

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

E.N.E.P. ACATLAN

FACULTAD DE ECONOMIA

6
24.



IMPORTANCIA DEL COMERCIO EN MEXICO.
CARACTERIZACION DE LOS TRABAJADORES
COMERCIALES. (1940-1975)

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN ECONOMIA

P R E S E N T A N

ROSA MARIA CASTILLERO MANZANO
MA. DE LOURDES MIRANDA GONZALEZ

MEXICO, D.F.

AGOSTO DE 1986.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	PAG.
INTRODUCCION	1
I. EL TRABAJO PRODUCTIVO COMO CREADOR DE PLUSVALIA Y LA TEORIA DEL VALOR DE MARX. REFLEXIONES SOBRE EL TRABAJO EN EL COMERCIO Y LOS SERVICIOS EN EL CAPITALISMO DESARROLLADO.	9
II. IMPORTANCIA Y EVOLUCION DEL COMERCIO EN MEXICO (1940 - 1970)	23
III. CARACTERISTICAS SOCIO-ECONOMICAS DE LOS TRABAJADORES COMERCIALES	37
IV. EL TRABAJO EN LA GRAN EMPRESA COMERCIAL	45
1. RENTABILIDAD DE LA GRAN EMPRESA COMERCIAL	45
1.1 PROCEDIMIENTO PARA OBTENCION DE LA TASA DE GANANCIA Y CUOTA DE PLUSVALIA EN LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO. (1970)	51
2. EXPLOTACION DEL TRABAJO COMERCIAL	61
2.1 SALARIOS	61
2.2 RELACIONES CONTRACTUALES	63
2.3 ESCALA DE SALARIOS Y FORMAS DE PAGO	63
2.4 JORNADA DE TRABAJO	67
3. PROCESO DE TRABAJO	70
3.1 CALIFICACION DEL TRABAJO	70
3.2 PROCESO DE TRABAJO	71
3.2.1 DIVISION INTERNA Y FUNCIONES POR DEPARTAMENTO DE UNA GRAN EMPRESA COMERCIAL	77
CONCLUSIONES	96
ANEXO ESTADISTICO	106
BIBLIOGRAFIA	

INTRODUCCION

El contenido de las categorías "trabajo productivo e improductivo", depende del desarrollo histórico de las relaciones de producción. No existe trabajo productivo en general para todas las épocas históricas, puesto que el concepto no puede ser estático sino que debe variar y evolucionar conforme a las exigencias y condiciones objetivas del desarrollo económico.

El análisis de estas categorías en función del desarrollo histórico del capital, demuestra que han sido utilizadas como instrumentos teóricos para el análisis de las clases, asimismo, como arma ideológica en la lucha política, puesto que permite designar negativamente a las clases que no contribuyen a la producción de la riqueza social y sólo participan en su distribución. En ello reside precisamente la importancia teórica que tiene esta pareja conceptual en el análisis de las clases sociales.

Teóricamente, la noción de trabajo productivo sobresale por representar la investigación del fundamento científico de la Economía Política, o sea, el intento de descubrimiento de la fuente originaria del valor, cuya evolución a lo largo de la expansión del capitalismo, muestra las condiciones económicas y sociales que han imperado en las distintas etapas que influyeron determinadamente en las diversas concepciones e interpretaciones que se han hecho respecto al problema.

Estas categorías ascendieron teóricamente, como conceptos de -
lucha de la burguesía naciente en sus distintas etapas de desa-
rrollo. Así pues, mientras los fisiócratas utilizaron el con-
cepto de trabajo improductivo contra la industria naciente, in-
cluyendo solamente dentro de la clase productiva a los trabaja-
dores ocupados en la agricultura, agrupando a todos los demás-
trabajadores dentro de la clase estéril; Adam Smith vuelve el-
concepto contra los vestigios de la antigua sociedad feudal, y
al hacerlo, desprende ya un concepto de trabajo productivo don-
de la relación entre el capital y el trabajo, está ya al menos
indicada aunque no desarrollada sistemáticamente. Finalmente,
en el momento en que las relaciones de producción capitalista-
logran tal expansión que las diversas estructuras económicas, -
sociales y políticas pasan al servicio y dominio de la burgue-
sía, las categorías de trabajo productivo e improductivo ya no
son de utilidad política para el régimen burgués y se experi-
menta un olvido total y sistemático de la economía burguesa en
relación a dichas categorías para lograr el mantenimiento de -
su propia dominación de clase.

Finalmente, Marx logró rescatar dichas categorías bajo la con--
sistencia teórica y sistemática de la teoría de la plusvalía -
que explica la reproducción del sistema capitalista imprimién-
doles definitivamente el cariz político implícito en dicha pa-
reja conceptual como arma ideológica del proletariado en su lu-
cha contra la dominación burguesa, definiendo a la clase obre-
ra como la clase "productiva" en el sistema capitalista en -

tanto creadora de plusvalía y por tanto, sostenedora de la sociedad, unificando bajo este sentido conceptual a los distintos trabajadores "productivos" que a pesar de su diferenciación cualitativa por la heterogeneidad en cuanto al lugar y naturaleza del trabajo que ejecutan; desde el punto de vista de su carácter de clase, están enmarcados todos ellos en el amplio sector del proletariado, como la clase eminente y potencialmente revolucionaria por su situación objetiva de explotación a la que está sometida en el sistema capitalista.

En toda su obra Marx considera como "productivo" el trabajo del obrero industrial, o sea el trabajo que produce "bienes materiales", porque en esa época del desarrollo capitalista las relaciones de producción propias del sistema se habían consolidado sólo en la actividad industrial siendo incipientes o inexistentes en otras esferas de la actividad humana como es el caso del comercio y los servicios. Sin embargo, lo importante de la teoría marxista es que define los criterios y fundamentos teóricos que identifican al trabajo "productivo" como el creador de plusvalía y por tanto engloba en ello a todo trabajador que vende su fuerza de trabajo al capital.

Así pues, bajo estos principios teóricos es necesario ir adecuando el concepto de trabajo "productivo" a las cambiantes condiciones y nuevas modalidades que el capitalismo en su desarrollo ha ido adquiriendo. Por ello, en su etapa actual en que las relaciones capitalistas se han expandido ya a casi to-

das las actividades económicas, tanto de la esfera productiva- como de la esfera de la circulación, creemos de fundamental importancia teórica y política el reconsiderar y ajustar el concepto, ampliando su cobertura, identificando así y valorizando en su actual dimensión el trabajo que por estar organizado bajo principios capitalistas crea plusvalía y por tanto es "productivo". De otra forma, prevaleciendo la concepción tradicional de que sólo es productivo el obrero industrial, no se puede entender el gran incremento de la población dedicada a la esfera de la circulación y a los servicios, pues siguiendo dicha concepción, representaría una creciente carga económica - que pesaría sobre los hombros del único sector productivo, el industrial, que proporcionalmente tiende a ser menor.

Es pues, en esta línea de reflexiones teóricas donde se enmarca nuestra investigación cuyo objetivo de estudio es el trabajo comercial, el cual actualmente ha adquirido una gran importancia tanto desde el punto de vista cuantitativo como de su organización típicamente capitalista y hasta ahora se le ha considerado como "improductivo" por encontrarse en la esfera de la circulación; sin embargo, el trabajo realizado principalmente en las grandes empresas comerciales se asemeja cada vez más al trabajo industrial tanto en su relación con el capital- como en la organización y la división del trabajo al que está sujeto, así mismo en cuanto a su condición socio - económi--ca. Y más aún, el trabajo comercial por una serie de características históricas, sociales y culturales es objeto de una so

bre explotación y pauperización creciente, así como de una generalizada manipulación política, debido a su débil o inexistente organización sindical que lo hace ser mucho más vulnerable al dominio del capital que el propio trabajo industrial, el cual ya cuenta con una larga vida de experiencias políticas.

Por lo anteriormente expuesto, el presente trabajo va de lo teórico a lo concreto; iniciándose en el capítulo I con el análisis del concepto marxista de trabajo "productivo", relacionándolo con la teoría del valor y ubicándolo en la etapa actual del desarrollo capitalista. El capítulo II pretende destacar a través de una serie de indicadores económicos, la importancia que en las últimas décadas ha ido adquiriendo el comercio en nuestro país, ubicando su evolución en el contexto del desarrollo capitalista de la economía mexicana, e identificando los rasgos que lo caracterizan en el proceso de polarización económica que define la etapa actual del capitalismo mexicano expresado por la creciente concentración monopólica y por la diseminación de pequeñas unidades de escasa o nula productividad.

En base a la información censal y otras fuentes estadísticas oficiales, en el capítulo III se hace un diagnóstico socio-económico de los trabajadores del comercio, tomando como parámetro de comparación la situación de los trabajadores industriales en una serie de características como Población Económicamente Activa por sexo, posición en el trabajo, grado de calificación, nivel de ingresos, etc.,

Uno de los objetivos fundamentales de nuestro estudio es conocer la situación real de explotación en la que se encuentran los trabajadores de la empresa capitalista comercial, por ello el capítulo IV está dedicado a analizar una serie de aspectos del trabajo en este tipo de empresas. Primeramente se trata de determinar el grado de rentabilidad de la empresa comercial haciendo aproximaciones de la cuota de ganancia y la cuota de plusvalía que privan tanto en el comercio como en la industria; destacando las diferencias entre estas 2 actividades en cuanto a productividad, composición orgánica del capital, remuneraciones al trabajo, etc. Utilizando diversas fuentes de información (censos, bolsa de valores, revistas, etc.) se pretende determinar el grado de concentración del capital, así como el amplio margen de ganancia y poder económico que la empresa comercial monópolica ha llegado a alcanzar en los últimos años, y que en varios casos han rebasado a las empresas industriales de esa misma dimensión.

Posteriormente, en base a la observación directa y a entrevistas realizadas, se trata específicamente el tema de la explotación del trabajo en la gran empresa comercial detectándose diversas formas y mecanismos sui-generis que hacen del empleado comercial un trabajador sobreexplotado, presionado y en muchos casos coaccionado por el capital.

Por último en este capítulo, se hace una descripción detallada de la forma de organización y división técnica del trabajo co-

mercantil, así como del proceso que sigue la mercancía desde el momento que entra en la tienda hasta que sale en la venta para su consumo personal; todo ello con la finalidad de conocer las características y particularidades del proceso de trabajo en este tipo de empresas comerciales; finalmente se presentan las conclusiones.

Queremos hacer notar que por la naturaleza del tema nos enfrentamos con muchos problemas para obtener información, ya que por un lado, no existen trabajos bibliográficos que traten este tema específico y por otro, la información estadística oficial se ha preocupado por destacar las cifras del sector industrial dejando prácticamente al margen las del comercio en muchos aspectos; lo cual limita en gran medida las posibilidades de análisis del sector.

Por ello, el presente trabajo representa sólo una modesta y limitada aportación al estudio del comercio en México, centrándose sólo en uno de sus aspectos: los trabajadores en las grandes empresas comerciales. Sin embargo, abre el campo de estudio en este sector dando los fundamentos básicos para despertar el interés de nuevos investigadores que se avoquen a la tarea de profundizar y ampliar en los diversos campos que plantea este sector, el cual por su grado actual de desarrollo y la importancia creciente que ha ido adquiriendo en la economía nacional, representa un tema de investigación novedoso con una

gran riqueza de temas a desarrollar y con la posibilidad de aportar nuevos elementos a la ciencia económica.

I.- EL TRABAJO PRODUCTIVO COMO CREADOR DE PLUSVALIA Y LA
TEORIA DEL VALOR DE MARX. REFLEXIONES SOBRE EL TRA-
BAJO EN EL COMERCIO Y LOS SERVICIOS EN EL CAPITALIS-
MO DESARROLLADO.

El desarrollo de la producción capitalista, ha traído consigo una creciente división social del trabajo, que se manifiesta tanto al interior como al exterior de la producción de mercancías.

Esto es, con el desarrollo de las fuerzas productivas, la actividad necesaria en la elaboración de una mercancía se fragmenta cada vez en actividades individuales que al mismo tiempo se van constituyendo en una gran actividad colectiva, donde participan varias capacidades individuales y donde la diferencia entre trabajador manual e intelectual se vuelve imperceptible en la formación de dicha mercancía.

Por otro lado, a nivel de la producción social, numerosas actividades económicas se han ido constituyendo en procesos de -- producción autónomos formando ramas específicas de dicha producción social. Mientras tanto en el proceso capitalista de -- producción hacen su aparición otras actividades como el comercio, servicios, etc., que se realizan ya, estrictamente bajo -- relaciones capitalistas de producción.

Por tanto, el número de trabajadores asalariados se ha incrementado de manera considerable, por lo que dilucidar dentro de este gran conglomerado, quiénes son trabajadores productivos y quiénes trabajadores improductivos, es de fundamental importancia, si consideramos que los primeros, de acuerdo con Marx, constituyen la clase social que produce la riqueza que mantiene a la sociedad capitalista.

Lo anterior nos remite al estudio y análisis de los conceptos de trabajo productivo y trabajo improductivo en el capitalismo, para intentar despejar las incógnitas que con respecto a la ubicación científica de los trabajadores productivos se nos presentan.

Es necesario señalar antes de plantear la argumentación teórica de Marx respecto a los conceptos de trabajo productivo y trabajo improductivo, que el intento y la polémica que se estableció en definir estos conceptos tiene sus antecedentes en los fisiócratas y en los mercantilistas. Mientras que para los primeros el trabajo productivo era aquel que creaba plusvalía sólo en la agricultura; para los mercantilistas éste correspondía a aquel trabajo que producía producto, que con su venta en el mercado exterior redituaba más dinero del que se había invertido en su producción.

Es la economía clásica (y fundamentalmente Adam Smith), la que avanza en la definición de estos conceptos. Plantea sustan---

cialmente que trabajo productivo, es aquel trabajo "...que, -- además de producir su propio salario, produce una ganancia para el patrón" (1). Por el contrario, trabajo improductivo, es aquel que no produce ganancia. Ejemplo de ello es el trabajo de un sirviente, que como tal, su trabajo se consume como servicio y es pagado con el dinero o renta de quien lo consume; -- así la diferencia entre ambos trabajos, sería que el primero -- es pagado por el capital, mientras que el segundo es pagado -- con el producto de la renta.

