

EL COMERCIO MINORISTA DE PARANÁ EN LA TRAGEDIA DE LA PANDEMIA. LOS DISPOSITIVOS IMPLEMENTADOS POR EL SECTOR EN LA CRISIS, E IDENTIDADES LABORALES.

The retail trade of Paraná in the tragedy of the pandemic.
The devices implemented by the sector in the crisis, and
labor identities.

Graciela Mingo

<https://orcid.org/0000-0002-0218-1488>

Facultad de Trabajo Social

Universidad Nacional de Entre Ríos

Instituto de Estudios Sociales

gmbevilac@gmail.com

Paraná, Entre Ríos

Argentina

Resumen

Con este artículo¹ se recorre la realidad del sector comercio minorista en la ciudad de Paraná capital de la provincia de Entre Ríos, con significativo peso en la economía local, aludiendo a circunstancias anteriores y otras adquiridas durante del fenómeno global que ha sido la pandemia por el Covid19. Se realiza una caracterización general de la crisis vivida por la desaceleración de la economía que lógicamente retrajo el consumo, aumentó el desempleo, con fuertes consecuencias en el sector bajo estudio. Crisis iniciadas en años anteriores que se profundiza a partir del 20 de marzo de 2020 cuando se declaró el ASPO (Aislamiento

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.

to Social Preventivo y Obligatorio) en todo el territorio nacional, a raíz de la pandemia global por Covid19, en donde se paralizaron numerosos sectores de la economía, entre ellos el comercio de productos al por menor considerados por la disposición del Poder Ejecutivo como no esenciales. Luego se hace una descripción las características del comercio por menor junto a las relaciones y condiciones laborales de los/as trabajadores/as profundizando en parte de las identidades de este colectivo. Se analizan los distintos dispositivos puestos en marcha por los pequeños comerciantes de la ciudad de Paraná para sobrevivir ante el aislamiento y cierre de sus negocios, y llegar a la etapa del distanciamiento social, proceso en el que se agudizaron las formas del contrato informal de aquellos/as que se empleaban, a lo que se suma la entrada abrupta en el escenario como alternativa en las ventas on-line – fenómeno que venía siendo tendencia, y se impone de manera más específica con el aislamiento social. Desde la estrategia metodológica se realizó una muestra 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 al trabajo de campo cuyas herramientas fueron la observación directa de las áreas comerciales (peatonal de la ciudad de Paraná) en diferentes momentos y en especial entrevistas, muchas utilizando el WhatsApp, Facebook, realizadas a los/las trabajadores/as de comercio minorista de la ciudad de Paraná tanto en la ASPO como en el distanciamiento social.

Palabras claves: Recesión económica – pandemia - dispositivos de pequeños comerciantes y trabajadores/as - identidades laborales.

Abstract

This article covers the reality of the retail trade sector in the city of Paraná, capital of the province of Entre Ríos, with significant weight in the local economy, alluding to previous circumstances and others acquired during the global phenomenon that has been the pandemic by the Covid19. A general characterization of the crisis experienced by the slowdown of the economy is carried out, which logically reduced consumption, increased unemployment, with strong consequences in the sector under study. Crisis that began in previous years that deepened as of March 20, 2020 when the ASPO (Preventive and Mandatory Social Isolation) was declared throughout the national territory, as a

result of the global pandemic by Covid19, where numerous sectors of the economy, including the trade of retail products considered by the provision of the Executive Power as non-essential.

Then a description is made of the characteristics of retail trade together with the relations and working conditions of the workers, deepening part of the identity of this group. The different devices put in place by the small merchants of the city of Paraná are analyzed to survive before the isolation and closure of their businesses, and to reach the stage of social distancing, a process in which the forms of the informal contract of those were sharpened. /as that were used, to which is added the abrupt entry into the scenario as an alternative in online sales – a phenomenon that had been a trend, and is imposed more specifically with social isolation. From the methodological strategy, a mixture was made using different sources of information through the journalistic media, documents prepared by entities of the sector, information from the EPH (Permanent Household Survey) of INDEC, together with field work whose The tools were the direct observation of the commercial areas (pedestrian of the city) at different times and especially interviews, many using WhatsApp, Facebook, made to the workers of the retail trade of the city of Paraná both in the ASPO as in social distancing.

