trimestre 2019	68,6%	80,9%	31,4%	19,1%
4° Trimestre 2019	61,1%	76,1%	38,9%	23,9%
1° Trimestre 2020	70,7%	74,5%	29,3%	25,5%
2° Trimestre 2020	70,3%	85,0%	29,7%	15,0%
3° Trimestre 2020	75,0%	80,2%	25,0%	19,8%
4° Trimestre 2020	71,9%	77,5%	28,1%	22,5%

Fuente: EPH/INDEC con elaboración propia del proyecto.

De la lectura de los cuadros precedentes, se desprende que al menos 1 de cada 10 trabajadores asalariados paranaenses se desempeñan en el sector de comercio, con un techo del 15% de representación relativa. En referencia a la tasa de informalidad o no, la registración supera en todos los trimestres al indicador de nivel general, mostrando que el comercio es una de las ramas donde la precariedad persiste, aunque no de modo tan elevado como en trabajadores cuentapropistas no profesionales, servicio doméstico en los hogares, sector construcción o “changarines”.

El primer trimestre de 2020 fue un punto de inflexión en el colectivo de trabajadores de comercio: venía creciendo en valores absolutos y comenzó a desacelerarse e incluso a decrecer en los siguientes trimestres del año por efecto de la pandemia.

Retomando la mirada más observacional, las inestabilidades se acentuaron en el contexto, siendo un indicador la cantidad de comercios cerrados o locales vacíos, algunos con un tiempo largo de existencia (zapaterías, artículos plásticos, vestimenta, etc.), cerrando sus puertas sin poder seguir compitiendo con otros locales de un rubro similar.

Las expectativas han variado por la crisis y, al momento de optar por mantener o no los emprendimientos, se obvia lo que Bourdieu (1988) explicitaba en cuanto a que en el campo social priman las preferencias, gustos y estilos de vida de los consumidores, y que aquí se pierden, ya sea por la caída de las ventas, la suba de costos de alquileres y servicios, junto a los problemas de financiamiento para sostener la cadena de pagos. Algunos achicaron el espacio para las ventas, otros se trasladaron desde los puntos neurálgicos, como pueden ser la peatonal o las calles principales de la zona céntrica, a alguna calle paralela. Otros se trasladaron a los barrios, al no poder hacer frente al pago de un alquiler en el radio céntrico, e incluso afectaron parte de sus propias viviendas, habilitando garajes o alguna habitación.

Para muchos comercios fue necesario cambiar para adaptarse y poder subsistir. La actividad tuvo un giro que demandó el equipamiento necesario para organizar las ventas vía telefónica, adquirir equipamiento tecnológico, capacitar al personal en el uso de plataformas para la venta mediada por Internet, la organización interna para la entrega del producto y el reacomodamiento de horarios. Muchos negocios se afiliaron con compañías de *delivery* como Pedidos Ya (transnacional) o Vamos Rápido (local) para enviar pedidos a sus clientes, ya sea de comida, ropa, bebidas, medicamentos, alimento para mascotas y todo tipo de artículos.

Además, hubo que operar en otros horarios y adaptar los protocolos sanitarios para el momento en que se habilitó nuevamente la apertura después del ASPO. Una trabajadora entrevistada expresa: “Comenzamos a aplicar de manera estricta el protocolo, tomar la temperatura al ingreso, alcohol para manos, barbijo, guantes descartables. Se decidió la suspensión del servicio de café, no compartir los sanitarios con clientes y el aislar por 48 horas las prendas que se hubieran probado”. Y agrega, como retrato de la reapertura: “Fue la vuelta cara a cara detrás de un tapabocas”. (Entrevista a S.)

Como síntesis de la implementación de diferentes dispositivos para enfrentar la crisis del sector, podemos resumir que la crisis económica con retracción del consumo, la caída de los salarios en relación

con los fuertes índices inflacionarios, entre otros factores que atravesó la economía en estos años, afectó al sector del comercio minorista de manera muy abrupta, con cierre de muchos locales, estancamiento de las ventas y precarización laboral, todo agudizado con la trágica pandemia.

Los planes Ahora 12 o Ahora 18⁴ han sido una salida oportuna para mantener en parte el volumen de ventas, como asimismo la implementación de otras ofertas. La implementación del protocolo sanitario obligatorio para poder mantener las puertas abiertas, por otro lado, significó gastos extras como disponer de alcohol en gel, de una herramienta para tomar la temperatura y productos sanitizantes antes no utilizados.

La pandemia precipitó el trabajo *vía online* como una forma de mantener los comercios y sus ventas. Desde el plano laboral, hubo trabajadores a quienes les resultó más sencillo enfrentar este desafío, realizando nuevos aprendizajes tecnológicos para incorporar en las ventas cuando la salida fue a través de la virtualidad. También se observa el agravamiento del empleo no registrado o a tiempo parcial, que puede nombrarse como trabajo eventual.

En esto juega un rol importante la falta de identidad y la desafiliación de los/as trabajadores del comercio, que para nosotros era un supuesto previo que, como veremos en el siguiente apartado, fue corroborado en campo. Pero, sumado a ello y a partir de la descripción de la crisis agudizada por la pandemia, también es cierto que, como lo expresa María Eugenia Longo, “el trabajo en condiciones de inestabilidad, precariedad y alienación pierde significatividad en su función integradora, en la construcción de vínculos y en la generación de un nosotros que fortalezca su identidad a partir de su inclusión en un determinado estatuto.” (Longo, 2004, P. 16).

3) Subjetividades e identidades de los trabajadores del comercio minorista

En el comercio minorista en Paraná, tiene una fuerte presencia la población trabajadora joven para la venta y atención al público en locales comerciales.

Al interior del amplio y heterogéneo colectivo de trabajadores del comercio, estos/as jóvenes vendedores/as van forjando sus identidades laborales en el marco de las transformaciones que reconfiguran dinámicamente al mundo del trabajo de hoy, reconfiguración a la que se suman los avatares que trajo la pandemia.

Las transformaciones se evidencian en la organización del trabajo, los criterios de flexibilidad, polivalencia y el incremento del uso de nuevas tecnologías para desarrollar ventas *online*. Aquí se propone compartir miradas conceptuales, metodología y resultados alcanzados en el trabajo de campo realizado.