Sin embargo, cabe mencionar que esta definición no fue la única que adoptó la economía clásica, sino que planteó, por otro lado, y en contraposición a la primera, que trabajo productivo era aquel que producía cosas útiles, valores de uso, por el -- contrario, trabajo improductivo es el que producía cosas inútiles.

Marx, va a partir del primer planteamiento para analizar y determinar el carácter productivo del trabajo en el modo de producción capitalista, de lo cual expone lo siguiente: "Desde el punto de vista del proceso capitalista de producción se agrega la determinación más precisa de que es productivo aquél trabajo que valoriza directamente al capital, o que produce plusvalía.

(1) Napoleoni, Claudio: "Lecciones sobre el capítulo sexto. (inédito) de Marx". Lección 9. Trabajo Productivo y Trabajo Improductivo. Pág. 188. Ed. Era. México.

"Se trata luego, de trabajo que sirve directamente al capital como instrumento de su autovalorización, como medio para la producción de plusvalía" (2).

Para Marx, la distinción entre trabajo productivo e improductivo no depende del valor de uso específico en que el trabajo se manifieste, o sea, no depende de las particularidades del trabajo que crea un producto determinado, sino que la causa de esa distinción reside en su carácter de elemento creador de plusvalía; más explícitamente, ello significa que es trabajo productivo únicamente aquel que se realiza bajo relaciones de producción netamente capitalista; en donde el consumo de la fuerza de trabajo como mercancía en una actividad determinada, hace posible la creación de un sobrevalor, o sea, de un trabajo impago del que se apropia el capitalista. Es precisamente esta apropiación de trabajo ajeno que se ha materializado en productos y posteriormente en dinero (al ser realizados éstos en el mercado), el objetivo esencial que persigue cualquier capitalista al emprender una actividad productiva.

(2) Marx, Karl "El capital. Libro 1, Capítulo VI (inédito)". Trabajo productivo y Trabajo improductivo. Pág. 77. Ed. Siglo XXI, 7a. Edición, México 1979.

Hasta aquí es de fundamental importancia hacer algunas pre-siones respecto a los elementos que definen el trabajo pro--ductivo.

En primer término, como vemos, Marx parte del análisis del -trabajo en una formación histórico-social determinada, el capitalismo, por tanto, el trabajo al que hace referencia es -aquel que se encuentra real o formalmente subsumido en el capital, es decir, que en su carácter de mercancía y en su re-lación con los medios de producción, valoriza valores exis--tentes.

En segundo término y en consonancia con el anterior punto, -para el análisis del trabajo productivo Marx parte de la --forma social del proceso de producción. Esto quiere decir -que el trabajo y los medios de producción, elementos consti-tutivos del proceso laboral, aparecen como factores de la -misma relación social, el primero bajo la forma de trabajo -asalariado y los segundos bajo la forma de capital. Con respecto a esto, dice Marx: "...lo que en el primer proceso, -antes que el dinero o la mercancía se hayan transformado --realmente en capital, les imprime desde un comienzo el carácter de capital, no es ni su condición de dinero ni su condi-ción de mercancía, ni el valor de uso material de estas mer-cancías, consistente en servir como medios de subsistencia y de producción, sino el hecho de que este dinero y esta mer--

cancia, estos medios de producción y medios de subsistencia, se enfrentan a la capacidad de trabajo - despojada de toda riqueza objetiva - como poderes autónomos personificados en sus poseedores, el hecho de que, por tanto, las condiciones materiales necesarias para la realización del trabajo están enajenadas al obrero mismo...; el hecho de que las mercancías figuran como compradoras de personas. El adquirente de capacidad de trabajo es meramente la personificación de trabajo objetivado, el cual cede a los obreros una parte de sí mismo bajo la forma de medios de subsistencia a fin de incorporar a su otra parte la capacidad viva de trabajo y, merced a esta incorporación, conservarse íntegramente asimismo y crecer por encima de su medida originaria.

No es que el obrero compre medios de subsistencia y medios de producción, sino que los medios de subsistencia compran al obrero para incorporarlo a los medios de producción" (3).

Esta es la forma social específica en la que se desarrolla - el proceso de trabajo en el modo de producción capitalista - y constituye un factor fundamental, que hace que el trabajo de un obrero, sea un trabajo productivo.

(3) Marx, Karl. "El capital. Libro 1, Capítulo VI (inédito). La producción capitalista como producción de plusvalía." Ed. Siglo XXI, 7a. Edición. pág. 36.

En tercer término, Marx parte del doble carácter del trabajo: trabajo abstracto y trabajo concreto, y da con ello un avance significativo con respecto a la economía política clásica en su análisis del trabajo creador de plusvalía en el capitalismo. En este sentido nos dice: "El proceso de producción es la unidad inmediata entre el proceso de trabajo y el proceso de valorización, proceso que, a su vez, en cuanto tal es esencialmente producción de plusvalía, esto es, proceso de objetivación de trabajo impago. De esta suerte se halla determinado específicamente el carácter global del proceso de producción.

El trabajo, en cuanto elemento formador de valor y la mercancía como su objetivación, es trabajo indiferenciado, socialmente necesario, general, trabajo totalmente indiferente respecto a todo contenido particular, por lo cual alcanza también en su expresión autónoma, en el dinero, en la mercancía como precio, una expresión común a todas las mercancías, diferenciables sólo por la cantidad" (4).

El proceso laboral capitalista no anula las determinaciones generales del proceso de trabajo. Produce productos y mercancías. El trabajo sigue siendo productivo en la medida en que se objetiva en mercancías como unidad de valor de uso y de valor de cambio.

(4) *Ibíd.*, pág. 21.

Pero el proceso laboral es sólo un medio para el proceso de valorización del capital. Es productivo, pues, es trabajo que se representa en mercancías, pero si consideramos la mercancía individual, lo es aquel que en una parte alícuota de ésta representa trabajo impago, o si tenemos en cuenta el producto total, aquel trabajo que en una parte alícuota de la masa total de mercancías representa simplemente trabajo impago, o sea un producto que nada cuesta al capitalista". (5)

En este sentido, la producción de mercancías aparece simplemente como un medio para la valorización del capital, para la producción de plusvalía.

Si como vemos el fin último de la producción capitalista es la producción de plusvalía, los valores de uso creados por el trabajo productivo, tendrán importancia siempre y cuando sean soporte material de valores de cambio. "Por lo tanto decir que es productivo un trabajo que produce cosas útiles es tan absurdo como absurdo sería decir que es productivo un trabajo que no produce nada, porque el valor de uso, considerado en si mismo, es nada en la situación capitalista. Si al contrario, aquel valor de uso es realmente soporte de una

(5) *Ibíd.*, pág. 78.

plusvalía, entonces sí que el trabajo produce. Pero entonces el criterio de la productividad no es el valor de uso, - es la plusvalía". (6)

Por ello, dado que el criterio es la creación de plusvalía - para definir el trabajo productivo, toda actividad que se -- ubique en este contexto produzca o no valores de uso materiales, es productiva.

Por tanto, desde un punto de vista global, trabajo productivo es una expresión sucinta que designa la relación íntegra y el modo en que se presenta la capacidad de trabajo y el - trabajo en el proceso capitalista de producción. Hablar de trabajo productivo, es hablar de trabajo socialmente determinado, cuya implicación es la existencia de una relación específica entre el comprador y vendedor del trabajo. El trabajo productivo se intercambia por dinero destinado a ser capital, y como tal, se contrapone a la capacidad de trabajo. El trabajo productivo es aquel que reproduce el salario del -- obrero, conserva y valoriza el capital del capitalista y opone al obrero los valores creados por su propia capacidad productiva.

(6) Napoleoni, Claudi. "Lecciones sobre capítulo sexto (índice) de Marx". Editorial Era, lección 9 pág. 122.

Hasta aquí hemos tratado de puntualizar las reflexiones de Marx en torno a su concepción de trabajo productivo, con la finalidad de precisar aún más el concepto, veamos que dice - con respecto a su contrario, es decir el trabajo improductivo.

En principio tenemos que trabajo improductivo es todo trabajo comprado con dinero en su carácter de ingresos y consumido como valor de uso para proporcionar un servicio, aunque - sea un trabajo asalariado, pues ni se adquiere con capital - ni se le incorpora al proceso capitalista de producción bajo su forma variable.

En consonancia con lo anterior tenemos también que todo trabajo que no esté real o formalmente subsumido en el capital, es un trabajo improductivo, por tanto cualquier trabajo tendrá este carácter si no se desarrolla bajo las condiciones - que hemos expuesto a propósito del trabajo productivo. Sin embargo cuando Marx empieza a dirimir acerca de cuándo unas actividades serían productivas o cuando no, en algunos casos, la explicación resulta insuficiente y en otras más, nos plantea serias dudas.

Por ejemplo, cuando Marx se refiere al doble carácter del - trabajo en la producción capitalista, y destaca en la forma-

ción de valor, su carácter abstracto; llega a la conclusión - que trabajos de idéntico contenido pueden ser productivos o - improductivos dependiendo de la forma social específica en la que se los realiza. En el "Capítulo VI (Inédito)" ello, lo - ejemplifica, presentando casos de empleo -el trabajo notamen- te como servicios: la cantante, el actor, el maestro, que son trabajos productivos si están al servicio del capital e impro- ductivos si se realizan en forma independiente. Sin embargo- Marx no precisa éste planteamiento, al exponer en el siguien- te párrafo en cuanto a los servicios, que "Aunque se les pue- de explotar de manera directamente capitalista, constituyen - magnitudes insignificantes si se les compara con la masa de - producción capitalista. Por ello se debe hacer caso omiso de estos y tratarlos solamente a propósito del trabajo asalaria- do, que no es al mismo tiempo trabajo productivo". (7)

Esta última cita que hemos expuesto de lo dicho por Marx, nos plantea las siguientes reflexiones:

- (7) Marx, Karl "El capital, Libro 1. Capítulo VI (Inédito).- Trabajo Productivo y Trabajo Improductivo". Ed. Siglo XXI 7a. Edición. México 1979. Pág. 85.

Actualmente en la fase monopolista del capitalismo, en donde es clara y evidente la expansión del dominio del monopolio - hacia casi todas las esferas de la actividad humana, las relaciones capitalistas de producción caracterizan a todas --- ellas. Es así como algunos servicios que proporcionaba el - Estado, son ahora ofrecidos por el capital, otros se han organizado bajo relaciones estrictamente capitalistas y en general junto con el comercio, las finanzas, etc., se han convertido en términos económicos en un sector importante para la sociedad.

Por lo anterior, cobra relevancia ubicar en el contenido de - los conceptos de trabajo productivo y trabajo improductivo, - el trabajo que se realiza en cada una de estas actividades - (servicios, comercio, finanzas, etc).

Asimismo señalar el contexto histórico en el que Marx define los conceptos de trabajo productivo e improductivo.

En primer lugar, es el proceso de producción industrial como productor de bienes materiales, el que Marx analiza para exponer el funcionamiento de la economía capitalista y con -- ello, destaca al obrero industrial como el productor de la - plusvalía y por tanto del valor; identificando así la produc

ción de plusvalía sin tomar en cuenta ni mencionar otras actividades como los servicios. Ello se explica, si consideramos que en esa época del desarrollo capitalista europeo, la actividad industrial era dominante y las otras actividades - entre éstas los servicios, se encontraban muy poco desarrolladas.

En segundo lugar, debe tomarse en cuenta que Marx, continuando con la orientación de los clásicos, quería dar por terminada la polémica que se había gestado tiempo atrás respecto a la fuente originaria del valor, dejando sentado en definitiva, las bases técnicas claramente expuestas que avalaran - que es solamente en la esfera de la producción donde se crea valor y así mismo plusvalor cuando hay trabajo asalariado, - sin que hubiera margen a posibles desviaciones y malinterpretaciones que cayeran en la falsa concepción mercantilista - del origen del valor.

Las anteriores reflexiones nos han orillado a atribuirle un carácter productivo (bajo la acepción aquí considerada) a - las actividades comercial, financiera y de servicios bajo - las siguientes puntualizaciones finales:

- 1.- Son actividades autónomas e independientes de la actividad industrial, están organizadas de manera semejante a cualquier empresa capitalista y constituyen una parte -

creciente y fundamental en el funcionamiento de la economía capitalista.

- 2.- De acuerdo con la concepción marxista del valor, el trabajo en general, abstracto (como simple despliegue de fuerza de trabajo), constituye la fuente del valor de todo producto sin importar el carácter particular y concreto tanto del trabajo como del producto, siendo susceptible de cuantificarse. Por tanto si en el comercio y los servicios, el trabajo desplegado adquiere formas de organización capitalistas, consideramos insuficiente el argumento de Marx en la afirmación de que es improductivo el trabajo comercial en la medida que "expresa las metamorfosis formales del valor, su realización, la transferencia del derecho de propiedad sobre el producto, de una persona a otra"; ya que dicha afirmación que sólo hace referencia a una función propia del comercio, no expresa la improductividad del trabajo, ni se contrapone con los razonamientos teóricos que definen el carácter productivo de éste.

II.- IMPORTANCIA Y EVOLUCION DEL COMERCIO EN MEXICO.

1940 - 1970

Tomando en consideración que el nivel alcanzado por la producción en el sistema capitalista ha sido verdaderamente extraordinario y el destino de toda su producción es el mercado; se ha impuesto como una necesidad imprescindible para la valorización del capital, la constante transformación del capital mercancías en dinero y viceversa. Debido a ello, el comercio como sector de la economía ha ido adquiriendo una importancia relevante en el capitalismo. Sin embargo, no debe perderse de vista, que aunque actividad independiente, sólo constituye una fase del ciclo del capital y es sólo una sustantivación de la fase circulatoria de éste, por lo que forma parte implícita del proceso de reproducción del capital social. Por ello, su análisis interpretativo como sector no puede desligarse de aquel análisis del proceso global de desarrollo económico y acumulación capitalista que vive una sociedad determinada.

Así pues, el modelo de acumulación capitalista que ha adoptado México a lo largo de su historia, así como sus modificaciones, deficiencias y problemática específica, han incidido directamente en las características particulares que el comercio ha venido mostrando en su desarrollo y evolución como sector.

Por ello, para enmarcar al comercio en su justo contexto, -- creemos necesario hacer una breve referencia histórica del - proceso de industrialización mexicano y sus particularidades que lo definen, pues es a partir de la industrialización, - que el comercio logra su definitiva expansión al interior - del país.