Keywords: economic recession – pandemic - devices of small merchants and workers - labor identities.

El escenario económico y social entre los años 2018-2020

Haremos un recorrido acerca de lo acontecido en el sector de comercio minorista de la ciudad de Paraná, capital de la provincia de Entre Ríos, a partir del año 2018 al 2020.

Si bien la crisis por la desaceleración de la economía fue previa, y venía provocando retracción del consumo, marcado aumento de la inflación y desempleo con consecuencias en el sector comercio minorista. El 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 Covid19.

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, se buscaba a su vez, priorizar 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 los altos niveles de pobreza y a la distribución inequitativa de los ingresos.

El país transcurrió por una economía endeble, que en vez de virar se profundizó con la irrupción del coronavirus, generando una situación social-económica compleja. Muchos establecimientos comerciales, hoteles, pequeñas industrias, entre otros cerraban sus persianas, antes por la crisis económica y en el 2020 por la pandemia

En la faz económica se contrajeron más los salarios y la inflación alcanzó un pico histórico del 53,8% en el 2019 - el índice más alto desde 1991 - que luego en diciembre del 2020 disminuye al 36,1% (INDEC), tras medidas como el congelamiento de tarifas del gas, transporte, luz, telefonía e internet y se posibilitó algún tipo de reacomodo tanto para los establecimientos como para la población.

² En dicho acuerdo, 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.

En este somero panorama económico descripto, surgieron con la pandemia situaciones no previstas, pero que en la creatividad de muchos fueron posibilitadas generando diferentes dispositivos que implementaron muchos comerciantes de venta al por menor y cómo fueron adaptándose los/as trabajadores/as en la ciudad de Paraná.

2) Las relaciones y condiciones laborales en el sector comercio

El comercio minorista y los/as trabajadores/as se ubican dentro de un sector más amplio denominado Comercio y Servicios, cuyas características singulares, presentan una gran heterogeneidad en cuanto a formas de trabajo, horarios de trabajo, rubros según productos comercializados, tamaño de los establecimientos, tipos de empresas, formatos de puntos de venta, denominación legal, ubicación espacial (urbanos, rurales, centro de las ciudades y periferias, entre otros). La tipología mencionada no es abarcativa de todo el comercio, hay otras dimensiones como las condiciones de infraestructura y capacidad de logística, cantidad de empleados, dispositivos informáticos disponibles, capacitación para su uso; lo que determina el posicionamiento de los negocios en el mercado local.

En general sector 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 Social³, situación que se ha mantenido en los años bajo estudio.

De acuerdo al período de análisis y a la caracterización general enunciada la información extraída de la EPH/INDEC (Encuesta Permanente de Hogares) en los cuadros que acompañan se condensa en general el tamaño de la masa de asalariados de todas las ramas de actividad económica del Aglomerado Paraná y están los asalariados correspondientes al sector del comercio según su representación porcentual, en el periodo 2018-2020.

De la lectura Cuadro1 se desprende que, al menos 1 de cada 10 trabajadores asalariados paranaenses se desempeñan en el sector comercio, con un techo del 15% de representación relativa y en valores absolutos superaron los 12.000 trabajadores en el primer trimestre del 2020. Luego comienza a desacelerarse e incluso a decrecer en los siguientes trimestres del año por efectos del aislamiento producto de la pandemia que trajo aparejado la disminución del 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.

³ Según microdatos del primer trimestre 2017 de la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC, 2017)

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

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

Fuente: EPH/INDEC con elaboración propia del Proyecto.