Como hemos descripto en los apartados precedentes, el sector de comercio tiene, en el mercado de trabajo de Paraná -y también en Argentina-, un peso relativo importante. En 2017 ocupaba el segundo lugar en cantidad de asalariados, luego de la administración pública, Defensa y Seguridad Social⁵, situación que se ha mantenido en todos estos años. Con la pandemia disminuyó el empleo en los/as jóvenes, dado que el ASPO y el consecuente cierre de locales obligó a muchos comercios a reducir su personal o directamente a cerrar sus puertas.

La opción de abrir un pequeño comercio, o de entrar a trabajar como empleado en uno, fue siempre una posible tabla de salvación ante las crisis económicas y sus vaivenes. Por ello, no es casual que se agudice la interrogación referida a las subjetividades e identidades laborales, pensando que los salvavidas son herramientas obligadas en momentos de incertidumbre y, por ende, recurrir a salvarse abriendo un comercio o trabajando en él puede significar estar llegando a este trabajo por muchas otras razones que no son electivas.

Los escasos estudios que hallamos sobre el sector en el campo de las disciplinas sociales nos acercan

4. Resolución 104/2020 del Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior, que entró en vigencia el 1 de abril de ese año.

5. Según microdatos procesados del primer trimestre 2017 de la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC, 2017).

a algunas características de estos/as trabajadores/as.

Según Belén Fernández Milmanda y Enzo Benes:

"Estos trabajadores del comercio elaboran su identidad en relación a sus pautas de consumo antes que a su actividad laboral, y se autoubican dentro de la clase media antes que de la trabajadora, lo que redundaría en una débil conciencia gremial. Esta débil conciencia se relaciona en gran parte con condiciones reales de trabajo: una proporción importante de los trabajadores mercantiles se encuentran atomizados en pequeños establecimientos, así como en actividades por cuenta propia." (2010: 233)

Este aporte condice con nuestra sospecha, dado que la débil conciencia tiene que ver con una identidad débil, armada "con alfileres", y permite suponer que al sector comercio se adviene no aceptando del todo la actividad sino para satisfacer necesidades coyunturales. Por tanto, nos atrevemos a hipotetizar que es un lugar de paso, el que se dejará apenas se den oportunidades mejores, ya sea más relacionadas con una vocación, con una calificación o título específico, o con un mejor ingreso.

Esto se vincula con la procedencia social de estos trabajadores que, como mencionábamos, es en su mayoría clase media o media baja, o de "cuello blanco" en el sentido weberiano, y con aspiraciones de movilidad social ascendente, lo cual condiciona históricamente su conducta moderada como colectivo que no demanda mucho a nivel sindical.

En estos cambios continuos, algunos estudios indican que el perfil de los trabajadores del comercio está virando al tipo de trabajador "de cuello azul" pues, si bien se mantiene la heterogeneidad en cuanto a capital cultural y experiencias sociales que portan, van siendo sumidos, en nuevas experiencias de trabajo con más vulnerabilidad que los abroquelan o aglutinan, sobre todo a partir del surgimiento de grandes grupos de comercialización como hipermercados y *shoppings*⁶ (Ciccolella, 2000; Fernández Milmanda y Benes, 2010).

De este modo, el mundo laboral viene experimentando cambios conducentes a un nuevo paradigma productivo flexible y transformador del significado atribuido al trabajo remunerado como fuente de sentido de las identidades personales de los trabajadores (Sennett, 2000), en tanto se han socavado sus capacidades para suministrar formas de afiliación o pertenencia a identidades y proyectos colectivos, mostrando que las nuevas generaciones se insertan laboralmente con otras expectativas (Melucci, 2001), no poniendo ya en el trabajo sus principales atributos identitarios, como sí ocurría bajo el paradigma fordista de producción (Trajtemberg y Batisttini, 2015). El sector de comercio no es ajeno a estas transformaciones. Según la Organización Internacional del Trabajo (2003) las formas contractuales del sector se caracterizaban por cierto grado de estabilidad, pero en este nuevo escenario la realidad laboral muta hacia contratos temporales, conformando un cordón de trabajadores precarios. El empleo temporal y a tiempo parcial, atípico en tiempos pasados, alcanza cierto grado de aceptabilidad en el sector de comercio, constituyendo una nueva precariedad, y esto lleva a que no construyan identidad porque forman un colectivo de trabajadores/as informales.

Estas marcas de las que hablan los autores, y otras que hallamos en nuestro trabajo de campo, son abordadas aquí, en donde procuraremos poner en contexto las situaciones de fortaleza o debilidad que vivencian nuestros sujetos de estudio y cómo en ese marco los trabajadores construyen sus subjetividades, atribuyendo un sentido a su actividad y construyendo de alguna manera identidades.

Es importante agregar, desde el marco normativo que regula la actividad comercial, principalmente el propio Convenio Colectivo de Trabajo N° 130/75, que es un típico acuerdo de actividad y no de oficio

6. Los trabajadores de estos grandes grupos se han nucleado -al menos en Gran Buenos Aires- en un gremio paralelo: el Sindicato de Empleados de Hipermercados y Supermercados Mayoristas de Argentina, creado en julio de 2009 como un desprendimiento de la seccional del sur del Gran Buenos Aires (Fernández Milmanda y Benes, 2010). Esta tendencia a la escisión se está extendiendo a otras localidades del país.

o profesión. Esto significa que el colectivo agrupa a trabajadores cuyo común denominador está dado por la *actividad principal del establecimiento, sin importar la profesión u oficio que desempeñen cada uno de ellos en el mismo*. Y la noción de *actividad* está vinculada más al “hacer” genérico (vender libros, atender al cliente) que al “ser”, a diferencia del oficio o profesión que implica un “ser” (médico, maestro) vinculado a un hacer –especializado-. En coherencia con la característica de “acuerdo de actividad y no de oficio o profesión”, la entrevistada D. nos dice, al ser interrogada sobre qué capacitación previa se exige para ingresar a trabajar como vendedora, en su caso de artículos para oficina:

“[...] lo que siempre se requiere es que tengas buena presencia, que tengas un buen carácter, la predisposición, la paciencia. Más que nada eso. Después conocimiento, obviamente, sobre lo que sea ventas en un negocio. Sí te dan algunos cursos de capacitación de algunos elementos específicos que tenemos que tener conocimiento de su función y de cómo se utilizan para sacarles mejor provecho. Así que... se va adquiriendo muchísima experiencia de muchas cosas, más que nada en la atención y lo que es relación con el público, con la gente en general”.