El crecimiento industrial capitalista de México tiene lugar - a partir de mediados de los años 30's que, bajo un contexto - internacional favorable, se caracterizó por la utilización - intensiva de la planta industrial que se había venido instala - ndo desde el siglo XIX, dentro de la cual predominaba la - industria ligera ligada al consumo directo más o menos gene - ralizado y cuyas exigencias tecnológicas eran mínimas. Ello - junto con las condiciones de crisis del mercado mundial capi - talista, permiten una participación dinámica a la pequeña y - mediana empresa nativa, lo que a su vez distingue esta fase - de la del franco desarrollo monopólico que tiene lugar a par - tir de los años 50's.

A mediados de los 50's, se adopta en el país un modelo de - acumulación capitalista de expansión y diversificación indis - criminada industrial, promovido por la estrategia política - económica comunmente llamada de "Desarrollo Estabilizador"; - que trajo consigo, además de una alta tasa de crecimiento - económico y estabilidad bajo un acelerado ritmo de acumula--

ción capitalista; serios desequilibrios tanto sectoriales, - regionales así como en la distribución del ingreso.

La acelerada concentración del ingreso que tuvo lugar como - efecto de este modelo de acumulación adoptado, así como por - la entrada masiva del capital externo (norteamericano fundamentalmente), propiciaron el angostamiento del mercado para la industria ligera y la desaparición y/o absorción de un número considerable de pequeñas y medianas empresas "tradicionales", así como la orientación de la inversión directa hacia ramas de la economía industrial distintas de las ya existentes, satisfaciendo las necesidades de inversión del capital-extranjero que correspondían al cambio en el móvil de la acumulación capitalista en la economía mundial hegemónica: Esta dos Unidos, basada fundamentalmente en el producción de maquinaria y todo tipo de bienes de capital altamente tecnificados cuya alta productividad requería de su exportación.

Así se inicia propiamente la era de la producción de bienes-de consumo duradero, cuya demanda habría de descansar en las reducidas capas beneficiadas por la concentración del ingreso.

Bajo esta situación las recientes tendencias de industrialización en México tienen como característica fundamental, el alto nivel de concentración y centralización que ha resultado de la monopolización de los principales sectores de la economía;

como consecuencia de la presencia de capital monopolista extranjero, así como también de la fusión entre los capitales extranjeros y nacionales.

A este proceso de monopolización económica corresponde una diversificación relativa de la estructura industrial en la que predomina el rápido crecimiento de algunas ramas industriales directa e indirectamente relacionadas con la producción tanto de bienes de consumo inmediato como de bienes de consumo duradero, intermedios y algunos bienes de capital, bajo condiciones tecnológicas y de organización empresarial, sumamente sofisticadas; ampliándose así la gama de productos industriales puestos en el mercado, siendo los casos más relevantes los de la industria alimenticia, la tabacalera, la metal-mecánica, la automotriz, la eléctrica-electrónica y de línea blanca.

Este perfil moderno y altamente monopólico que la industria mexicana fue adquiriendo, tuvo correspondencia directa con todos los sectores de la economía.

En el caso del comercio, la expansión y diversificación industrial incidió directa y lógicamente en el crecimiento y expansión del sector, manteniendo paralelamente los mismos rasgos de acumulación capitalista monopólica y dependiente que caracteriza al conjunto de la economía mexicana.

La importancia creciente del sector comercio a raíz de la consolidación de la industria mexicana es evidente cuando se observa el papel tan significativo que el comercio ha venido teniendo desde los años cuarentas. Muestra de ello es la participación y crecimiento del sector en el Producto Interno Bruto (PIB), pues como se puede ver en el cuadro 3, para 1940 el comercio representó el 24.8% del PIB, aumentando su participación para 1970 al 31.5% , sólo superándolo el sector industrial que conformó para 1970 el 34.0%; sin embargo este sector a diferencia del comercio incluye varias actividades (manufacturas, construcción, minería, petróleo y petroquímica), por lo que la importancia del comercio como actividad única y propia, se mantiene. Por otro lado, como se puede observar en el mismo cuadro, el incremento porcentual de la participación del comercio en el PIB, a diferencia de los otros sectores ha mantenido un similar ritmo de crecimiento al del sector industrial, puesto que para la década 1950-1960 el incremento porcentual de la industria fue del 87.2%, en tanto que el del comercio del 81.7% y para la década 1960-1970, la participación de la industria en el PIB creció en 132.5% y la del comercio en 101.5%, solo en la década de 1940-1950, el crecimiento de la participación del comercio en el PIB fue de 43%, superior a la de la industria que representó 39.1%.

Un elemento más que expresa la importancia del sector comer-

cial desde el punto de vista de su participación económica, - lo muestra si cotejamos el cuadro 3 con el 4 donde se puede apreciar la diferencia marcada de la participación del comercio en el PIB y en la PEA (Población Económicamente Activa), puesto que si bien su contribución al valor de la producción tiene un peso significativo de más de 31%, para 1970, su participación en la PEA total, es mínima pues sólo representó - para ese mismo año el 9.2%, siendo el sector que absorbe el - menor porcentaje de la PEA total.

Ello es explicado por el mismo desarrollo desigual y atrofiado propio del capitalismo dependiente en nuestro país, - que ha provocado que el crecimiento de la actividad comercial se haya desarrollado bajo dos procesos bien diferenciados -- que son los siguientes:

- 1.- El gran desarrollo de las fuerzas productivas presente en el país que ha sido promovido fundamentalmente por - la influencia y penetración del capital extranjero monopolista en diversas ramas de la economía; dicho desarrollo ha propiciado un incremento de la composición orgánica del capital proporcionalmente mayor a la capacidad de absorción de mano de obra por parte del sector industrial, ello como efecto de la insuficiente acumulación de capital en nuestro país.

Así pues, este fenómeno económico ha traído como consecuencia que buena parte de esa fuerza de trabajo desplazada por el sector industrial busque su fuente de trabajo en actividades con mínima productividad enmarcadas - dentro del comercio (así como en el sector servicios), - tales como trabajadores por cuenta propia y el mismo subempleo; el cuadro 5 evidencia este proceso, pues si bien las medianas y pequeñas empresas comerciales en la década de 1960-1970 mantienen su participación mayoritaria en el total de las empresas comerciales, que es del 99.7%, dentro de éstas, aquellas sin personal remunerado han ido aumentando de manera significativa su participación, pues para 1960 representaban el 58.4% del total de pequeñas y medianas empresas, aumentando para 1970 al 81.5% logrando un crecimiento porcentual del 127% (como se observa en el cuadro 6), en tanto que las que tienen personal remunerado decrecieron en un 27.9%, viéndose disminuida su participación de 41.3% en 1960 a 18.2% en 1970 en el total de las pequeñas y medianas empresas; indicadores que expresan la tendencia al crecimiento de importantes masas de trabajadores comerciales, "informales" que escapan a los registros y censos oficiales y que forman parte de ese gran contingente de mano de obra que se encuentra en condiciones propias del subempleo o del empleo "disfrazado", ampliando así en términos reales el gran ejército de reserva que existe en nuestra economía.

- 2.- Paralelamente, este desarrollo de las fuerzas productivas que se ha expresado en una gran diversificación industrial al centrarse como ejes dinámicos de la acumulación las ramas productoras de bienes de consumo duradero y bienes intermedios, fundamentalmente a partir de los años 50's, ha generado un alto crecimiento económico y un correspondiente incremento del ingreso nacional con una tendencia marcada a la concentración de éste.

Dicho proceso ha requerido una ampliación y modernización del sector comercial que responda a las necesidades impuestas por esa expansión y diversificación industrial. El cuadro 6 indica el importante crecimiento de los grandes establecimientos comerciales, pues en la década de 1960-1970, su tasa de crecimiento fue del 83.3%, superior al registrado por el total de establecimientos en general que fue del 63.4%.

Por otro lado, el dominio del capital tiende a expandirse a toda la economía, logrando su punto óptimo en la etapa actual de desarrollo monopolista del capitalismo - en la que gran parte de las actividades en el sector servicios y en el comercio que en épocas anteriores fueron propias de la economía familiar o de la pequeña propiedad, ahora son actividades realizadas bajo relaciones de producción típicamente capitalistas por lo que -

engloban a una gran masa de trabajadores bajo condiciones de explotación por el capital, similares a las propias del obrero industrial.

Concretamente en el sector comercial, se ha llevado a cabo en los últimos años, una verdadera revolución de técnicas y procedimientos, tal es el caso de las tiendas de descuento, de departamentos, supermercados, aunque existían anteriormente en forma aislada, es a partir de los últimos 40 años, que llegan a cobrar una importante significación.

Las anteriores empresas comerciales se caracterizan por ser tiendas de grandes dimensiones, con un volumen de ventas elevado, y con un gran número de personal ocupado, así como por contar con una gran diversidad de mercancía.

Estas tiendas se caracterizan por contratar una gran masa de trabajo asalariado por capital, así como tener altas tasas de composición orgánica de capital, y una división técnica del trabajo muy especializada; características propias del proceso de monopolización que define actualmente al comercio. Así pues, se puede apreciar si vemos el cuadro 7, dónde a pesar de que el número de los grandes establecimientos comerciales es mínimo en

relación al total, pues constituyen sólo el 0.3% (en 1970), cuentan con el mayor monto de los ingresos obtenidos y del capital invertido, pues para ese mismo año representaron éstos dentro del total el 30.9% y el 30.3% respectivamente; además de absorber en promedio el mayor número de personal ocupado, 116.9 unidades para 1970 (ver cuadro 8).

Esto no es más que expresión del mismo proceso de monopolización que actualmente caracteriza la economía mexicana; manifestado por una tendencia del capital a -- aglomerarse en unidades inmensas. Esta se expresa en primera instancia, por la concentración de capital como resultado natural de la acumulación: todo capital crece y con él crece la escala de producción que lleva consigo. La centralización por otra parte, cambia la distribución existente de capitales ya formados por medio de la destrucción de su independencia individual, -- la expropiación del capitalista por el capitalista, la transformación de muchos pequeños capitales en pocos y grandes. Así, el capital crece en un lugar hasta ser una enorme masa en una sola mano, proceso que necesariamente genera un aumento en la productividad del trabajo y un mayor volumen de ventas e ingresos logrando reducir incluso la fuerza de trabajo que en general es empleada en el sector con el uso de técnicas y formas-

de organización empresarial para la optimización de re
cursos.

Este proceso de concentración y centralización del capital - en el sector comercial ha traído consigo, la polarización - creciente de la actividad comercial, pues si bien las grandes empresas comerciales han ido adquiriendo cada vez mayor importancia, los establecimientos comerciales sin personal remunerado también se han expandido considerablemente; pues tuvieron un crecimiento en la década de 1960-1970 del 127%, - muy superior al registrado por las grandes empresas comerciales y el total de los establecimientos, 83.3% y 63.4% -- respectivamente.

Así pues, este proceso ha sido resultado, de una acelerada - acumulación de capital en las grandes empresas comerciales - que ha posibilitado, el incremento de la productividad social del trabajo, pues el capital fijo de la gran empresa - capitalista constituye el 52.4% del total del capital fijo - en el comercio para 1970. Ello ha sido condición para que se de una tendencia de absorción y marginalización de peque
ñas y medianas empresas comerciales bajo un proceso acelera
do de competencia entre los capitales, dicho proceso se re
fleja en los cuadros 5 y 6 donde la participación de los es
tablecimientos comerciales con personal remunerado ha ido - de
creciendo respecto al total de los pequeños y medianos es

establecimientos comerciales. Así pues mientras que para 1960 - los establecimientos con personal remunerado constituyeran el - 41.3% respecto al total de pequeños y medianos establecimientos, para 1970 esta relación, sólo representó el 38.7%, habiendo decrecido los establecimientos con personal remunerado un - 27.9% en la década 1960 - 1970.

En el comercio, así como en los demás sectores económicos, el proceso de concentración y centralización del capital como se mostró anteriormente se ha dado, por un lado, como resultado - de la propia acumulación de capital interno y por el desplazamiento de pequeñas empresas, que como dijera Marx: son la base para acrecentar la fuerza productiva social del trabajo donde la finalidad última de ello es incrementar el plusvalor o plus producto. Y por otro lado, como consecuencia de la entrada masiva de capital extranjero monopolista en este sector. En el cuadro 9, se puede ver que para la década 1940-1950 los crecientes porcentajes de la inversión extranjera en la industria y en el comercio son similares, pues en el caso del sector industrial - la inversión extranjera aumentó en un 317.5% y en el caso del - comercio lo hizo en un 303.2%.

Ello tiene gran significación si consideramos que es la década donde hay una afluencia masiva de capital monopolista extranjero a nuestro país, siendo la industria y el comercio los secto

res donde mayor participación tuvo éste. Para la década de 1950-1960, se puede apreciar una marcada desaceleración en el crecimiento de la inversión extranjera de capital en la industria como en el comercio. Ya que para la industria ésta creció en un 240.1% mientras que para el comercio sólo lo hizo en un 133.6%, dicho proceso se agudizó aún más para la década 1960-1970 donde la participación de la inversión extranjera en el comercio se incrementó en sólo el 57.4% inferior a la de la industria que representó el 145.0%. De aquí se puede inferir que es más bien la reinversión de la plusvalía por parte del capital monopolista extranjero una de las causas que hoy definen el acelerado crecimiento de la acumulación de capital en el comercio. Según la revista Proceso (PROCESO N°. 216, pág, 18), "La proporción de utilidades derivadas de la IED (Inversión Extranjera Directa) reinvertidas en el comercio se mantuvo alrededor de 58 por ciento durante los sesenta y alcanzó 62.9 en 1970. Dispuestos a arriesgar menos aunque a ganar más, los comercios extranjeros financiaron sus negocios con recursos mexicanos. En 1965, el 19.4 por ciento del activo total de esas empresas se financió con dólares venidos del exterior y el 80.6 por ciento con pesos conseguidos en México. Hacia 1970, dice el Plan de Comercio, el flujo de dólares bajó a 18.3 por ciento y los financiamientos internos subieron a 81.7 por ciento".