En el Cuadro 2 se desagrega trimestralmente porcentualmente los/as asalariados/as 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
1º Trimestre 2018	78,7%	78,8%	21,3%	21,2%
2º Trimestre 2018	64,9%	77,0%	35,1%	23,0%
3º Trimestre 2018	60,8%	76,1%	39,2%	23,9%
4º Trimestre 2018	73,1%	76,4%	26,9%	23,6%
1º Trimestre 2019	75,8%	75,5%	24,2%	24,5%
2º 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.

En referencia a la tasa de informalidad o no registración laboral como se lee, supera en todos los trimestres al indicador de nivel general del aglomerado, mostrando que el comercio es una de las ramas donde la precariedad e informalidad persiste, aunque no de modo tan elevado como en trabajadores cuentapropistas no profesionales, servicio doméstico en los hogares, sector construcción o changarines, entre otros sectores.

Aunque aquí no se muestra un cuadro de grupos etarios, el comercio minorista en Paraná, como en otros lugares de la región tiene una fuerte presencia la población trabajadora joven, tanto en la venta como en la atención al público en los diferentes locales comerciales.

Por las cortas trayectorias de vidas de este colectivo de trabajadores/as los modos de autoperibirse e identificarse dan cuenta que se sienten pertenecientes a una clase o sector social medio. Históricamente dicha ubicación lleva a que muchos tengan conductas moderadas como colectivo laboral, observable tanto en la búsqueda de un empleo como en expectativas futuras. Al momento de la evaluación para lograr un puesto de trabajo, las posibles pautas están regidas por la presencia, la edad, los modales y las formas de dirigirse al cliente, todo lo cual adicionan a que tengan una débil identificación con su trabajo.

En el contacto con los/as trabajadores/as, estos expresan que puede ser una salida circunstancial y por eso los acuerdos informales prosperan sin dificultad. Al momento de entrevistarlos/las decían fui *"trabajador/a eventual"*, o haberlo sido antes hasta quedar fijos y con *"un empleo en blanco me fui adaptando"*. 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, un feriado específico. El dueño viajaba y ella quedaba sola. Y después seguí yendo, a veces un poco más seguido, dos o tres días. Después quizás pasaba un tiempo y no me llamaban... Sí, cuando se necesitaba cubrir en fechas claves. Y después sí, el negocio iba creciendo y se necesitaron más empleados y ahí logre quedar estable."*

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)

Esa inestabilidad y la intermitencia del puesto laboral, juega como un rol importante para la falta de identidad y la desafiliación de los/as trabajadores del comercio, que era un supuesto previo para nosotros, que se fue corroborando en las entrevistas realizadas. 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." (2004:16).

Otras entrevistas realizadas, nos permitieron inferir que la mayoría de estos/as trabajadores/as ingresan como empleados/as de comercio con una perspectiva de temporalidad, pues manifestaron haberlo hecho hasta «conseguir algo mejor» o en el caso de quienes estudian mientras trabajan, hasta "afianzarse" en su futura profesión o finalizar el cursado de las mismas.

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: bueno... es temporal, 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 mías allá, que necesito por ahí un cambio de ropa"*.

Otro emergente es que el trabajo en el sector comercial es considerado "sacrificado", por varios motivos de la jornada laboral, en cuanto a cantidad de horas diarias y a cantidad de días a la semana. Esta cuestión del horario de comercio es histórica, por implicar como mínimo 8 horas diarias, - que en los hechos generalmente son más -, además de ser muchas veces repartidas en un horario cortado: de mañana y tarde. Sobre la cantidad de días de trabajo, se refiere a que muchos comercios abren sus puertas los sábados también por la mañana y por la tarde. Antes de la pandemia, el horario corrido, 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 digamos esa energía que yo 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."