En entrevista con el Secretario General del Sindicato de Empleados de Comercio de Paraná, el mismo argumenta:

“Hoy se le está exigiendo a los nuevos [empleados] el secundario, por lo menos. Y eventualmente, en algunos casos, se le está exigiendo manejo de computación, porque aún el trabajador que nosotros vemos en el supermercado y que creemos que lo único que hace es reponer, no es así.” (Pregunta: -¿Y para el comercio minorista?) “Lo que pasa es que ya, el vendedor, ahí entra otra cuestión que tiene que ver con el ángel, la pinta, ¡qué sé yo!”

Luego aclara que con “el ángel” refiere al buen trato y al carisma para lograr la venta, y con “la pinta”, a la buena presencia.

Además, en estas transformaciones de la sociedad global, las innovaciones tecnológicas que la caracterizan generan distintas formas de relaciones laborales que impactan fuertemente junto con la dinámica de la economía, contribuyendo a heterogeneizar aún más al colectivo, junto a la infinita variedad de formas de ventas. Las nuevas tecnologías, y entre ellas las comunicaciones, imprimen otra impronta a la actividad comercial, no solo cuando el comercio de presencia “física” es reemplazado por una relación comercial virtual sino también cuando en los negocios convencionales ingresan procedimientos y equipamientos nuevos que les exigen nuevas destrezas y habilidades a los/as trabajadores/as que allí se desempeñan. A sabiendas de que el confinamiento que implicó la pandemia llevó a que los cambios que ya venían ocurriendo en el sector, con tendencia a incorporar el comercio electrónico, deviniesen en un *cuasi sine qua non* para sobrevivir como comerciante o permanecer como trabajador/a en él.

De las entrevistas realizadas, si bien algunos testimonios ya han sido expuestos precedentemente, sintetizamos aquí algunos emergentes referidos a las subjetividades e identidades.

El análisis permite inferir que la mayoría de estos/as trabajadores/as ingresan como empleados/as de comercio con una perspectiva de temporalidad, pues manifiestan haberlo hecho hasta “conseguir algo mejor” o, en el caso de quienes estudian mientras trabajan, hasta “afianzarse” en su futura profesión.

Así lo vemos en J., cuando dice: “No me gustaría trabajar en comercio hasta jubilarme, quisiera algo que me dé más independencia, poder manejar mis tiempos, hacer otras actividades.” También lo vemos en L., quien no obstante trata de encontrarle el lado positivo a su trabajo en el comercio:

“(...) yo siempre a los trabajos los veo como temporales porque pensaba que algún día me iba a recibir

e iba a poder trabajar de mi profesión. Y en este trabajo, si bien yo digo siempre que es temporal, al ser todos los días, es como que es una rutina e incluso como una segunda casa porque yo desayuno allá, tengo varias cosas más allá que necesito, por ahí, un cambio de ropa. Entonces también, digamos, más allá de que es temporal parece eterno, y a veces no está bueno. Yo creo que deberíamos tener más tiempo para descansar, sobre todo porque... porque bueno, somos humanos y también tenemos nuestras cuestiones. [...] Si bien me da muchos beneficios trabajar ahí, yo preferiría no estar más ahí (risas) pero bueno, tengo que seguir por una cuestión de que recién me recibí y tengo que hacer un montón de trámites y un montón de cosas.”

El entrevistado G., dueño de un comercio emblemático de Paraná, quien además es referente de la Asociación de PyMEs, testimonia en coincidencia con lo dicho cuando expresa: “Es difícil conseguir un empleado de comercio que sea empleado de comercio porque le guste la venta [...]”. Nos relata que, cuando recibe los currículum de los postulantes, pregunta: “¿Y por qué venís?” y le responden: “Porque necesito trabajar, quiero independizarme, tengo un hijo [...]”. “En 100 te pueden llegar a decir uno o dos porque les gusta la venta,” dice, y agrega: “[...] a mí nadie me dice ‘me gusta, probame, vas a ver cómo te vendo’. ¡Nunca! Y he entrevistado, modestia aparte, por lo menos 500. Muy pocos dicen ‘me gusta ser vendedor’.”

Este “entrar en la actividad para independizarse” también es un emergente de las entrevistas a trabajadores/as. Independencia de los padres en el caso de los/as jóvenes; de las parejas o maridos en el caso de algunas mujeres; y otros buscan independencia en tanto “abrir su pequeño negocio propio”, porque “no se ven” trabajando para el Estado.

En este sentido la entrevistada L., que al momento de la entrevista acababa de egresar de la Licenciatura en Psicología, nos relata:

“En 2018 la pasantía terminó en junio, julio y yo estuve hasta marzo de 2019 sin trabajo, y me afectó un montón porque volví a depender de mis padres. Yo estaba justo empezando la tesis y me afectó mucho emocionalmente porque estaba ansiosa de querer encontrar un trabajo para ayudarlos a ellos con el alquiler y con el pago de mis necesidades.”

Y en otro tramo agrega:

“Entrar a trabajar acá (librería), cuando me dieron la noticia me puse recontra feliz porque ya tenía entregada la tesis y quería un trabajo para solventar mis gastos. Quería hacer varios cursos y posgrados y para eso necesitaba tener la plata. Y bueno, significó libertad económica. Yo hoy en día me pago el alquiler, cubro mis necesidades, como que dejé de depender de mis padres, y ello me significó un alivio. Ellos nunca me exigieron pero para mí es importante a esta edad poder solventar mis gastos.”

Redundar en que el comercio, generalmente, no es una tarea elegida, sino que se adviene a ella por otros motivos y no por identificación con la actividad, nos trae a ese modo de subjetivación no identitario que Foucault (en Vommaro, 2012) denomina “modo de vida”, como forma no natural sino cultural, política e histórica, sujeta a una práctica y una experiencia.