Actualmente se ha visto una tendencia de estas tiendas a con-

formarse en poderosos grupos económicos adquiriendo fuerza política y convirtiéndose en factores fundamentales para influir en la determinación de precios y patrones de consumo. Asimismo muestran una tendencia de expansión y crecimiento no sólo en el área metropolitana de la Ciudad de México como es el caso del Centro Comercial Perisur sino en el resto de los Estados de la República, este último fenómeno se está dando fundamentalmente en las tiendas de autoservicio. Un claro ejemplo de ello es que en los últimos 10 años se han establecido en las ciudades de provincia varias tiendas de las principales cadenas comerciales que operan en la Ciudad de México como son Aurrerá, Comercial Mexicana, Gigante, Suburbia y Paris Londres, a través de un evidente proceso de desplazamiento y absorción de los centros comerciales locales.

III.- CARACTERISTICAS SOCIOECONOMICAS DE LOS TRABAJADORES COMERCIALES.

Como hemos venido afirmando, en México, como país capitalista dependiente, el comercio ha sufrido un proceso de desarrollo paradójico, pues, mientras la causa fundamental que explica la importancia que el sector ha adquirido dentro de la economía está centrada esencialmente en la expansión de las empresas monopólicas comerciales, no puede perderse de vista, que la participación del comercio dentro de la población económicamente activa total, también es resultado de la expansión y reproducción de formas de producción no capitalista y de unidades con una escala de reproducción simple del capital, como es el caso del pequeño comercio con personal no remunerado y el subempleo, como formas características del proceso de acumulación capitalista insuficiente y deformado, propio de un país capitalista dependiente.

El cuadro 10 que clasifica la PEA por sexo y posición en el trabajo, demuestra lo anterior, pues como se observa, para 1969, la categoría que ocupa el mayor porcentaje dentro de ésta, en el comercio era "obrero o empleado", contando con el 44.8% del total, situación semejante a la de la industria en particular que representa el 70.1%, pero, fundamentalmente con el total de la PEA en el conjunto de las ramas económicas representando esta categoría el 41.7% del total. Sin-

embargo, como puede verse, la categoría que le sigue en importancia, tanto dentro del comercio como de la industria es, - "trabaja por su cuenta", representando el 31.7% y el 11.6% - respectivamente.

Así pues, estos datos evidencian el predominio de trabajo - asalariado y por tanto, de relaciones capitalistas de producción, tanto en la economía en su conjunto como en los sectores comercial e industrial, pero siendo mayor en la industria pues tanto la economía en su conjunto (fundamentalmente agricultura y servicios), como el comercio agrupan a sectores importantes de la población que no pueden ser absorbidos por - el proceso de reproducción del capital y por tanto se dedican a actividades complementarias, improductivas o con niveles de productividad muy bajos o nulos.

Ahora bien, con respecto a la PEA por sexo presente en el - cuadro 11, podemos ver que el porcentaje más alto en el conjunto de las ramas de la economía está conformado por trabajo masculino, representando el 89.1%, al igual que en el comercio y en la industria, 72.1 y 79.3% respectivamente; pero si tomamos en cuenta la PEA por sexo y posición en el trabajo (cuadro 10), vemos que en el rubro "obrero o empleado" a pesar de que el trabajo femenino es menor que el masculino, - en el comercio es mayor el porcentaje de mujeres empleadas - que en la industria y en la economía en su conjunto, puesto-

que en el comercio representa el 30.8% mientras que en la industria sólo el 15.8%. Esta diferencia se explica por las características propias del trabajo realizado en el comercio - que no exigen importantes niveles de calificación y además - ofrece horarios de trabajo flexibles, que hacen del comercio - un campo de atracción del trabajo femenino con formas de pago por debajo de las retribuciones normales.

Con respecto a la calificación del trabajo en el comercio, es necesario tener presente que existen diferencias entre las - grandes empresas y las pequeñas, puesto que evidentemente las exigencias de especialización del trabajo al igual que las re - muneraciones, son mayores en las grandes empresas comerciales.

Ahora bien, consideramos que para tener un conocimiento lo - más apegado a la realidad del grado de calificación del traba - jo en el comercio, (fundamentalmente en las grandes empresas) es imprescindible remitirse al proceso de trabajo directo; - sin embargo, una aproximación al problema nos la puede dar - el cuadro 12 que refiere la PEA por sexo y ocupación de "pro - fesionales y técnicos", que podría considerarse (a un nivel - muy general) como el más alto grado de calificación del traba - jo que en el comercio tiene un porcentaje mínimo, pues sólo - representa el 1.8% del total de la población empleada en el - sector, mientras que en la industria ocupa el 4.7% del total - de este sector; en tanto que en el conjunto de la economía es - ta categoría conforma el 5.7%.

Por otro lado, puede notarse que después del rubro "comerciantes, vendedores y similares", que lógicamente tiene el porcentaje mayor en el sector (el 63.3%), el que le sigue en importancia, es el de "personal administrativo" que representa el 13.2%, superior al conjunto de la economía en general y al de la industria en particular, pues en el primer caso es del 7.5% y en el segundo del 9.5%.

Finalmente, otra distinción importante que diferencia el comercio de la industria y del total de la economía, es la mayor importancia que en él tiene la categoría de "funcionarios superiores y personal directivo público y privado" puesto que éstos constituyen el 5.0%, en la industria el 3.6% y en la economía el 2.5%.

Un razonamiento que se puede desprender de lo descrito anteriormente es que desde el punto de vista del nivel técnico-educativo, el comercio no exige altos grados de calificación a diferencia de la industria; sin embargo dadas las características de la actividad comercial, se establecen altos niveles de jerarquización que cuantitativamente son superiores a los de la industria y de la economía en general.

En cuanto a los niveles de ingreso del sector comercial, se puede deducir del cuadro 13 que para 1968, el más alto porcentaje del total de familias (50.0%), cuyo jefe de familia estaba empleado en el comercio, percibían un ingreso mensual entre

1,001 y 3,000 pesos, lo cual expresa que el nivel de vida en la mayoría de los trabajadores comerciales, es semejante al conjunto de obreros industriales puesto que, dentro de este nivel de ingreso están enmarcadas al 49.2% del total de familias cuyo jefe de familia se emplea en la industria.

Teniendo una visión global del cuadro 13 puede notarse cómo la estructura del ingreso en el comercio, es muy similar a la que existe en la industria, presentando ambos una alta concentración del ingreso pues en el caso del comercio, sólo el 2.3% del total de las familias que dependen de este sector, percibían un ingreso mensual mayor de 10,000 pesos, en tanto que en la industria era del 2.9%.

Si comparamos los cuadros 13 y 14 que se refieren al número de familias por estrato de ingreso familiar, según ramas de actividad del jefe de familia para 1968 y 1975, se puede inferir, que a pesar de que en términos generales se mantiene la similitud de la estructura del ingreso entre el comercio y la industria, para 1975 se presentan diferencias más marcadas, que en 1968 no existían. Es el caso de la mayoría de las familias ubicadas en los 3 rangos intermedios de ingreso para los dos años. Ello demuestra un rezago del ingreso en el comercio para la mayoría de los trabajadores, en relación a la industria, puesto que a pesar de los aumentos salariales presentes en ambos sectores, como efecto del proceso -

inflacionario que se da a partir fundamentalmente de 1970, los aumentos son mayores en la industria que en el comercio pues - un mayor porcentaje de familias en la industria para 1975, percibía mejores ingresos dado que el 68.5% del total obtenía entre 1,251 y 7,000 pesos mensuales, en tanto que en el comercio, el 57.6% (una diferencia de 10.9%, que en 1968 era mínima del 0.8%); por otro lado, el nivel menor de ingreso que está - entre 701 y 1,250 pesos, en el comercio lo obtenían el 19.5% - del total de familias dentro del sector, mayor que en la industria, pues en ella lo percibían un 10.7% del total, diferencia del 8.8%.

Algunas de las características más sobresalientes del comercio en lo que se refiere a ocupación son las siguientes:

- 1) La mayor parte de la población ocupada en el comercio en 1977, es decir el 42.3% (véase cuadro 15), trabajó "49 horas y más", lo que representa un tiempo de trabajo semanal superior al que rige legalmente en el país.

Como se observa en el cuadro 15, en todos los sectores económicos del área metropolitana de la Ciudad de México, así como en la industria de transformación en particular, la población ocupada se concentra en el tiempo de trabajo que va de 40 a 48" horas con un 46.5% -

y 62.5% respectivamente, mientras que en el comercio en este tiempo de trabajo se ubica sólo el 35% de su población ocupada.

Esta diferencia entre la industria y el comercio se debe a las características particulares del sector - comercio en nuestro país que obligan al trabajador - comercial a prolongar su jornada de trabajo; las causas son distintas dependiendo del tamaño de las em - presas.

El trabajador de las grandes empresas realiza activi - dades complementarias como limpieza, corte de caja, - etc., fuera del tiempo correspondiente que en gene - ral en todas las tiendas comerciales es propiciada - por el escaso o nulo grado de organización política de los trabajadores, que hace de éstos un sector to - talmente desprotegido y sin ninguna fuerza real que - enfrente al capital comercial. Por otro lado, los - trabajadores de estas tiendas se ven obligados a tra - bajar "horas extras" (estas sin retribución), en las "buenas temporadas" de ventas que son frecuentes en - todo el año.

En las pequeñas y medianas empresas donde generalmen - te no hay relaciones contractuales definidas y el - personal ocupado es escaso, es frecuente la violación

de las condiciones normales de trabajo y el empleado comercial en estas empresas se ve sujeto a una constante sobreexplotación.

- 2) En cuanto a la población desocupada abierta que en 1977 trabajó, en el comercio a diferencia de la industria, los motivos más importantes para dejar el trabajo fueron por "cese e insatisfacción en el trabajo", ver cuadro 16).

Estos motivos son bastante significativos pues muestran por un lado, la facilidad que tiene el capital de despedir a los trabajadores cuando éstos se hacen "indeseables" para la empresa utilizando una serie de mecanismos para lograrlo. Por otro lado, la poca posibilidad de "realizarse" en la actividad comercial dado que el trabajo se reduce a tareas simples y existen grandes limitaciones para promoverse, por lo que gran parte del personal ocupado trabaja en el comercio transitoriamente, buscando en otros empleos satisfacer sus aspiraciones de trabajo.

- 3) Otrá característica de la ocupación en el comercio y que reafirma reflexiones anteriores es que en este sector a diferencia de la industria es mayor el porcentaje de la población ocupada que trabaja tiempo parcial pues representa el 18.1%, mientras que en la industria el 9.0% (ver cuadro 17).

IV.- EL TRABAJO EN LA GRAN EMPRESA COMERCIAL.

1.- RENTABILIDAD DE LA EMPRESA COMERCIAL

Sabiendo que el móvil fundamental en el sistema capitalista es la obtención de ganancia, la actividad comercial como actividad independiente no está al margen de esta ley fundamental del sistema. Así, la importancia creciente que ha tenido el comercio en México, debe en gran medida explicarse, como consecuencia de la alta rentabilidad del sector.

Como puede observarse en el cuadro 18, la cuota de ganancia en el sector comercial para 1970 fue del 20.14% semejante a la de la industria, siendo del 23.86%. Ello en base a las aproximaciones que hemos hecho con información censal cuyos procedimientos se encuentran al final de este apartado. (Además de la cuota de ganancia se hicieron otras aproximaciones para cuota de plusvalía).

Si se observa el cuadro 19 puede verse que de 1960 a 1970 -- hay una disminución de la composición orgánica del capital en la industria y sin embargo la productividad aumentó en un 136.8%; por lo que se puede inferir que ese aumento de productividad se debe fundamentalmente a una mayor intensidad del trabajo y a la utilización de capacidad ociosa ya instalada. Por su parte, el comercio a pesar de que también expe

rimenta una disminución en la composición orgánica, lo hacen en menor medida que la industria y el aumento de la productividad en este sector también es mucho menor, pues su incremento es sólo del 78%.

Ello puede tener su explicación en que en la industria existen innumerables posibilidades para incrementar la productividad gracias a la gama tan diversificada y desarrollada de tecnología que se ha incorporado a los procesos productivos. El caso del comercio es distinto puesto que, aunque en las grandes empresas modernas ya se han adoptado técnicas muy avanzadas de comercialización, éstas son limitadas (dado que no tienen su origen en la producción material como es el caso de los bienes de capital para la industria), y no se han logrado generalizar en todo el sector; por lo que el incremento de la productividad en el comercio es menor que el que experimenta la industria, a pesar de que la composición orgánica del capital en el primer sector sea mayor que en el sector industrial, pues en 1970 era de 13.5 mientras que en la industria de 7.0. Así pues, la productividad en el comercio reside fundamentalmente no en el capital fijo que se invierte pues éste en gran medida sólo representa las condiciones físicas de la empresa comercial como son los anaqueles, el local, instalaciones eléctricas, de conservación y almacenamiento, etc., sino en la organización empresarial que implementa mecanismos diversos a través de una mayor intensidad -

del trabajo, alargamiento de la jornada de trabajo etc., que hacen posible incrementar la rotación del capital comercial y por tanto obtener un mayor monto de ganancia, cuya base es ta sustentada en la sobreexplotación del trabajo comercial. - Por ello, aunque se mantengan similares cuotas de ganancia - en la industria y en el comercio, en éste último la cuota de plusvalía es mayor pues en 1970 ésta fue de 194.7% y en la - industria de 113%, (ver cuadro 18).

Esto se comprueba si tomamos en cuenta las remuneraciones pro medio por persona ocupada de cada sector (ver cuadro 19). - que mientras en la industria fue de 20,865 pesos anuales en 1970; en el comercio fue de 9,184 pesos; además el incremento porcentual de este promedio para ambos sectores de 1960 a 1970 fue para la industria de 93% mientras que para el comer cio fue sólo del 45%.

La importancia que el comercio ha adquirido en las dos últi mas décadas la evidencia el cuadro 20 en el que se muestra - el acelerado ritmo de acumulación de capital del sector que va aparejando con el de la industria, pues la tasa de creci miento del capital en el comercio es del 123.09%, en tanto - que el de la industria es del 123.25% para el período 1960 - 1970. Sin embargo el ritmo de crecimiento del capital cons tante en el comercio es mayor que el de la industria, mien-- tras que en el del capital variable la relación es inversa; - datos que corroboran lo expresado en el cuadro 19 con respec

to a la composición orgánica del capital en ambos sectores para 1970, siendo mayor ésta en el comercio que en la industria.