3) Síntomas y dispositivos de supervivencia del comercio minorista

El sector 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, el riesgo se vuelve omnipresente, lo que significa "pensar la vivencia de tiempos inciertos" (Castel, 2010:30)

Según fuentes periodísticas e informes de entidades consultadas que representan al sector empresarial del comercio, en los centros o puntos de ventas tradicionales de las ciudades del país, son muchos los sectores ligados a la actividad comercial 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) identificó la caída de las ventas en un 9,2% en septiembre de 2018 respecto del mismo mes del año 2017, tendencia que se siguió sosteniendo en los primeros 9 meses del año 2019 con un -12,8% menos de ventas de artículos en relación al año 2018, tanto de locales comerciales, como la merma en la venta on-line (-9,0%). En el informe del 2020 las ventas cayeron 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 siguieron siendo cautas por estar transitando la segunda ola de la pandemia y el inicio de la vacunación.

En general el sector comercio fue jaqueado por el aislamiento y consecuente cierre de locales o centros comerciales para atención al público, bajaron las ventas por la invitación a quedarse en casa y la consecuente pérdida de puestos de trabajo de muchos empleados informales por el aislamiento.

Desde el trabajo de campo se hicieron varios recorridos por la zona céntrica de la ciudad de Paraná durante los años 2018 al 2020, documentado en imágenes a través de las fotografías, y por relevamiento focalizado mediante encuestas llevada adelante en el 2019. De los locales comerciales visitados, el relevamiento evidenció que el 60% se dedican 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 era poco representativa. La segmentación les permitió 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 manejo que los pequeños empresarios tienen con los proveedores.

Respecto a las ventas, señalaron que las compras preponderantes se realizaban los días viernes y sábados (86,3% y 84,7%), el resto de los días en general era muy bajo el nivel de venta. Esto coincide con las estrategias dadas por el plan sostenido por el gobierno "Ahora 12" ya que en esos días se facilita el uso de la tarjeta de crédito, sin cobrar intereses, junto a los descuentos en otros días de la semana, de acuerdo a las tarjetas de crédito promovidas por determinados bancos, fuera del plan oficial que ofrecían la alternativa de pagos en cuotas directamente en el local comercial.

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 suman la cartelería con promociones y en menor medida, los encuestados mencionan 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. ya que primo la consigna "**Quédate en Casa**"

En el tema del empleo y las relaciones laborales según develó la encuesta las contrataciones que hacen es a través de 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 acumuló así un 23% de empleados que trabajaban de manera transitoria, siendo además de mayor peso aquí la fuerza laboral femenina. Esta transitoriedad es vivida como algo habitual dentro del colectivo del sector comercio, como se profundizó al interpretar las subjetividades e identidades, entre otras dimensiones por la procedencia social de los empleados del comercio, que es en su mayoría clase media o *de cuello blanco*⁴ en el sentido weberiano, y con aspiraciones de movilidad social ascendente.

En el trabajo de recorrida en las zonas de mayor concentración de comercios (en la peatonal) y desde lo observacional, se detectó que las inestabilidades se acentuaron en el contexto de la ASPO, siendo un indicador la cantidad de comercios cerrados o locales vacíos; algunos de ellos con un tiempo largo en ventas (como zapaterías, artículos de plásticos, vestimenta, etc.) debieron cerrar sus puertas, al no poder seguir compitiendo con otros locales de un rubro similar.

Las expectativas fueron variando por la crisis y al momento de optar por mantener o no los emprendimientos, se obvia lo que Bourdieu (1988) explicitó 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

4 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.

costos de alquileres y servicios, junto a los problemas de financiamiento para sostener la cadena de pagos. Por ello, muchos negocios achicaron el espacio para las ventas, otros se trasladaron desde los puntos neurálgicos de las calles principales de la zona céntrica, a alguna calle paralela. Se instalaron en los barrios, al no poder hacer frente al pago de un alquiler en el radio céntrico o incluso afectaron parte de sus propias viviendas, habilitando garajes o alguna habitación para continuar con la actividad comercial.

Los/as empresarias del comercio al por menor debieron adaptarse y poder subsistir en el aislamiento. Las estrategias dieron un giro que demandó para algunos comercios incorporar el equipamiento necesario para organizar las ventas vía telefónica, adquirir conectarse a internet, cambiar equipamientos tecnológico, capacitar al personal en el uso de plataformas para la venta mediada por internet, trabajar con propuestas diseñadas para las redes y constituir una organización interna diferente para la entrega del producto y reacomodamiento de horarios con el personal para satisfacer la prestación de servicios. 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, comestibles, ropa, calzado, bebidas, medicamentos, alimento para mascotas y todo tipo de artículos.