Al respecto L. nos aporta en la entrevista:

“[...] por más irónico que suene, prefiero todas las actividades que tengo afuera del trabajo que el trabajo en sí. Está bueno porque, dentro de todo, más o menos trato de encontrarle las cosas buenas. Por ejemplo esto de que me puedo ir comprando libros. Tiene ciertos beneficios trabajar en esa empresa, tanto como la obra social que tengo, que gracias a eso me puedo hacer todos los estudios y son

rápidos. Yo tengo hipotiroidismo y después como que se hizo una enfermedad más rara y tengo que hacerme análisis de control cada dos meses. Y bueno, gracias al trabajo que tengo también es la obra social, así que estoy super acompañada en eso. Pero el trabajo en sí no me gusta.”

Otro emergente es que el trabajo en el sector es considerado “sacrificado”, por varios motivos:

a) La jornada laboral en cuanto a cantidad de horas diarias y cantidad de días a la semana: la cuestión del horario de comercio es histórica, por implicar ocho horas diarias como mínimo (que en los hechos generalmente son más), repartidas en horario cortado: mañana y tarde. Y la cantidad de días refiere a que muchos comercios abren sus puertas los sábados también por la mañana y por la tarde. El horario corrido, antes de la pandemia, era prácticamente una rareza en Paraná. L. nos dice:

“Me encanta la actividad física pero no me da el cuerpo. Así que trato de hacer eso y también meditación porque me ayuda mucho a descargar esa energía que acumulo por ahí durante el día, o tenés algún problema con un cliente, o hay muchas cosas para hacer, y yo tiendo a ponerme nerviosa para llegar a los objetivos que me planteo, y muchas veces termino con el cuerpo un poco duro o los pies por ahí que son lo que más me duele, entonces trato de tomármelo con calma, hacer meditaciones, ahora en la siesta, descansar un poco.”

Pero, a partir de la pandemia, los horarios se desestructuraron totalmente con el aislamiento cuando los locales físicos cierran y se puede vender solamente por pedidos a domicilio o de manera *online*.

En los períodos en que se autorizó a estos comercios no esenciales⁷ a reabrir sus puertas mediante ordenanzas en cuyo dictado intervino el Sindicato de Empleados de Comercio, se estableció una franja horaria permitida dentro de la cual cada comercio podía abrir de corrido o con horario cortado.

Este desdibujamiento de horarios, sumado a la disminución de la circulación de gente en la ciudad por la invitación a quedarse en casa para resguardarse del contagio del virus, provocó gran incertidumbre.

Los comercios probaron el horario corrido a ver si resultaba, pero los horarios de siesta mostraban una ciudad cuasi desierta y, por lo tanto, ventas escasas o nulas. Hasta que se fueron amoldando a algún otro horario dentro de la franja permitida que les conviniera más. Esto que estamos describiendo pareciera una cuestión operativa de escasa trascendencia para nuestros análisis, pero la incertidumbre que provocó y está provocando suma angustia a las subjetividades de estos trabajadores. Por un lado los/as empleado/s estables, con un sueldo “seguro”, preferían el horario corrido porque les disminuía sus gastos en transportes (cuatro pasajes diarios contra dos). Pero, por otro lado, disminuían las ventas por no circular gente a la siesta, lo que hacía peligrar sus fuentes de trabajo. Así, y como ejemplo de tantas otras incertidumbres, el comercio y su actividad habitual se desacomodaron absolutamente a partir de la pandemia.

Se sumó a esto la incertidumbre de los propios clientes que muchas veces, estando habituados al horario tradicional seccionado en mañana-tarde, llegaban a hacer sus compras en horarios de tarde-noche y se encontraban con los negocios cerrados.

El horario, además, no siempre pudo ser elegido por dueños y empleados durante la pandemia, sino que la normativa fue dando franjas horarias en que estaba permitido trabajar y pautas de cómo hacerlo (protocolos y demás), como podemos ver en el cuadro siguiente.

7. Los comercios esenciales siempre estuvieron autorizados a funcionar normalmente, aún en períodos de ASPO.

Cuadro 3: “Los vaivenes de la normativa en la pandemia 2020/2021”