Dentro del desarrollo creciente del comercio, son las empresas monopolistas las que en mayor medida han contribuido a lograr dicha expansión; un indicador de ello se presenta en el cuadro 21 donde la tasa de crecimiento del capital de las grandes empresas comerciales es del 256% en el período 1960-1970, proporción mucho mayor que la existente para el comercio en general que era del 123%. Y con respecto al crecimiento del capital constante y del capital variable en este tipo de empresas, a diferencia de lo ocurrido en el total del sector donde tiene un mayor ritmo de crecimiento el capital variable (132%) que el constante (120%), el capital constante crece en mayor proporción pues en ese mismo período tiene una tasa de crecimiento del 271%, siendo la del capital variable del 151%.

La concentración y centralización del capital en el comercio se expresa en la alta proporción que tienen las empresas monopolistas en el capital total del sector, puesto que solamente el 0.3% del número total de establecimientos (que son estas empresas), cuentan con el 31.8% del capital total invertido en el comercio en 1970, (ver cuadro 22).

Según muestra la revista Proceso (Número 216. Págs. 16 y 17)

"El Plan de Comercio señala que el 4.9% de los establecimientos comerciales del país alcanza el 83.0% de las ventas y genera el 80% del valor en ese sector.

Asimismo el poder económico de estas empresas es amplio, 53 comercios ocupan posiciones privilegiadas entre las 500 empresas más importantes del país, según estadísticas de la revista Expansión. Lugar número 15 Aurrerá liderea el comercio privado mexicano: con 14,000 empleados y con un activo de 5,857 millones de pesos, esa tienda anuncia venta mayor a 13,120 millones de pesos en 1979". (ver cuadro 24).

Finalmente, con respecto a la redituabilidad de la empresa monopólica, en el cuadro 23 se presentan datos de la tasa de ganancia de las principales empresas bursátiles, cuya fuente de información es la Bolsa de Valores (que, dada la naturaleza de la variable, consideramos, es la fuente de información más fidedigna). Se puede observar, que las empresas que se toman en cuenta son de las más importantes tanto en el sector industrial como en el comercial, como es el caso de Aurrerá, Liverpool, Anderson Clayton, Cervecería Moctezuma, Teileindustria Ericson, Fundidora Monterrey, etc., por lo que las podríamos considerar como representativas del conjunto de empresas monopólicas. Así pues, tomando en cuenta este cuadro, podemos afirmar que las empresas monopólicas del comercio tienen un más alto nivel de redituabilidad que las em

presas de las distintas ramas de la economía; pues las cinco empresas comerciales que se consideran en el cuadro, en los tres años que van de 1975 a 1977, mantuvieron la más alta tasa de ganancia del total de las empresas bursátiles.

En el estudio que presenta la revista Proceso, las principales tiendas monopólicas comerciales como Aurrerá, Liverpool, Sanborn's, Palacio de Hierro y Paris Londres, aumentaron sus utilidades en casi 350% de 1976 a 1980. "En total, las utilidades de las cinco supertiendas fueron de 816.2 millones de pesos en 1976 y de 2,802.2 millones en 1979. El aumento de las ventas fué mayor: las cinco supertiendas vendieron en total en 1976 apenas el 69% de lo que Aurrerá vendió en 1979. Así, las ventas totales en 1976 fueron 9,062.1 millones de pesos y de 23,632.6 en 1979; el salto fué de 260%".

El proceso inflacionario que vive actualmente el país, es un fenómeno económico propiciado y al mismo tiempo aprovechado por estas empresas monopólicas comerciales, que explica el gran incremento en sus utilidades. Ello se advierte en tres hechos fundamentales:

Por una parte, como consecuencia de su gran capacidad monopólica existe un gran margen de libertad que incide en el incremento de los precios de los productos no controlados; por otro, el alto porcentaje de las ventas que controla el comercio privado y finalmente, la sociedad de consumo que están conformando a través de la publicidad y propaganda.

1.1 PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DE LA TASA DE GANANCIA Y
CUOTA DE PLUSVALIA EN LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO. 1970 *

1.- Rentabilidad Industrial**

Relación de Ingresos y Egresos:

Ingresos = 212,404'445,000 Egresos = 175,071'757,000

Ingresos - Egresos = 37,332'688,000

Promedio = 311,200

CONCEPTOS:

Ingresos = Producción Bruta Total

Producción Bruta Total. Comprende el valor total a precio de venta de los productos que los establecimientos elaboraron - por cuenta propia durante el año de 1970 y la variación de inventarios de productos en proceso. Asimismo incluye lo cobrado por servicios de maquila, reparación y mantenimiento, prestados a terceros durante el año; el valor del activo fijo producido por los establecimientos para su propio uso, los ingresos por ventas de energía eléctrica y otros ingresos brutos.

*En base a datos censales

** Se refiere a todo el sector industrial.

Egresos = Materias Primas y Auxiliares + Otros Insumos + Remuneraciones + Depreciación + Intereses, regalías, rentas.

Materias Primas y Auxiliares. Incluye el valor de todos aquellos bienes propiedad de los establecimientos que intervinieron en el proceso de producción, incorporándose generalmente al producto final, sea que hubieren sido adquiridos en el año de referencia o provenieran de existencias anteriores. La valoración de estas materias primas, así como de los otros insumos físicos, incluye además del costo de adquisición, los pagos por fletes, seguros, almacenaje, carga y descarga, y en general todas las erogaciones en que se incurrió para llevar dichos materiales al establecimiento.

Otros Insumos. Comprende el valor de los consumos o gastos que los establecimientos realizaron durante el año de 1970 por conceptos tales como: envases y empaques, combustibles y lubricantes, refacciones, energía eléctrica, maquila, servicios de propaganda y publicidad, comisiones, honorarios e iguales, pensiones al personal jubilado y, en general todos aquellos gastos a cargos corrientes efectuados durante el año, excepto los pagos por intereses, regalías, rentas, impuestos, depreciación y remuneraciones al personal ocupado. El criterio de valoración es igual al seguido por las materias primas.

$$g' = \frac{\text{Utilidades}}{\text{K. Inv. Neto}} = 23.86\%$$

2- Rentabilidad Comercial*

Relación Ingresos y Egresos:

Ingresos = 148,930'766,000 Egresos = 130,680'403,000

Ingresos - Egresos = 18,250'363,000

Promedio = 42,494

CONCEPTOS:

Ingresos = Ventas Netas + Ingresos Diversos

Ventas Netas + Ingresos Diversos. Representa la suma del importe de las ventas netas de mercancía realizadas durante el año y el correspondiente a los intereses percibidos sobre ventas a crédito más ingresos por otros conceptos.

Egresos = Insumos Totales + Otros Gastos + Otros (del valor - Agregado Bruto Censal)

Insumos Totales. Representa el valor de compras de mercancías, materiales para envase y empaque, energía eléctrica, publicidad, etc., excepto intereses, regalías, renta, impuestos, depreciación y remuneraciones al personal ocupado.

Otros Gastos. Incluye todos aquellos gastos o cargos corrientes efectuados durante el año, no comprendidos específicamente en otro renglón tales como: fletes sobre entrega de pro--

* Se refiere a todo el sector comercial.

ductos, pagos a terceros por servicios de reparación y mantenimiento y por servicios profesionales, primas de seguros, - amortizaciones etc. No incluye los gastos por pago de impuestos de cualquier clase ni los pagos por depreciación.

Otros (del valor Agregado Bruto Censal). Se obtuvo por la suma de renglones comprendidos en el Valor Agregado Censal Bruto, que desde el punto de vista de la empresa representan gastos, los cuales, son: las remuneraciones totales al personal-ocupado, los intereses, regalías, rentas, alquileres y la depreciación en 1970.

$$g' = \frac{\text{Utilidades}}{\text{K. Inv. Neto}} = 20.14\%$$

3.- Diferencia de las Utilidades Obtenidas en la Industria y el Comercio.

		Promedio
Utilidades industria	= 37,332'688,000	311,200
Utilidades comercio	= 18,250'363,000	42,494
Diferencia	= 36,484'025,000	268,706

4.- Tasa de Explotación.

Industria:

Utilidades = 37,332'688,000

K Variable = 32,992'796,000

G/KV = 113%

Comercio:

Utilidades = 18,250'363,000

K Variable = 9,369'507,000

G/Kv = 194.7%

5.- Rentabilidad de la Empresa Capitalista Comercial (1)

a) Relación Ingresos y Egresos:

Ys = 45,966'836,000

Egresos = 44,292'204,000

Ingresos - Egresos = 1,674'632,000

CONCEPTOS:

Ingresos = Ventas Netas más Ingresos Diversos

Ventas Netas más Ingresos Diversos. Representa la suma del importe de las ventas de mercancías realizadas durante el año del correspondiente a los intereses percibidos sobre ventas a crédito, ventas de material de desecho, intereses diferentes a los percibidos sobre ventas a crédito, rentas y alquileres de bienes muebles e inmuebles, etc.

Egresos = Insumos Totales + Otros Gastos + Otros (del Valor Agregado Censal).

Insumos Totales. Representa el valor de los consumos o gastos que los establecimientos realizaron durante el año de 1970 por conceptos tales como: compras de mercancías, materiales para envase y empaque, energía eléctrica, servicios de propaganda y publicidad, comisiones y en general, todos aquellos gastos o cargos corrientes efectuados durante el año, excepto

(1) Empresas con más de 50 trabajadores. VI. Censo Comercial.

los pagos por intereses, regalías, rentas, impuestos, depreciación y remuneraciones al personal ocupado.

Otros Gastos. Incluye todos aquellos gastos o cargos corrientes efectuados durante el año, no comprendidos específicamente en otro renglón tales como: fletes sobre entrega de productos, pagos a terceros por servicios de reparación y mantenimiento y por servicios profesionales, primas de seguros, amortizaciones, etc. No se incluyen los gastos por pagos de impuestos de cualquier clase ni los pagos por depreciación.

Otros (del Valor Agregado Censal Bruto). Se obtuvo por la suma de renglones comprendidos en el Valor Agregado Censal Bruto, que desde el punto de vista de la empresa representan gastos, los cuales son: las remuneraciones totales al personal ocupado, los intereses, regalías, rentas, alquileres y la depreciación en 1970.

Insumos Totales	=	34,007'984,000
Otros Gastos	=	5,311'469,000
Otros	=	<u>4,972'751,000</u>
Egresos Totales	=	44,292'204,000

b) Relación Ganancias/ Capital Invertido:

Ganancias = 1,674'632,000

Capital Invertido Neto = 27,437'219,000

+

Depreciación 402'961,000

Capital Invertido Total = 27,840'180,000

Tasa de Ganancia = G/C = .06015 = 6%

CONCEPTOS:

Ganancias. Es la diferencia entre el total del Valor Agregado Censal Bruto y la suma de los demás elementos conocidos -- del mismo, o sea, las remuneraciones totales al personal ocupado, los intereses, regalías, rentas, alquileres y la depreciación en 1970, incluyendo la deducción de Otros Gastos (Fletes-sobre entrega de productos, pagos a terceros por servicios de reparación y mantenimiento y por servicios profesionales, primas de seguros, amortizaciones, etc).

Capital Invertido Neto. Suma de valor en libros al 31 de diciembre de 1970 de los activos circulante, fijo y diferido - propiedad de los establecimientos deducidas las reservas que - hubiera en esa fecha.

c) Relación Costos de Producción y Precio de Producción de - las Mercancías:

Costo Total de las Mercancías = 27,597'671,000

Ventas Netas Total = 43,868'971,000

Ventas Netas-Costo Total = 16,271'300,000

CONCEPTOS:

Costo Total de las Mercancías. Se obtuvo sumando el valor de las existencias de mercancías al 31 de diciembre de 1969 el importe de las compras de mercancías realizadas por los establecimientos durante el año de 1970, y restándole el valor de las existencias al 31 de diciembre de 1970.

Ventas Netas Total. Comprende el importe total de las ventas de mercancías realizadas por cuenta propia durante el año de 1970, al mayoreo o al menudeo, ya fueran al contado o a crédito deducidos los descuentos, rebajas y devoluciones sobre ventas. No incluye el importe de las ventas de mercancías recibidas en consignación.

d) Utilidades Netas:

Utilidades = 1,674'632,000

Utilidades. Se obtuvo de la diferencia entre el total del Valor Agregado Censal Bruto y la suma de los demás elementos conocidos del mismo, incluyendo la deducción de Otros Gastos.

Valor Agregado Censal Bruto. Sólo pudo ser calculado indirectamente como diferencia entre las Ventas Netas más Ingresos - Diversos y los Insumos, debido a que no se encontró información de todos los conceptos que lo integran.

2.- EXPLOTACION DEL TRABAJO COMERCIAL.

Dada la naturaleza de este tema, vamos a abocar nuestra investigación fundamentalmente, al estudio y análisis del trabajo comercial en las grandes empresas; puesto que consideramos que es en estas grandes empresas comerciales donde la explotación capitalista del trabajo se manifiesta ampliamente.

2.1. Salarios

En las grandes empresas comerciales como lo muestra el cuadro 25, el promedio de remuneraciones al personal ocupado en 1970 era de 23,755 pesos anuales, por lo que el sueldo promedio mensual era de 1,979 pesos; comparando este dato con el que nos da el cuadro 19 donde se especifica el promedio de remuneraciones para el total de trabajadores del sector comercial, se observa que con un promedio anual de 9,184 pesos se obtiene un sueldo mensual promedio de 775 pesos. Creemos que ello no puede ser indicador de que el trabajo comercial en las grandes empresas esté bien remunerado; puesto que la mayoría de los establecimientos comerciales, el 99.7% del total son empresas comerciales pequeñas y medianas, o sea, que tienen hasta 50 empleados; y dentro de éstas, el 81.7% son empresas con personal no remunerado por lo que buena parte del pago al trabajo en estas unidades, no está regido ni siquiera por el salario mínimo.

Una idea más exacta del problema se puede obtener si comparamos el promedio de remuneraciones en las grandes empresas comerciales con el de las grandes empresas industriales, presentes en el cuadro 25, que en 1970, fue para la industria de 22,870 pesos anuales, obteniendo por lo tanto al mes, -- 1,905 pesos, sueldo menor que para las grandes empresas comerciales sin embargo, en el cuadro se ve claramente como la diferencia de ese promedio de remuneraciones entre las grandes empresas capitalistas industriales y comerciales, tiende a ser cada vez menor puesto que para 1960 esa diferencia de sueldo mensual era de 248 pesos, mientras que para 1970 se reduce a sólo 74 pesos.