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

Además, hubo que incorporar otros horarios y los protocolos sanitarios para el momento en que se habilitó nuevamente la apertura después del ASPO. Al momento de habilitar la atención al público hubo que buscar alternativas de adaptabilidad al protocolo sanitario obligatorio para poder mantener las puertas abiertas, lo cual significó gastos extras como disponer del alcohol en gel, herramientas para tomar la temperatura, vidrios que separaron al empleado del público y poner a disposición los productos sanitizantes antes no utilizados.

Una de las trabajadora entrevistada así lo expresaba: *"Comenzamos a aplicar de manera estricta el protocolo, tomar la temperatura al ingreso, recomendar el alcohol para manos, ver el uso del 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 agregó, como retrato de la reapertura: *"Fue la vuelta cara a cara detrás de un tapabocas"*. (Entrevista a S.)

En la pandemia los horarios se desestructuran totalmente con el aislamiento, cuando los locales físicos cierran y se puede vender solamente por pedidos a domicilio, o de manera on-line. En el momento del distanciamiento social, surgió el

horario corrido, tema que puso en tensión las opiniones de los/as comerciantes con los representantes gremiales, cuestión que se terminó de dirimir en Paraná con los cortes de horarios en el verano por la intensidad del calor.

Conclusiones

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

Desde lo empírico, en el Aglomerado Paraná, -según los micro-datos del INDEC a través del procesamiento de la EPH-, y durante los trimestres analizados, este sector no escapa de las reglas generales: el nivel de actividad y nivel de empleo en general se ha dado a la baja, con una fuerte presencia de los/as jóvenes que encuentran un puesto de trabajo; aunque las horas de trabajo que les toca transitar a los/as empleados de comercio es intensa.

Entre los dispositivos mencionados para afrontar la crisis muchos comerciantes apostaron al plan Ahora 12 que el gobierno siguió sosteniendo, considerado como una salida oportuna para mantener en parte el volumen de ventas, como otras ofertas específicas que llevaron adelante los distintos empresarios/as.

La pandemia precipitó el trabajo a través de la vía on-line como una forma de mantener los comercios, sus ventas y también para algunos el personal. Se sostuvo la consigna "Quédate en casa" nosotros llegamos a tu hogar. Desde el plano laboral, así como hay trabajadores/as que se enfrentaron al desafío y nuevos aprendizajes tecnológicos incorporados en las ventas cuando la salida fue a través la virtualidad, o la mensajería por WhatsApp. Estas alternativas, no impidieron, que se fueran agravando las relaciones aborales con el empleo no registrado, o a tiempo parcial, y que muchos/as jóvenes -en el dialogo sostenido a través de las encuestas-, se identificaron y lo denominaron "trabajador/ra eventual".

Como hemos ido sintetizado, a partir de la expresiones de los/as propios/as trabajadores/as, se fueron perfilando las subjetividades e identidades de este colectivo de jóvenes empleados de comercio. El trabajo en campo, nos posibilita decir que muchos/as elaboran sus identidades de acuerdo más a las pautas de consumo que a sus necesidades y se autoperciben como clase media por las relaciones que entablan, de donde provienen, por sus estudios finalizados en el secundario o los que están transitando el nivel superior educativo y siguen en su subjetividad el sentido de progreso que sostienen, pensándose desde otro lugar, que no es el

del trabajo como vendedor de un comercio, sino imaginando otras posibilidades laborales..

En esto juega un rol importante, la poca identidad y desafiliación que tienen muchos trabajadores que hoy están trabajando en el comercio minorista y que no se sienten involucrados con la actividad. Finalmente, se retoma lo expresado por 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." (2004:16).