2020:
<p><u>4/5/2020</u> En Paraná, el intendente Adán Bahl se reunió con representantes de la Cámara de Comerciantes del Microcentro de Paraná y pidió que el horario de atención “sea muy restringido y acotado” para evitar que se junte demasiada gente en los momentos del día con mayor circulación, básicamente a la mañana cuando es mayor la presencia de personas en el centro por concurrencia a los bancos, el correo y las oficinas de pagos de impuestos y servicios, por ejemplo.</p> <p>Fuente: 2 Florines (2020, 4 de mayo). <i>Entre Ríos habilita a municipios a regular la apertura de comercios y el trabajo de oficinas</i>. https://dosflorines.com.ar/entre-rios-habilita-municipios-a-regular-la-apertura-de-comercios-y-el-trabajo-de-oficios/</p>
<p><u>5/5/2020</u> La Municipalidad de Paraná publicó el decreto que termina de habilitar la apertura de locales comerciales, en el marco de la cuarentena administrada que rige en Entre Ríos. Precisamente, la apertura para locales habilitados será de lunes a viernes de 11 a 18, mientras que los sábados atenderá de 9 a 13. Además, se recomienda la concurrencia de los clientes a los comercios conforme la terminación de los números de DNI. Los lunes, miércoles y viernes los finalizados en número par, y los martes, jueves y sábados los finalizados en número impar. Por otra parte, el documento establece medidas de seguridad al interior de los comercios. Las empleadoras y los empleadores deberán observar las disposiciones del Protocolo Sanitario que el Municipio prevé. Dicho protocolo deberá ser exhibido en el salón del local comercial en un lugar destacado que permita su visualización. La normativa firmada por el intendente Adán Bahl ya fue comunicada al Ministerio de Salud, que debe controlar la curva de contagios y el cumplimiento de las medidas. De hecho, el decreto estableció que la habilitación se dará bajo estricto control de los protocolos de seguridad y el uso de barbijos o “tapabocas”.</p> <p>Esta disposición municipal estuvo habilitada por el gobernador Bordet, quien en su cuenta de Twitter publicó el 4/5/2020 que “los municipios de Entre Ríos podrán habilitar comercios minoristas y oficinas. Será responsabilidad de cada autoridad local controlar el cumplimiento de los protocolos sanitarios”, y en Dos Florines se agrega: “La decisión se da luego de que los Centros Comerciales de toda la provincia solicitaran en conjunto la reapertura de los locales, en medio de la fuerte crisis que afecta a comercios y otros servicios. Incluso, había sectores que instaban a rebelarse a partir del 10 de mayo.”</p> <p>Fuente: 2 Florines (2020, 4 de mayo). <i>En Paraná el comercio atenderá con horario restringido y de acuerdo al número del DNI</i>. https://dosflorines.com.ar/en-parana-el-comercio-atendera-con-horario-restringido-y-de-acuerdo-al-numero-del-dni/</p> <p>UNO Entre Ríos (2020, 31 de julio). <i>Paraná: Comercios cambian horario del sábado a partir de mañana</i>. https://www.unoentrieros.com.ar/la-provincia/parana-comercios-cambian-horario-del-sabado-partir-manana-n2600456.html</p>
<p><u>15/10/2020</u> La actividad comercial y de los centros comerciales, galerías y paseos de la ciudad de Paraná podrán abrir sus puertas en horario corrido de 9 a 20 horas, en el marco de la nueva etapa de distanciamiento social, preventivo y obligatorio por la pandemia de coronavirus.</p> <p>Así lo estableció este jueves la Municipalidad tras una reunión llevada a cabo en Casa de la Costa entre la Cámara de Comercio y el Centro de Comerciantes de Peatonal y el Sindicato de Empleados de Comercio. Del encuentro participó el secretario Legal y Administrativo, Pablo Testa.</p> <p>Todos los locales de la capital entrerriana deberán seguir el protocolo de prevención acordado para el sector, siguiendo las recomendaciones del Comité de Emergencia Sanitaria (COES) de la provincia. Entre ellas, higiene y desinfección constante de las superficies, uso de tapa bocas o barbijos, distanciamiento social y disponer en la puerta de acceso general de una persona para control de temperatura y sanitización de clientes, empleados y proveedores.</p> <p>Fuente: El Litoral (2020, 15 de octubre). <i>Los comercios de Paraná podrán abrir en horario corrido de 9 a 20</i>. https://www.ellitoral.com/index.php/id_um/263441-los-comercios-de-parana-podran-abrir-en-horario-corrido-de-9-a-20-en-esta-nueva-etapa-de-distanciamiento-social-regionales.html</p>

2021:

23/4/2021, por Decreto provincial 808, se establece: La actividad comercial podrá desarrollarse entre las 6 y las 20 hs a excepción de las declaradas esenciales.

1/6/2021, por acta firmada por el intendente Adán Bahl y las entidades que representan al sector en la ciudad y con vigencia hasta el 31 de julio de 2021, se establece que los comercios deberán abrir sus puertas con horario corrido, de 9 a 18 hs. El horario establecido se aplicará de lunes a viernes y, de no mediar otras medidas de orden nacional o provincial, se habilitará el mismo horario para los sábados.

Fuente: UNO Entre Ríos (2021, 2 de mayo). *Covid-19 en Paraná: Se dispuso horario corrido en comercios*. <https://www.unoentrieros.com.ar/la-provincia/covid-19-parana-se-dispuso-horario-corrido-comercios-n2657961.html>

b) En cuanto a los períodos intermitentes de ASPO y cierre de locales, obligaron a vender solamente por teléfono o de manera *online* para poder sobrevivir y no desaparecer, poniendo a comerciantes y empleados/as en la exigencia de familiarizarse con las tecnologías de venta a distancia, lo cual provocó otras incertidumbres, malestares y desestabilización pero también implicó profundos aprendizajes. La entrevistada E. lo expresa así: “[...] los cambios fueron muchos, aprender técnicas de venta a través de video llamadas”, posibilitando una “mayor contención a los clientes; el uso de la base de datos y la producción de fotos para ofrecer los productos y aprender *tips* frente a las cámaras [...] en un ambiente con cámaras, luces, micrófonos... tipo estudio de filmación”.

c) Otro tema relevante en la subjetividad de los/as vendedores/as refiere a la relación con el cliente, la cual muchas veces es valorada como positiva, pero también se relatan los pesares que a veces acarrea la atención al público. Por ejemplo, en la entrevista a V., nos relata:

“[...] fue un chico a reclamar unas zapatillas que se le habían roto [...] cuando yo le ofrecí cambiárselas por otro de los productos nuevos que estaban ahí, como para resolver rápido el tema, y había diferencia de dinero, entonces ahí dijo que iba a llamar a Defensa del Consumidor y que nos iba a denunciar. Todo, todo, todo, violento, digamos. Aparte porque ya gritaba, levantaba la voz y demás. Yo le dije que si él quería hacer la denuncia estaba en todo su derecho de ir a hacerla. Me decía que quién me creía yo para decirle a él lo que tenía que hacer [...]”.

Aquí es evidente que el vendedor o la vendedora pasan a ser la cara visible de la empresa, y por tanto quien recibe las quejas de los clientes, presionados por, como dice V.,

“[...] no caer en la tentación de responder o contestar. O todo esto de que el cliente siempre tiene la razón. Te lo marcaban, digamos, que vos está ahí como empleada y tenés que responder lo que ellos quieren en ese momento así no sean los modos, las formas o que no haya sido un reclamo pertinente. Y siempre te ponían en el mismo lugar de la empleada y yo estoy acá y tenés que servirme en algún punto.”