Esto manifiesta la tendencia que caracteriza al comercio moderno de los últimos años que ha dejado de ser una actividad en manos de un sector de la población con un nivel social superior, perteneciente a la "clase media" que gozaba de una cierta situación de privilegio tanto en el nivel de educación como en el nivel de vida y posición social. Actualmente esa situación privilegiada se ha visto deteriorada, pues tiene cada vez más a asemejarse el trabajador comercial con el obrero industrial, dado que la implementación de las nuevas técnicas de comercialización por parte del capital comercial ha hecho innecesaria la contratación en forma generalizada de personal con cierto nivel educativo existiendo una tendencia creciente a emplear trabajadores con niveles de estudio

y calificación mínimos, fenómeno que ha incidido en un abaratamiento del trabajo comercial en este tipo de empresas.

2.2. Relaciones Contractuales

Para entrar como empleado a estas empresas no se requiere un alto grado de calificación y de escolaridad, los requisitos fundamentales son tener experiencia en trabajo comercial y una buena presentación.

La mayoría de las tiendas establecen tres contratos de 30 días cada uno; en caso de que el desempeño del trabajo no sea satisfactorio no se reanuda la contratación y si por el contrario cubre los requisitos de aprobación de la empresa a los 90 días de trabajo se le otorga la planta. Sin embargo, en algunas tiendas como es el caso de Comercial Mexicana, Aurrera y Gigante, el tipo de contrato que la empresa establece con la mayoría de los empleados no otorga a éstos ninguna seguridad en su trabajo, puesto que en muchos de esos contratos se estipula "Contrato por Tiempo Indefinido", por lo que la empresa en el momento que considere "inconveniente" por cualquier motivo el mantener como empleado a determinada persona, puede despedirlo sin tener ninguna limitación legal.

2.3. Escala de Salarios y Formas de Pago.

A la mayoría de los empleados en estas tiendas se les paga el

salario mínimo que priva en cada región, trabajando tiempo completo, siendo el caso de los anaqueleros, gondoleros, - almacenistas, personal de marcaje, buscaprecios, personal- de limpieza y algunos supervisores; sin tener ninguna posi- bilidad de incrementar su ingreso puesto que aunque en cier- tas ocasiones trabajen horas extras, éstas no son retribuif- das en muchos casos, ni tampoco cuentan con otro tipo de - ingreso extra como sería el caso de las comisiones que so- lamente se les dan a los vendedores de las tiendas destina- das a la venta exclusiva de los bienes suntuarios como en- París Londres, Palacio de Hierro, etc., y en algunos depar- tamenttos de las tiendas de autoservicio llamados "Islas"- que son fotograffia y enseres menores (línea blanca y apara- tos electrónicos).

En cuanto a los cajeros, su forma de pago es distinta pues- to que, en principio, este se rige por el sueldo mínimo -- profesional establecido para cada región; por otro lado, - los cajeros gozan de una serie de incentivos como los si- guientes:*

Precios equivocados.- Por cada precio equivocado que el -- cajero (a) detecte, se le otorga una determinada cantidad- de dinero, según la diferencia del precio equivocado con -

*Esta información es referida específicamente a la tienda- Aurrerá; sin embargo, aunque con algunas variantes este - procedimiento es generalizado en todas las tiendas de Au-

el precio real, y según el tipo de mercancía de que se trate. Cuando se trata de mercancía de "Isla" (Carnes, pescado y mariscos, frutas y verduras, salchichonería, fuente de sodas, tabaquería y regalos, fotografía y perfumería), la cantidad que se paga depende de lo siguiente:

Cuando el margen de error se encuentra entre:

50 ctvs. y 45 pesos	reciben \$ 5.00
45.50 pesos y 75 pesos	" \$15.00
75.70 pesos y 100 pesos	" \$50.00*

Para todas las demás mercancías de línea sin importar tipo y diferencia de precios, reciben \$2.00 pesos por cada una.

Shoper.- Existen dos tipos; Centralizados y de Supervisión. El Shoper centralizado es una persona contratada por la cadena de empresas cuyo trabajo es vigilar el funcionamiento de las cajeras; haciéndose pasar por un cliente problemático y difícil y según el desempeño del cajero (a) lo califica sobre la base de 10 puntos, tomando en cuenta desde el saludo y la buena presentación, hasta la captación de errores en los precios, y dependiendo de los puntos que obtenga, se le otorgan o no, incentivos monetarios.

Por su parte, el Shoper supervisor que es el mismo supervi-

* Datos de 1980.

sor de esa tienda se encarga periódicamente de comprobar también el buen desempeño de los cajeros bajo la forma de vigilar a uno por uno sin que estos se den cuenta, y según lo apreciado, también califica pero sobre la base de 500 puntos obteniendo los cajeros con buena calificación un premio también en dinero.

Otro tipo de incentivos a cajeros se les da por puntualidad y buena presentación.

Finalmente, cuando se hacen cortes de caja y existe algún porcentaje de desviación, si este es negativo, el cajero además de perder los incentivos obtenidos, tiene que pagar las pérdidas y si es positivo se le retiran los incentivos.

Para los cajeros en general, no existe pago de horas extras solamente para aquellos que trabajan por hora, pagándoseles un 25% más por hora sobre su sueldo.

En el caso de los Jefes de Departamento a pesar de que tienen una gran responsabilidad en el trabajo, pues las funciones que deben desempeñar y vigilar son variadas, el sueldo que perciben es muy bajo, ligeramente superior al salario mínimo.

Por otro lado, a la mayor parte de los empleados no se les

pagan horas extras mas que en ciertas temporadas como es la navidad y días festivos como el 10 de mayo, etc., siendo - regido este pago por un 25% adicional sobre el sueldo base. En el caso de días festivos y de descanso que según la Ley deben pagarse al doble o al triple, en estas empresas también son pagados bajo este criterio o son retribuidos con tiempo.

Con respecto a las prestaciones que por Ley la empresa debe otorgar a los trabajadores, éstos sólo reciben las mas elementales como son: aguinaldo, reparto de utilidades, seguro social, prima dominical y vacacional y maternidad; no gozando de algunas otras como son Infonavit, Fonaçot, etc.

El caso de los vendedores de las tiendas de bienes suntuarios es diferente. Pues la empresa además de todas las garantías que establece la Ley, otorga otras como seguro de vida, seguro contra accidentes de viaje, beneficio por enfermedad no profesional, etc. Asimismo premios anuales que gratifican a los trabajadores que se distinguieron como - los mejores en la venta de mercancías.

2.4. Jornada de Trabajo

Es en el comercio donde en mayor medida se establecen dis--

tintos tipos de jornada, pues en general el trabajo (eventual y de planta), en las grandes empresas comerciales se realiza en jornadas de 48 y 24 horas semanales.*

Los horarios de trabajo no son los mismos para todos los trabajadores, generalmente estos son establecidos durante todo el día, de acuerdo al puesto y trabajo específico del trabajador, así como a las necesidades propias de las empresas comerciales. Así pues, podemos encontrar trabajadores, como los de mantenimiento, que comienzan sus labores desde las 6:00 A.M., mientras que otros como los anaqueleros, lo hacen a las 11:00 A.M.

Ahora bien dentro de la jornada de trabajo, la empresa otorga al conjunto de trabajadores 5 minutos de tolerancia para checar la tarjeta de ingreso a la tienda, 1 período de descanso por la mañana y por la tarde de 5 minutos, y, 1 hora para comer; si bien este último tiempo se excluye de las horas que considera la jornada laboral, no obstante constituye una interrupción en la continuidad de ésta, por lo que la gran mayoría de las empresas han implementado las siguientes medidas que permiten a la permanencia de la rotación de su capital.

Por un lado, que el trabajo se efectuó fundamentalmente en

* En el caso muy específico de SEARS, hay otra jornada de trabajo de 30 horas semanales.

jornadas de 4 horas diarias realizados en horarios estratégicos, y por otro, que las horas de comida se concedan en forma escalonada.

Un caso concreto de esto lo tenemos en algunas tiendas de "Comercial Mexicana", en donde aproximadamente el 60% de las cajeras trabaja medio turno, haciéndolo generalmente por la tarde cuando la afluencia de clientes es mayor, evitándose así la empresa, dar el tiempo correspondiente a la comida.

Los distintos turnos de los trabajadores están sujetos frecuentemente a cambios según las disposiciones de la empresa, ello fundamentalmente en las temporadas de mayores ventas.

Finalmente, es importante señalar que gran parte del personal trabaja más tiempo de lo establecido por su jornada, pues -- las actividades complementarias a su función específica como, cortes de caja, limpieza, etc., las deben realizar en un --- tiempo posterior al cumplimiento de su horario establecido.

3.- PROCESO DE TRABAJO.

3.1. Calificación del Trabajo.

Para ocupar la mayoría de las categorías del trabajo en estas tiendas no se requiere de alta calificación y escolaridad, solamente para ocupar altos puestos directivos y administrativos como es el caso del gerente y subgerentes que requieren de estudios a nivel profesional. Sólo en estos casos se contrata a la gente directamente para ocupar dichos puestos; para la mayoría de las demás categorías, la forma de obtenerlas es a través del ascenso del mismo personal ocupado hacia niveles superiores.

Es importante destacar que en aquellas empresas comerciales que destinan sus ventas a un sector exclusivo de la población como es el caso de París Londres, Palacio de Hierro, -- Sears, etc., el personal dedicado a la función específica de venta fundamentalmente en los departamentos de muebles, aparatos eléctricos, línea blanca, fotografía, perfumería, etc., tienen una cierta especialización de acuerdo al tipo de artículos que venden, en muchos casos son personas con estudios sobre decoración, sistemas electrónicos, cultura de belleza, mercadotecnia, etc.,

La mayoría de las empresas se encargan de dar entrenamientos continuos y periódicos a todo el personal, desde el gerente-

hasta el empacador o cerillo.

A los empleados que ocupan puestos directivos se les imparten cursos de psicología industrial, relaciones humanas y aspectos administrativos.

En el caso de los cajeros, éstos reciben adiestramientos sobre los distintos aspectos referidos al trabajo en cajas, -- desde su forma de presentación, y el trabajo específico que realizan hasta el funcionamiento interno de la máquina registradora.

Por otro lado, al conjunto de empleados como gondoleros, anaqueleros, personal de marcaje, etc., se les da periódicamente entrenamientos audiovisuales tanto sobre la tarea específica que realizan, como del funcionamiento de cada departamento y de la tienda en general. A los cerillos por su parte, también se les imparten entrenamientos audiovisuales referentes al empaque de mercancías y al funcionamiento global de la tienda.

3.2. Proceso de Trabajo.

Estas empresas comerciales están subdivididas por departamentos, según el tipo específico de mercancías en aquellos destinados a la venta de éstas y en aquellos otros destinados a

actividades administrativas y de contabilidad, por el tipo de función que realizan como es el caso de los departamentos de cajas, marcaje, recibo de mercancías generales, recibo de abarrotes, el de consumos internos, gerencia, contabilidad, etc.

El trabajo realizado en cada departamento está organizado y controlado internamente, puesto que en cada uno de ellos -- existe un jefe responsable de su departamento. El resto de los empleados se dedican a las distintas tareas específicas dentro del departamento que van desde el recibo de la mercancía hasta atender a clientes y las devoluciones.

El proceso de trabajo en las tiendas comerciales según el curso que lleva la mercancía es el siguiente:*

La empresa comercial cuenta con bodegas centrales para el conjunto de las tiendas que forman la cadena comercial, de donde son distribuidas las mercancías para cada una de ellas.

Generalmente en cada tienda existen 3 bodegas de acuerdo a los tipos de mercancías que ingresan a la tienda, en este caso se trata de las bodegas de frutas y verduras, ropa y abarrotes.

* Esta información está basada fundamentalmente en la observación directa y en entrevistas a personal de una de las tiendas de Comercial Mexicana.

Los departamentos en que está dividida la tienda comercial y sus funciones son diversas (se describen detalladamente en el anexo); sin embargo, según el tipo de trabajo que se realiza en base a las propias características de la mercancía, podemos dividir el total de departamentos en tres grandes áreas: la primera referida a la venta y procesamiento de alimentos, la segunda a la exhibición y venta de bienes durables (desde ropa y todo tipo de accesorios ^{hasta los bienes suntuarios}), y la tercera la que incluye el departamento de cajas.

1) Ventas y procesamiento de alimentos.

En esta estarían integrados los departamentos de: salchichonería y lácteos, fuente de sodas, carnes naturales, pescados y mariscos, frutas y verduras y abarrotes.

Con excepción del departamento de fuente de sodas, el trabajo que se realiza en los demás está dirigido fundamentalmente hacia la conservación, almacenamiento, empaque, etiquetación y exhibición de la mercancía.

El número de trabajadores que se requiere para realizar estas funciones en cada uno de los departamentos no es tan importante ni tampoco el número de horas que abarca la jornada de trabajo por empleado; sin embargo se puede señalar con mayor precisión, que estos departamentos que se ubican en el área de comercialización (esfera de la circulación), corresponden a extensiones de procesos pro-

ductivos, aquellos que han producido alimentos. Esto es de singular importancia, pues retomando lo dicho por Marx, el trabajo realizado en la conservación y modificación de la mercancía que ha salido de la esfera de la producción, se puede decir que es un trabajo productivo.

Este razonamiento es válido también para analizar el trabajo que se realiza en el departamento de fuente de sodas, pues como sabemos, éste tiene su función principal en la preparación y venta directa de alimentos, es decir en la transformación misma de productos por lo que podría considerarse también que el trabajo desempeñado en este departamento es un trabajo productivo.

Los departamentos que componen ésta área se encuentran en casi todas las tiendas comerciales en lugares que son estratégicos para la captación de la atención del público, y son de gran importancia en la obtención de altos márgenes de ganancia, ya que además de manejar grandes volúmenes de productos, ofrecen una amplia y variada gama de alimentos básicos y secundarios destinados a cubrir las necesidades de alimentación de todas las clases sociales por lo que gran parte de los ingresos que recibe la mayoría de los sectores de la población, son acaparados por las grandes tiendas comerciales distribuidas estratégicamente en la mayor parte del territorio nacional.

2) Exhibición y venta de bienes durables.