Bibliografía

- ARGENTINA.** «Convención Colectiva de Trabajo n.º 130/75 Empleados de Comercio» (1975). Consultado el 20 de agosto de 2017 en URL <http://www.cac.com.ar/data/documentos/6_c13075.pdf>
- Trajtemberg, David y Battistini, Osvaldo (2015)** *Representación sindical en Argentina: un caso fuera de modelo.* En: *Revista Quaestio Iuris*, vol.08, n.º. 01, pp.386-419; Rio de Janeiro. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Direito. Programa de Pós-graduação em Direito
- CAME (2018).** *Confederación Argentina de la Mediana Empresa.* Comunicado disponible en http://www.redcame.org.ar/contenidos/comunicado/Ventas-minoristas-Pymes_-cayeron-9_2_-_en-septiembre.1574.html.
- CAME (2019)** 13 de enero disponible en <https://www.tiempoar.com.ar/nota/se-incrementa-el-cierre-de-locales-comerciales-en-las-ciudades-de-todo-el-pais>
- CAME (2019)** Informe sobre las ventas minoristas Comunicado del 6/10/2019 disponible en http://www.redcame.org.ar/contenidos/comunicado/Ventas-minoristas-pymes_br_-Resultados-del-mes-de-septiembre-2019-.1678.html
- CAME (2021)** Informe CAME, comunicado del 3 de enero 2021 disponible en <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. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires
- Castel, R. (2016).** Trabajo y utilidad para el mundo. *Revista internacional del trabajo*, Vol. 115, N° 6, 1996, págs. 671-678
- Cicolella, Pablo (2000)** *Distribución global y territorio. Modernización y concentración comercial en Argentina en los años noventa* En: *Economía, Sociedad y Territorio.* México: Colegio Mexiquense, A. C., vol. II, N° 7, pp. 459-496
- Fernández Milmanda, Belén y Benes, Enzo (2010).** *Moderación reivindicativa en el nuevo contextomacroeconómico post 2001: el caso del sindicato de comercio(Argentina 2003-2007)* En *Revista SAAP, Volumen 4, N° 2, pp 227-258.*
- INDEC (2017, 2018).** «Microdatos de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH). 1º Trimestre de 2017- Cuarto Trimestre 2018 - Aglomerado Gran Paraná». Paraná, Entre Ríos: 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.* Documento de Trabajo N° 027 IDICSO. Disponible en <http://csoc>.

usal.edu.ar/archivos/csoc/docs/indicso-sdti027.pdf

Melucci, Alberto (2001) *Vivencia y convivencia: teoría social para una era de la información* Madrid, Trotta.

Mingo, Graciela y otros (2013). «El trabajo como derecho. Su lugar en la sociedad y en la subjetividad» en Evangelina Benassi, Juan Rubén Zabinski, Mario Ale Siede y Viviana Marcel Verbauwede (Comps.). *Tercer cuaderno de cátedra abierta de Política y Planificación Social. Paraná, Entre Ríos: FTS-UNER/ Fundación La Hendidija*.

Mingo, Graciela, Rodrigo Sione (2020) "Los empleados del comercio minorista en el Gran Paraná. Identidades, características y sentidos otorgados" *Revista Central de Sociología*. Universidad Central de Chile Volumen 11 N°:11, disponible en <https://www.centraledesociologia.cl/index.php/rsc>

Neffa, Julio 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.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (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, Richard (2009). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, España: Anagrama.

Viltard, L. A. (2020) *Reinventado la operación minorista después del COVID-19 [en línea]*. Palermo Business Review. 2020, 22. Disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/11374>

Vommaro, Pablo (2012). «Los procesos de subjetivación y la construcción territorial: un acercamiento desde experiencias de organizaciones sociales en Buenos Aires» en Piedrahita Echandía, Álvaro Díaz Gómez y Pablo Vommaro (Comps.). *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. Bogotá, Colombia: Biblioteca latinoamericana de subjetividades políticas, Universidad Distrital Francisco José de Caldas.