J. alude a la relación con los clientes diciendo: “Por momentos puede ser súper divertido el contacto con la gente, pero no es fácil, requiere de mucha paciencia”. Esta entrevistada comenta que con el cliente tiene

“[...] buena relación siempre, no tomo nada de lo que puedan decir como personal, son personas y pueden tener buenos y malos días como todos. Por lo general genero buenos vínculos, muchas veces me hablan de sus familias y cuando vuelven tengo el detalle de preguntar cómo están o por cosas puntuales, si las recuerdo, porque a los clientes les gusta sentir que se lo recuerda, que los tenemos en cuenta.”

d) También asoma en los testimonios de los/as trabajadores/as entrevistados/as la sobrecarga de tareas “que no fueron pactadas previamente”. Muchos/as entrevistados/as relataron haber pactado con el empleador que la función sería de vendedor/a, pero en los hechos también limpian el local, arman vidrieras, hacen trámites administrativos dentro y fuera del comercio, cobran -el rol de cajero tiene otra responsabilidad y remuneración-, todo por la misma paga. Por ejemplo, M. nos dice: “Nosotros hacemos todo. Después todo lo que es mantenimiento del local: limpiar, hacer mandados, ir a comprar... ¡no sé! Faltan hojas, vamos y compramos hojas. Yo principalmente siempre me ocupó de ir a los bancos. Es como bastante más amplio de lo que sea solo atención al público.” Y luego agrega: “[...] ahí en el local las dos hacemos lo mismo: hay que limpiar, baldear la vereda, limpiar los vidrios... Una vez barre una y la otra lava el piso. Y al otro día hacemos al revés. Ordenar adentro, limpiar, si hay que hacer vidriera lo hacemos...”

V. testimonia otro tipo de tareas no pactadas: “Cuando llega mercadería, sacamos la mercadería, hacemos el control de stock, reponemos las cosas en el local, atendemos y cobramos.”

e) Los relatos en general connotan precariedad, sobre todo en el caso de estudiantes o recientes egresados/as de la universidad que aún no han podido afianzarse en su profesión y trabajan en el comercio, casos en los que se suele contratarlos total o parcialmente “en negro” y bajo informalidad, por una paga reducida y, a veces, sin días ni horarios fijos, lo cual desorganiza la vida cotidiana. V. relata:

“[...] durante todo el tiempo que nosotras trabajábamos seis horas, seguíamos inscriptas como cuatro, cobrábamos en negro las otras dos horas. Lo mismo con los feriados o cosas así que nosotras trabajábamos extras, siempre eso estuvo como no registrado. Nosotras siempre fuimos empleadas de media jornada, sin ningún tipo de modificación por la cantidad de horas más o menos que hacíamos.”

Y expresa la falta de certeza en los horarios en que deben trabajar, cuando dice: “[...] no eran horarios fijos a veces, sino que íbamos rotando. Como cubrimos las 12 horas, era como que por ahí no siempre íbamos a la mañana o a la tarde.”

Al respecto, decimos con Neffa (2008: 236) que la precariedad no es solo el aumento de trabajo por fuera del derecho laboral, sino que se puede ser precario también “[...] en función del tipo de proceso de trabajo que ejecuta el trabajador, de la retribución material y simbólica que recibe, del reconocimiento social obtenido a cambio de sus esfuerzos y de las relaciones sociales que se establecen en la empresa u organización.” Y aquí, precariedad se vincula con informalidad entendida como la forma de relación contractual no legal.

Como síntesis del buceo en las subjetividades e identidades de los/as trabajadores/as del sector de comercio minorista, podemos decir que la pandemia ha impreso particularidades a esta construcción de subjetividades cuando, al estar vedada la apertura de los comercios -aislamiento -, o limitarse la atención normal -distanciamiento -, se vuelve un *cuasi sine qua non*, decíamos, incorporar venta remota. En estos casos crecen las desigualdades laborales en tanto:

- destrezas desiguales de empleadores y trabajadores en el manejo de tecnologías, que derivan en “vendés *online* o desaparecés”. Y si vendés *online*, se compite con grandes empresas de venta remota como Mercado Libre o Pedidos Ya y tantas otras páginas web, que monopolizan el mercado de consumidores.
- desigual desempeño en la venta *online* según grupos etarios y generacionales, que provoca discriminación de los más viejos pero también sobrecarga de los jóvenes que detentan destrezas en el manejo de tecnologías y, por lo tanto, pasan a desempeñar tareas extras que no les hubiesen correspondido en situaciones normales⁸.

8. Al respecto puede verse la publicación de Sarrot, E.; Bogado Ibarra, F., Mingo, G. y Luque T. (2020). Marcas de las nuevas tecnologías en los viejos trabajadores. Competencias visibles e invisibles del trabajador de comercio. Gestando, Revista de la Facultad

- afectación de otras esferas de la vida, por ejemplo el “[...] sacrificio de fechas festivas y no creo que sea bien remunerado” (Entrevista a J.). Y, a partir de la venta online, el “[...] no poder dejar de responder mensajes por el celular ni a las 12 de la noche” (Entrevista a M.).

A esta última cuestión la contempla la nueva Ley de Teletrabajo⁹, al establecer el “derecho a la desconexión”. Pero, aditiéndose aquí la peculiaridad de que se trata de un trabajador que advino a la venta online no por ser un teletrabajador sino por las circunstancias fortuitas que impuso la pandemia. Esto significa que estamos hablando de “un empleado de comercio que hace teletrabajo”, pero que no encuadra exactamente en la figura de teletrabajador. Por tanto, representa una figura híbrida para el marco protectorio de esta ley, abriendo nuevas preguntas sobre la indefensión de quien debe trabajar online en el mismo establecimiento comercial o en su casa, por cuestiones ajenas a la propia actividad (como en este caso, por el aislamiento impuesto por la pandemia).

Los hallazgos empíricos que nos están permitiendo perfilar las subjetividades e identidades de los/as trabajadores/as jóvenes del comercio se nutren con contundentes testimonios de los cuales aquí hemos traído solo unos pocos. Los mismos posibilitan afirmar que muchos elaboran su identidad de acuerdo más a las pautas de consumo que a sus necesidades, y se autoubican como clase media por las relaciones que entablan y el sentido de progreso, pensado desde otro lugar que no es necesariamente el del trabajo como vendedor de un comercio.

La entrevistada M., por ejemplo, alude a estas pautas de consumo cuando relata que, al ser vendedora en un negocio de indumentaria femenina, “Nos suele dar el dueño, camisitas, jeans. Todo que es de ahí. Entonces, si se venden jeans usamos los de ahí. Nos va dando una mudita. Hace un tiempito que no nos da nada.” Otra entrevistada, recién recibida de Licenciada en Psicología, valora el poder sacar libros de la librería en donde trabaja.