Esta área la constituyen los departamentos de damas, niñas, bebés, caballeros y niños, zapatería, blancos, libros y -- discos, hogar, ferretería y jardinería, juguetería, deportes, papelería, accesorios, telas, mercería, línea blanca.

El trabajo que se realiza en todos los departamentos tiene como función principal lograr una buena exhibición de la -- mercancía, checar y cambiar precios y en general atender -- al público. Estas funciones son vigiladas y controladas -- directamente por el jefe de cada departamento que es el -- responsable de mantener la rotación de los artículos que -- le corresponden a su área, el adecuado acomodo y presentación de los mismos en las áreas de venta, así como la eficiencia en el manejo del personal a su cargo.

El personal requerido en cada departamento no es muy numeroso y las jornadas de trabajo son tanto de tiempo completo como de medio tiempo; sin embargo hay dos aspectos importantes que hay que señalar respecto al trabajo y duración del mismo en estos departamentos: por una parte, las ofertas y aumentos de precios de las mercancías, que es -- una actividad fundamental en la estrategia de ventas de la empresa, requiere que los tranajadores continuamente estén cambiando los precios, actividad que frecuentemente la hacen fuera de las horas de su jornada de trabajo, sin que -- ello amerite mayor remuneración, por lo que la explotación del trabajo vía extensión de la jornada es de las mayores--

en estos departamentos. Por otra, la empresa con la finalidad de elevar el volúmen de ventas, promueve la rotación en el trabajo de jefes y empleados para garantizar con ello la innovación y creatividad en las ideas de exhibición y presentación de la mercancía:

3) Departamento de cajas.

Una vez que las mercancías son tomadas por el público de los distintos departamentos, la última etapa que atraviesa la mercancía en la tienda para su realización final, se presenta en el departamento de cajas.

En este departamento es dónde se lleva a cabo la operación de registro y cobro de la mercancía que los clientes adquieren en la tienda, así como su empaque en bolsas por personal infantil "voluntario", cuyo trabajo sólo es retribuido con las propinas de los clientes.

La supervisión y vigilancia del trabajo desempeñado en esta área es intensa y permanente, estando los cajeros sujetos a una gran presión y sobrecarga de trabajo, factores que, aunados al bajo nivel de retribución y a la gran responsabilidad y riesgos que su trabajo implica, son la causa del gran índice de rotación y deserción en el trabajo que se registra en este tipo de empleados.

3.2.1. DIVISION INTERNA Y FUNCIONES POR DEPARTAMENTO DE UNA GRAN EMPRESA COMERCIAL

BODEGA DE FRUTAS Y VERDURAS.

En esta bodega no hay personal específico que se ocupe de realizar las tareas concretas de ésta, los empleados del departamento de frutas y verduras (posteriormente se describirá) son los que descargan y marcan la mercancía, y en especial uno de ellos se dedica a empacar los productos que así lo ameritan.

Ahora bien, el curso que sigue la mercancía es el siguiente: - una vez que llegan los camiones que transportan la mercancía - ésta, es descargada, pesada y medida; de ahí, de acuerdo a las características propias de la mercancía una pasa a refrigeración (tal es el caso de la zanahoria, chícharos etc.), otra se pone en condiciones de ser transferida paulatinamente al departamento de frutas y verduras y alguna otra, como por ejemplo el huevo, pasa directamente a este departamento donde permanecerá con el total de las existencias (ello ocurre, cuando estos productos están en oferta).

También es necesario señalar que algunas mercancías se seleccionan y se empacan.

BODEGA DE ROPA

En esta bodega se reciben mercancías que están clasificadas como de "confección" que viene a ser todo tipo de ropa, y de -

"no confección" que son artículos de vidrio, perfumería, etc. Esta bodega ocupa a tres trabajadores y un jefe de bodega que son los que reciben y marcan la mercancía con una máquina que tiene la capacidad de sacar y pegar las etiquetas en el producto, al mismo tiempo;* posteriormente la mercancía se envía casi en su totalidad a los diferentes departamentos y otra más es almacenada. Las mercancías que frecuentemente requieren de ser surtidas para registrar un mayor volumen de ventas son - aquellas de uso cotidiano como crema para manos, vaso de cristal, etc., sucediendo lo contrario con la ropa que es mercancía que hasta 8 días permanece almacenada, violando de esta manera un reglamento que confiere de 24 a 48 horas el almacenamiento de la mercancía.

*Esto ha hecho que los trabajadores tengan una mayor rapidez - en el marcaje de las mercancías, pues antes para realizar este trabajo lo hacían con una máquina que sólo sacaba las etiquetas, pegándolas los trabajadores con la mano.

BODEGA DE ABARROTES

Hay en esta bodega un jefe y un empleado que son los encargados de recibir y ordenar la mercancía, pues los macheteros de los proveedores son quienes la descargan.

La descripción de los siguientes departamentos se hace en función del orden que establece la empresa.

SALCHICHONERIA Y LACTEOS

Ocupa 6 trabajadores, 4 de turno completo y 2 de medio turno.

La mercancía de este departamento es recibida en la bodega de abarrotes donde es puesta en cámaras de congelación. La labor de los trabajadores consiste en sacarla de ahí y trasladarla al departamento donde es sometida a limpieza y tratamiento para ser exhibida, además de colocarle el precio, tal es el caso de los quesos y algunas carnes frías.

Por otro lado, el trabajo de los trabajadores no sólo consiste en lo anterior, pues además de rebanar las carnes frías, atender al público, pesar y poner el precio a cada pedido, hacen la limpieza del departamento.

Este departamento depende mucho de las exhibiciones, por lo que los trabajadores se deben esmerar en ello.

Generalmente las horas más intensas de trabajo son alrededor del mediodía (11 y 12 horas) y por la tarde (6-7 horas p.m.).

FUENTE DE SODAS

En este departamento trabajan 3 empleados principalmente, en la preparación de alimentos que son vendidos directamente al público como son hot-dogs, tortas, hamburguesas, y en ocasiones comida, sin embargo esta última se elabora o no, en función de si la región donde está ubicada la tienda es apta para el consumo de comida preparada.

Este departamento, se abastece de mercancía de la misma tienda.

CARNES NATURALES

Ocupa 6 trabajadores (un jefe y cinco empleados). En este departamento el trabajo consiste en sacar la carne de la vitrina para pesarla, esto se realiza a diario por una sola persona, ello es necesario pues la carne pierde peso durante la noche, mientras tanto los demás trabajadores destazan, separan y cortan debidamente la carne; posteriormente la empacan y le marcan el precio para ser exhibida.

El sobrante de carne que no se puede colocar en piezas y en general el desperdicio, es triturado para hacer carne molida.

Los trabajadores no sólo se limitan a realizar estas tareas sino que permanentemente tienen que hacer aquellas referidas a la limpieza del departamento.

Por otro lado, este departamento levanta un inventario cada mes, pues la probabilidad de pérdidas es mayor que en otros departamentos dadas las características de su mercancía; sin embargo estas tiendas comerciales operan con dichos departamentos para garantizar mayor asistencia de clientes, pues se trata de productos básicos, siendo ello una razón que explica el porqué estos departamentos ocupan lugares estratégicos, como el fondo de la tienda.

Generalmente de las 8 a las 11 horas a.m., el trabajo es más intenso. En las tardes sólo se queda una persona.

PESCADOS Y MARISCOS

En este departamento hay 3 trabajadores (un jefe y dos empleados uno de medio tiempo y otro de tiempo completo) y su trabajo consiste en sacar la mercancía de la vitrina, para cambiarle el hielo de esta última, enseguida se vuelve a colocar la mercancía previamente clasificada y marcada (poner el precio) para ser exhibida. En la tarde hay que guardarla en la cámara, para

su conservación.

El trabajo de este departamento es muy intenso durante las primeras horas del día.

FRUTAS Y VERDURAS

Este departamento ocupa nueve trabajadores, entre ellos un jefe y 8 empleados de los cuales dos trabajan medio turno y seis, turno completo*. Alrededor del mediodía, cuando la mercancía llega a bodega los trabajadores la descargan para que inmediatamente después, seleccionen la que se almacena en la cámara y la que se queda en la bodega, posteriormente sacan la mercancía para colocarla en los lugares de exhibición, - ello se hace en función de las necesidades del departamento.

De toda la mercancía que llega a bodega, hay una de mejor calidad, en este caso la tarea de los trabajadores consiste en seleccionarla, pesarla y acomodarla en paquetes que ellos mismos sellan con una máquina para envoltura; después estos paquetes son trasladados a los lugares de exhibición.

*En las primeras horas de la jornada, los trabajadores deberán escoger la mercancía, separando en los lugares de exhibición aquella que se encuentra en buenas condiciones. El darle cada vez mejor presentación a la mercancía, es una exigencia para los trabajadores por parte de la empresa, quien asegura con ello un mejor volumen de ventas.

La mercancía que está en mal estado se pesa a diario para llevar un control de las mercancías diarias, y se realiza de la siguiente forma:

- Se vende como fruta preparada con chile, (cuando se trata de fruta).
- En caso de jitomate, chile, limón, etc., se vende a mitad de precio.
- En el caso del huevo, cuando las piezas se rompen se rescata lo que queda y se vende en panaderías.

Este departamento realiza un inventario cada mes.

ABBARROTÉS

Ocupa siete trabajadores, entre ellos un jefe y seis empleados, de estos 2 trabajadores permanecen medio turno y cuatro turno completo.

Su trabajo consiste en limpiar los muebles y anaqueles y acomodar la mercancía, en caso de que haya una mercancía en mal estado es enviada a devoluciones.

En este departamento el trabajador deberá mantener siempre - los muebles llenos haciendo una constante rotación de la mercancía para lograr, por un lado, la exhibición de toda la mercancía existente y por otro lado, nuevas presentaciones - en la exhibición de ésta, y con ello llamar la atención del público consumidor.

DAMAS Y NIÑAS

El departamento tiene tres trabajadores, uno es jefe y dos son empleados, todos trabajan turno completo.

Las tareas que tienen que realizar estos trabajadores son - las siguientes: limpiar los muebles de exhibición, separar las mercancías por tallas y acomodarlas en dichos muebles; - paralelamente a esto, deberán checar que los precios estén - puestos correctamente de acuerdo a la mercancía de que se - trate.*

Además otra tarea que frecuentemente tienen que desarrollar los trabajadores son los cambios de precios. Cuando la mercancía deba llevar un precio distinto al anterior es necesario quitar éste y en su lugar poner el nuevo precio, en - cambio cuando se trata de rebajar el precio de las mercancías solamente a la etiqueta del viejo precio establecido se le - pone la nueva que contiene el precio de oferta. Este tipo -

*Esto lo hacen con la mercancía existente en el departamento y con la que recibe a diario de la bodega.

de trabajo da margen a violar el horario de trabajo de los - empleados, pues generalmente el cambio de precios es anunciado por la gerencia, para realizarse de un día para otro, por lo que los trabajadores no alcanzan a cubrir en su horario - quedándose a trabajar en las siguientes horas.

Algunas ocasiones las ofertas son anunciadas por el departamento de información y cobradas directamente en cajas ahorrándose todo el proceso anteriormente descrito.

Una labor más del empleado de este departamento es la atención que tiene que brindar al público cuando este no encuentra la mercancía deseada.

BEBES, CABALLEROS Y NIÑOS.

Ocupan dos trabajadores de turno completo. El sistema de trabajo es similar al descrito en el anterior departamento.

ZAPATERIA.

Tiene dos trabajadores, un jefe y un empleado, éste último de medio turno.

Los trabajadores en este departamento se encargan de recibir la mercancía de bodega donde ha sido marcado, posteriormente la separan por tallas, sexo y niños y la acomodan para ser exhibida. Además de brindarles atención al público cuando así lo requiera y atender las devoluciones de mercancías.

BLANCOS.

Hay dos trabajadores, un jefe y un empleado de medio turno.

Al igual que en el departamento anterior, los trabajadores reciben la mercancía de la bodega, la separan por artículo y por modelo para ser exhibida.

LIBROS Y DISCOS.

En este departamento hay dos empleados, que son el jefe y un empleado de medio turno.

El trabajo de éstos consiste en recibir la mercancía de bodega, clasificarla y separarla, en este caso como se trata de libros y discos se hace por autor y por artistas respectivamente. Después se acomoda en los exhibidores y se atiende al público cuando éste así lo requiera.

HOGAR, FERRETERIA, JARDINERIA.

Estos departamentos son atendidos por dos trabajadores, que son el jefe y un empleado de medio turno.

JUGUETERIA, DEPORTES, PAPELERIA, ACCESORIOS.

Estos departamentos ocupan cuatro trabajadores, dos de tiempo completo y dos de medio tiempo. El trabajo realizado en todos estos departamentos consiste en recibir la mercancía, clasificarla y colocarla en los lugares de exhibición. Aquí el trabajo es más tedioso pues existe una gran diversidad de mercancía de diferentes características y tamaños que dificultan su clasificación.

TELAS.

Es un departamento que opera con tres trabajadores que son el jefe y dos empleados, uno de turno completo y otro de medio turno. Estos trabajadores llevan el control de la venta de telas, el pedido y hechura de cortinas y cortineros, principalmente.

Para la hechura de cortinas, la tienda contrata un maquilador que llega a la tienda 2 veces por semana para recoger o entregar los pedidos solicitados; algunas ocasiones éste pone las cortinas a domicilio.

Ahora el proceso para maquilar es el siguiente:

Los trabajadores registran en una nota la cantidad de tela, -- medidas y en general todos los datos que se requieren para ha cer las cortinas, posteriormente la tela es revisada por un - vigilante para pasar a bodega, en donde es recogida por el ma quilador; una vez que ha hecho las cortinas, éstas son entre gadas en bodega donde se les da trámite de recibidas para que después sean transferidas al departamento de telas y de esta manera sean puestas a disposición del cliente.

Así pues, los departamentos que están relacionados con este - departamento en el control de la maquila, son la bodega y con tabilidad.

MERCERIA.

Ocupan a un jefe de turno completo y a un empleado de medio - turno. Los trabajadores además de limpiar los exhibidores, - acomodar la mercancía y en general mantener presentable el de partamento tienen que cobrar con máquina sumadora el importe- de las mercancías vendidas; ello es una medida para garantizar el pago en efectivo de algunos artículos que por su tamaño po drían ser robados, por ejemplo, botones, hilos, etc.