Asimismo, es congruente con este perfil de trabajadores que el sindicato que los agrupa se caracteriza por priorizar la provisión de servicios a sus afiliados por sobre la tutela sindical protectoria de las condiciones laborales de los trabajadores, tutela que se vuelve más protagonista cuando se trata de grandes supermercados pero que empalidece cuando se trata de pequeños comercios como los que incluimos en nuestra investigación.

Por otra parte, al ser parte de esta sociedad global atravesada por las tecnologías, los cambios en las formas de ventas ocurridos en la pandemia posibilitaron a muchos de estos/as trabajadores/as, particularmente a los más jóvenes, mostrar competencias que tal vez estaban ocultas en el perfil que el empleador buscaba: sus destrezas en el manejo de las tecnologías.

Indicadores de Producción

ARTÍCULOS PUBLICADOS EN REVISTAS DE DIFUSIÓN CIENTÍFICA

2017 Construcción. Perspectivas de los actores jurídicos desde el marco normativo. Graciela Mingo, Elisa Sarrot y Fabiola Bogado Ibarra. Revista GESTANDO FCECO UNER AÑO X. No 19. ISSN 1852-6373.

2018 Mingo, Graciela; Sarrot, Elisa “Estado y actores sociales en la política pública. El caso del Pro.Cre.Ar en la provincia de Entre Ríos (2012-2015)” en: Revista Perspectivas de Políticas Públicas Vol. 8 No 15 (julio-diciembre 2018) ISSN 1853-9254. Páginas 207-231

de Ciencias Económicas de la UNER, Año XIII, (23), 55-62. <http://www.fceco.uner.edu.ar/wp-content/uploads/2020/06/GESTANDO-N%C2%B023.pdf>

9. Clarín (2020, 30 de julio). El Senado aprobó el cuestionado proyecto que regula el teletrabajo. https://www.clarin.com/economia/economia/senado-aprobo-cuestionado-proyecto-regula-teletrabajo_0_Gx6k296c_.html

- 2019 Revista: Del Prudente Saber (FCEdu UNER). Publicado Identificación del artículo: Título: Materiales visuales en investigación. Autoras: Elisa Sarrot - Graciela Mingo. <http://rct.fcedu.uner.edu.ar/index.php/prudente/article/view/142>
- 2019 – Heredia, Mingo, Weidman El Programa Asignación Universal por Hijo. Objetivos, cobertura e impactos en la población entre los años 2009- 2016 The Asignación Universal por Hijo Program. Objectives, coverage and impacts on the population between the years 2009-2016. Publicado en la Revista Economía y Sociedad de la Fac. de Ciencias Económicas. Volumen: 3 N°: 4, 2019
- Mingo, G., Luque, T., Rodrigo, V., y Sione, C. (2020). Los empleados del comercio minorista en el Gran Paraná. Identidades, características y sentidos otorgados. Revista Central De Sociología, 11(11), 104-127. <https://centralsociologia.cl/index.php/rcs/article/view/113>
- 2020 Sarrot, Mingo, Rodrigo Título: Subjetividades laborales en vendedores del Comercio Minorista. Revista Utopías. FTS. UNER. <https://pcient.uner.edu.ar/index.php/utopias/article/view/770>
- 2020 “Marcas de las nuevas tecnologías en los viejos trabajadores. Competencias visibles e invisibles del trabajador de comercio”. Mg. Elisa Sarrot, Dra. Fabiola Bogado Ibarra, Mg. Graciela Mingo, Esp. Teresa Luque. Revista GESTANDO Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Año XIII - N° 23 ISSN 1852 – 6373. Paraná, Junio 2020
- 2020 Representación y representatividad sindical en el sector de la construcción de Paraná y Santa Fe.” AUTORAS: Graciela Mingo y Elisa Sarrot. Revista Ejes de Economía y Sociedad. Facultad de Ciencias Económicas UNER. Año 4 - N° 7 ISSN 2591-4669. Paraná, 16 de Diciembre 2020. <https://pcient.uner.edu.ar/index.php/ejes/article/view/939>
- 2020- Graciela Laura Mingo – Elisa Sarrot “Virtualidad obligada y a futuro. Sistematización de una experiencia”. En: Aprendizajes y Prácticas Educativas en las actuales condiciones de época: COVID-19. Compiladora: Lucía Beltramino. Libro digital, PDF, Editado por el equipo de investigación “Sentidos y significados acerca del aprender en las actuales condiciones de época: un estudio con docentes y estudiantes de educación secundaria en la ciudad de Córdoba”, SEICyT, FfyH, UNC. Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Filosofía y Humanidades, 2020. pp.464-471, disponible en: https://ffyh.unc.edu.ar/publicaciones/wp-content/uploads/sites/35/2021/11/APRENDIZAJES-Y-PRACTICAS-EDUCATIVAS-EN-LAS-ACTUALES-CONDICIONES-DE-EPOCA-COVID-19_compressed.pdf?
- 2020 Graciela Mingo, Valeria Rodrigo y Elisa Sarrot (2020) «Subjetividades laborales en vendedores del comercio minorista del Gran Paraná», revista Utopías, N° 26, año XX, Paraná (Entre Ríos): Facultad de Trabajo Social-UNER, abril de 2020. Disponible en: www.pcient.uner.edu.ar/utopias/issue/view/41
- 2021 Mingo, Cavia, Hadad “El capital tecnológico de los ingresantes a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), Argentina” Pág. 15-35. Año 4-N°7. Junio-diciembre 2000 Revista Ejes de Economía y Sociedad. ISSN 2591-4669 <http://www.fceco.uner.edu.ar/wp-content/uploads/2022/05/Capital-tecnol%C3%B3gico.pdf>
- 2021 SARROT, MINGO, FLEITAS Investigar desde entornos digitales: un desafío que se potencia | Investigating from digital environments: a growing challenge e-ISSN: 2618-4141| Revista Del prudente saber y el máximo posible de sabor | Año XXII, No 13, enero a junio de -2021[pp3-24] Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos (Paraná, Argentina). 29 de junio de 2021. Disponible en <https://pcient.uner.edu.ar/index.php/dps/article/view/888>
- 2021 “La CRISIS del comercio minorista en Paraná, una forma diferente de documentar. Imágenes y símbolos de un repliegue en crisis”. AUTORAS: MINGO Graciela L. | LUQUE Teresa G. -2021 SIMPLES EVIDENCIAS EN LA INCONMENSURABLE PANDEMIA POR EL COVID 19. AUTORA: MINGO Graciela L. Revista GESTANDO Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Año XVI- PRIMERA EDICIÓN ISSN 1852 – 6373. Paraná, Junio 2021. Disponible en <http://www.fceco.uner.edu.ar/wp-content/uploads/2021/02/GESTANDO-N-24-2020-DICIEMBRE.pdf>

Bibliografía

- Convención Colectiva de Trabajo N° 130/75 Empleados de Comercio, de 25 de julio de 1975. *Cámara Argentina de Comercio y Servicios*. http://www.cac.com.ar/data/documentos/6_c13075.pdf
- CAME (2018, 30 de septiembre). *Ventas minoristas PYMEs: Cayeron 9,2% en septiembre*. <http://www.redcame.org.ar/novedades/6815/ventas-minoristas-pymes-cayeron-92-en-septiembre>
- TIEMPO ARGENTINO (2019, 13 de enero). *Aumenta el cierre de locales comerciales en las ciudades de todo el país*. <https://www.tiempoar.com.ar/economia/aumenta-el-cierre-de-locales-comerciales-en-las-ciudades-de-todo-el-pais/>
- CAME (2019, 6 de octubre). *Ventas minoristas PYMEs. Resultados del mes de septiembre 2019*. <https://www.redcame.org.ar/novedades/6773/ventas-minoristas-pymes-resultados-del-mes-de-septiembre-2019>
- EL DEBATE (2021, 3 de enero). *Informe CAME: La confederación anunció que las ventas minoristas pymes del mes de diciembre 2020 cayeron un 8% anual*. <https://www.eldebate.com.ar/informe-came-la-confederacion-anuncio-que-las-ventas-minoristas-pymes-del-mes-de-diciembre-2020-cayeron-un-8-anual/>
- CASTEL, R. (2010). *El ascenso de las Incertidumbres. Trabajo, protecciones, estatuto del individuo*. (1ra. edición). Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- CASTEL, R. (2016). Trabajo y utilidad para el mundo. *Revista internacional del trabajo*, 115(6), 1996, 671-678
- CICOLELLA, P. (2000). Distribución global y territorio. Modernización y concentración comercial en Argentina en los años noventa. *Economía, Sociedad y Territorio*, 2(7), 459-496.
- FERNÁNDEZ MILMANDA, B. y Benes, E. (2010). Moderación reivindicativa en el nuevo contexto macroeconómico post 2001: el caso del sindicato de comercio (Argentina 2003-2007). *Revista SAAP*, 4(2), 227-258.
- INDEC (2018-2020). *Microdatos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH). 1° Trimestre de 2018 - Cuarto Trimestre 2020 - Aglomerado Gran Paraná*. Dirección General de Estadística y Censos de la provincia de Entre Ríos.
- LONGO, M. E. (2004). Los confines de la integración social. Trabajo e identidad en jóvenes pobres. IDICSO, *Serie Documentos de Trabajo*, n. 027. <http://csoc.usal.edu.ar/archivos/csoc/docs/idicso-sdti027.pdf>
- MELUCCI, A. (2001). *Vivencia y convivencia: teoría social para una era de la información*. Madrid: Trotta.
- MINGO, G. et al. (2013). El trabajo como derecho. Su lugar en la sociedad y en la subjetividad En E. Benassi, J. R. Zabinski, M. A. Siede y V. M. Verbauwede (Comps.), *Tercer cuaderno de cátedra abierta de Política y Planificación Social*. FTS-UNER/ Fundación La Hendija.
- NEFFA, J. C. (2008). *Desempleo, pobreza y políticas sociales. Fortalezas y debilidades del Plan Jefas y Jefes de Hogar Desocupados*. Buenos Aires: CEIL-PIETTE/ CONICET/Miño y Dávila.
- OIT (2003). *Las consecuencias para el empleo de las fusiones y adquisiciones en el sector del comercio. Informe para el debate de la Reunión tripartita sobre las consecuencias para el empleo de las fusiones y adquisiciones*. Ginebra: Programa de Actividades Sectoriales.
- SENNET, R. (2009). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- TRAJTEMBERG, D. y Battistini, O. (2015). Representación sindical en Argentina: un caso fuera de modelo. *Revista Quaestio Iuris*, 08(01), 386-419.
- VILTARD, L. A. (2020). Reinventado la operación minorista después del COVID-19. *Palermo Business Review*, 22. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/11374>
- VOMMARO, P. (2012). Los procesos de subjetivación y la construcción territorial: un acercamiento desde experiencias de organizaciones sociales en Buenos Aires. En P. Echandía, Á. Díaz Gómez y P. Vommaro (Comps.). *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. Bogotá: Biblioteca Latinoamericana de Subjetividades Políticas, Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

PID 5120

Denominación del Proyecto

El trabajo en sector del comercio. Características, identidades y sentidos otorgados por los trabajadores a su actividad laboral en el aglomerado Gran Paraná, Entre Ríos.

Directora

Mingo, Graciela Laura

Codirector

Sione, César Alberto

Unidad de Ejecución

Universidad Nacional de Entre Ríos

Dependencia

Facultad de Trabajo Social

Cátedra/s, área o disciplina científica

Metodología y Técnicas Cuantitativas y de Análisis Estadístico;
Metodología y Técnicas Cualitativas; Metodología de la Investigación Social

Contacto

gmbevilac@gmail.com o cesar.sione@uner.edu.ar

Integrantes del proyecto

Docentes: Bogado Ibarra, Fabiola; Rodrigo, Valeria. Colaboradoras: Sarrot, Elisa; Luque, Teresa
Guadalupe. Becaria: Ramírez, Andrea Paola

Fechas de iniciación y de finalización efectivas

01/02/2018 y 23/08/2021

Aprobación del Informe Final por Resolución C.S. N° 125/22 (27-05-2022)