LINEA BLANCA.

Sólo hay un trabajador en este departamento y se trata del jefe, que tiene turno completo. Además de tener presentable el departamento, el empleado deberá realizar el siguiente trabajo:

Anotar el mueble comprado, anexando en la nota donde se registra esto el ticket de compra.

Cobrar en este departamento el importe de la mercancía, para después depositar este dinero en el departamento de "cajas".

De las copias de la nota una es para el cliente, otra para el departamento de contabilidad y otra para la bodega. Por otro lado en esta última es donde se recibe el mueble que va a ser enviado para ser checado; después la mercancía es enviada al domicilio del cliente en camiones de flete que contrata la empresa, ahí el chofer y los trabajadores checarán por medio de la firma del cliente en la nota, la entrega de la mercancía.

Por último el chofer entrega la nota firmada por el cliente a la bodega y ésta a su vez al departamento de contabilidad.

DEPARTAMENTO DE CAJAS.

El personal de este departamento está conformado por el jefe de cajas, los supervisores y las cajeras.

El jefe de caja es el responsable de que el trabajo y función que desempeñe cada uno de los elementos del departamento sea correcto y de solucionar todos los problemas que surjan relacionados con el departamento a su cargo.

El supervisor de cajas por su parte es el auxiliar del jefe de cajas y se encarga principalmente de vigilar el funcionamiento del equipo de trabajo, la atención al público, la labor de los empacadores y la distribución y asignación del tiempo por concepto de descanso y comida para las cajeras; además de realizar los cortes de cajas junto con estas últimas.

Las cajeras además de realizar el registro, cobro y manejo correcto de las mercancías tienen obligación de atender correctamente al cliente, así como de tener una buena presentación tanto personal como de su área de trabajo. Además deben efectuar el corte de caja al finalizar sus labores.

Existen en la tienda dos tipos de máquinas registradoras:

1.- Registradora Electromecánica

- a) Clase 22
- b) Clase 5

2.- Registradoras Electrónicas o Terminales

- a) Clase 255
- b) Clase 2552

La registradora electromecánica es una máquina que funciona - semejante a una sumadora, trabaja independientemente una de - otra y lo que la cajera va registrando se acumula en la misma.

La registradora electrónica o terminal tiene una capacidad de operación superior a las registradoras electromecánicas; se - encuentran formando un circuito conectadas unas con otras y - controladas por un procesador o cerebro en el que se almacena toda la información que obtiene de aquellas al ser operadas - por la cajera.

Ahora bien, en cuanto a los niveles jerárquicos de autoridad- y control que ha impuesto la empresa ésta se organiza de la - siguiente manera:

COMITES DE DIRECCION

Constituye el órgano máximo de dirección, pues es donde se fija la política general de ventas y se cuntifica, a través de un sistema de computación, el precio de costo y de venta, establecidas posteriormente en una "biblia".

Las compras de todas las tiendas se realizan a través del Comité de Dirección por los gerentes de compras quienes autorizan a los proveedores. En cada tienda los jefes de departamentos se dirigen a estos últimos para hacer sus pedidos; por otro lado, los proveedores surten a la tienda de ciertos productos de introducción o novedosos que son ordenados por los gerentes de compras.

En general el Comité de Dirección impone a los gerentes de las diferentes tiendas un volumen de venta de mercancía que generalmente sobrepasa la capacidad de realización de la empresa; en cada tienda, este volumen se fija como meta a realizar, por lo que el personal, desde el gerente hasta el empleado deberá poner el máximo esfuerzo para lograr dicha meta. Para asegurar lo anterior y en general para tratar otros asuntos, (cuando las finanzas están mal), el Comité de Dirección y los gerentes tienen reuniones mensuales.

GERENTE DE TIENDA

En general, controla todas las operaciones que se ejecutan en la empresa, pues aunque hay departamentos y personal específicos para realizar cada una de éstas, el gerente deberá tener conocimiento de ellas, como por ejemplo las funciones realizadas, los volúmenes de ventas de todas las mercancías y específicamente de aquellas que se venden más; el papeleo sobre transferencias y devoluciones, etc. Además de autorizar, los remates que efectúa la empresa y, los cheques por concepto de pago a los proveedores.

Para el conocimiento y funcionamiento de la empresa el gerente establece relación directa con subgerentes, jefes de área, jefes de personal, y demás personal con algún nivel de jerarquía.

SUBGERENTE

Tiene el control de todo el trabajo y organización de los diferentes departamentos de (venta) existentes en la empresa - por lo que conoce y supervisa el curso y tratamiento que se le da a la mercancía desde recibo en bodega hasta su acomodamiento en estas, y su salida.

El subgerente también está autorizado para firmar cheques de pago y papeleo en general, para abrir y cerrar la tienda, en ausencia del gerente.

SECRETARIA DEL GERENTE.

Lleva el control de todo el papeleo referente a lo siguiente:

Transferencias internas y externas de mercancía, pedidos y - cancelaciones de éstas.

Cambio de precios para cada departamento y Memoranda.

Además de comunicar las ofertas de mercancías y llevar el control de teléfonos tanto de clientes como de proveedores.

CONTADOR.

Ejecuta la contaduría general de la tienda.

JEFE DE PERSONAL.

Controla directamente al personal pues maneja las nóminas de los trabajadores, determina cuántos trabajadores y quiénes de berán ingresar a la tienda, y, en general, conduce todos los asuntos laborales de los trabajadores.

JEFE DE AREA DE CAJAS.

Su responsabilidad reside en: Seleccionar el personal de -- área de cajas, supervisar la presentación tanto del personal-

como del departamento, otorgar asesoría a la gerencia de ventas y al personal que está a su cargo, mantener en buen estado el equipo de trabajo, y, vigilar en general, el trabajo de las cajeras y empacadores, además de prestar buena atención - al público.

JEFE AREA DE COMESTIBLES.

Supervisa que las funciones de los jefes de departamento de esta área se realicen correctamente, es decir que los departamentos a su cargo siempre estén surtidos de las mercancías correspondientes y estas se encuentren bien acomodadas y exhibidas, que haya la información necesaria referida a títulos de mercancías y precios.

Por otro lado son los encargados de autorizar los pedidos de mercancías y de rentar las cabeceras de las góndolas cuando lo crea conveniente.

CONCLUSIONES

Las reflexiones y consideraciones teóricas que se han plasmado en este estudio respecto al carácter productivo del trabajo y su ubicación en el actual contexto del desarrollo del capitalismo, no representan una confrontación con la teoría marxista, más bien pretenden puntualizar y hacer actual el concepto. El método de análisis utilizado y la directriz que guió nuestro desarrollo teórico fue la teoría marxista del valor pues a partir de sus postulados básicos y de la definición marxista de "trabajo productivo" pudimos retomar las bases teóricas que definen e identifican a un trabajo productivo, siendo aquel que está al servicio del capital y por lo tanto crea plusvalía; independientemente de la actividad de que se trate y de la esfera en la que se encuentre ya que la plusvalía no es más que un sobrevalor del cual se apropia el capitalista cuya única fuente originaria así como la de todo nuevo valor, es el trabajo en sí mismo. Por ello, la actividad comercial y muchas otras actividades del sector servicios que desde hace varias décadas son objeto del interés del capital y están ya dominadas por éste, albergan en su seno trabajo productivo como cualquier actividad industrial organizada bajo principios capitalistas.

Aunque teóricamente no se cuentan con elementos lo suficientemente sólidos para llegar a este corolario, empíricamente no -

podemos demostrar el carácter productivo del comercio en tanto creador de plusvalía por ser ésta un concepto abstracto que no tiene correspondencia ni se logra traducir en los indicadores estadísticos de las cuentas nacionales.

Sin embargo, el acercarnos al conocimiento más profundo de este sector de trabajadores en su relación con el capital, en su forma específica de participación en el proceso de realización de la mercancía, en los mecanismos que utiliza el capital para extraer del trabajador comercial el mayor fruto posible de su trabajo, así como el conocer la importancia actual que el comercio tiene en la economía mexicana y su evolución en el desarrollo económico de nuestro país; representan todos ellos, elementos de aproximación hacia la comprobación de las hipótesis planteadas en este trabajo.

Es en este sentido que el presente trabajo ubica al comercio - como un sector dinámico de la economía nacional, el cuál llegó a cobrar relevancia a partir de los años cuarentas como consecuencia del acelerado proceso de industrialización que vivía - el país, manifestado en su importante participación en la generación de empleos, aumento en el número de establecimientos y capacidad instalada, así como en su aportación al PIB nacional que para 1970 llegó a ser del 31.5%, similar a la del sector industrial que fué del 35%.

El gran desarrollo logrado por el comercio, ha estado centrado

básicamente en el papel que ha jugado la gran empresa comercial pues a pesar de conformar solo el 0.3% del total de establecimientos existentes en el sector, sus grandes dimensiones, su organización empresarial así como sus características oligopólicas, han originado que estas empresas controlen el grueso de la actividad comercial al concentrar el 40% de las ventas del sector y más del 30% del capital invertido lo que explica las altas tasas de rentabilidad que logran obtener como se demuestra en el desarrollo del trabajo.

Por su parte, el trabajo comercial analizado en su forma social actual presenta claramente en su organización principios capitalistas y como se demostró en el desarrollo del trabajo se enfrenta a mecanismos de presión y explotación característicos del sistema capitalista, los cuáles en muchos aspectos, se presentan con mayor intensidad que en la actividad industrial como es el caso de un mayor alargamiento en la jornada de trabajo, tendencia al deterioro en los niveles de ingreso más que proporcional que para el sector de trabajadores industriales, tiempos extras no retribuidos, menores prestaciones sociales, inseguridad laboral en el trabajo por contratos por "tiempo indefinido" mayor utilización de mujeres y de trabajo simple no calificado con un alto índice de rotación en el trabajo, etc.

El análisis de estos aspectos que presenta el trabajo comercial en la economía mexicana junto con las reflexiones teóricas so--

bre la teoría marxista del valor nos han conducido a concebir - al trabajo comercial de las grandes empresas como trabajo productivo en el sistema capitalista de producción.

Ahora bién, la cobertura que llega a alcanzar el concepto de - trabajo productivo bajo los lineamientos expuestos, tiene importantes implicaciones tanto desde el punto de vista económico como político.

Económicamente significa que todos los trabajadores que venden su fuerza de trabajo al capital, tanto en el sector servicios - y en el comercio como en las actividades productoras de bienes-materiales, tienen como característica común la valorización - del capital a través de un proceso real de producción de plusvalía en cada una de estas diferentes actividades conformando el conjunto de estos trabajadores el principal grupo social que - sostiene económicamente a la sociedad y por el papel que juega- en el proceso de valorización capitalista, representa en términos objetivos (porque todos ellos generan un sobrevalor que es apropiado por el capital en los distintos sectores), la clase - económicamente explotada en el sistema actual.

Si no fuera así, y se siguiera la concepción tradicional, considerando solo como "productivo" al obrero industrial cuyo exceden-te de valor supuestamente es distribuido por un lado, en forma de ganancia entre los distintos capitales que participan en la conformación del capital social; y por otro, en forma de salario entre el creciente número de trabajadores que se emplean-

en la actividad comercial y de servicios, ello implicaría una sobreexplotación creciente del obrero industrial para cubrir estas cargas económicas cada vez mayores en la sociedad actual.

Por otro lado, se presentaría una contradicción económica irreconciliable entre el obrero industrial y estos sectores de la clase trabajadora, ya que ello supone que los logros económicos de estos implicarían una mayor extracción de valor no retribuido para el obrero industrial.

En el orden político, este planteamiento conduciría a la disgregación y contraposición de intereses entre estos sectores de la clase trabajadora que en realidad siguiendo los lineamientos expuestos aquí, conforman un solo cuerpo social.

Así pues, la clase obrera en su acepción más amplia debe considerarse como aquella clase que no poseyendo nada sino su fuerza de trabajo, vende ese poder de creación de valor y por tanto de plusvalor al capital a cambio de su subsistencia; y por ello representa la clase eminentemente "productiva" en el sistema capitalista como creadora de plusvalía, siendo pues, el sector objetivamente explotado del modo de producción capitalista.

La variedad de formas de trabajo que produce mercancías para el capitalista en tanto bienes materiales o servicios son to-

das las que pueden ser consideradas como trabajo productivo. Aunque dichas variedades podrían afectar la conciencia, la cohesión o la actividad económica y política de la clase obrera, ello no afecta su existencia como clase.

Quedan así enmarcados en la clase obrera además de los obreros tradicionales ocupados en el sector industrial, aquellos trabajadores y empleados del sector servicios, el comercio y las finanzas cuyo trabajo es regido bajo principios capitalistas con fines de valorización del capital.

En este sentido hay que hacer una clara caracterización y diferenciación de las posibilidades y perspectivas políticas de los trabajadores en los distintos sectores o ramas productivas.

En el caso del comercio, el acelerado proceso de concentración y centralización del capital experimentado desde los años sesentas ha originado el ensanchamiento creciente de la brecha económica entre los distintos estratos del sector, donde priva una tendencia a la disminución de aquellas empresas que aunque organizan trabajo asalariado, cuentan con una escala de productividad y capacidad económica baja o media y que a fuerza de las presiones competitivas en el mercado por parte de los grandes consorcios comerciales llegan a desaparecer o ser absorbidos. Por su parte, los grandes establecimientos comerciales tienden -

a consolidar su poder económico y dominación en el sector, acrecentando en una forma sorprendente su capacidad productiva y de-redituabilidad lo que explica su dinámico ritmo de crecimiento - en los últimos años, (éstos que representan sólo el 0.3% del total de establecimientos comerciales, aumentaron su capital total invertido en más del 80% en la década 1960-1970).

Asimismo se presenta como un fenómeno creciente la atomización - expresada en la persistencia y proliferación de la pequeña empresa sin trabajo asalariado o mínimamente retribuido cuya lógica - de existencia y reproducción, se aleja de la dinámica capitalista y que conforma fundamentalmente una unidad económica de apoyo a la subsistencia familiar; los trabajos de estos establecimientos comerciales a pesar de formar parte del sector popular, políticamente no pueden consolidar una lucha de clase tanto por su estrecha relación de parentesco o amistad con el propietario de la unidad sintiéndose parte y beneficiario de la misma, como por su gran dispersión y con ello grandes limitaciones de unidad, - organización y fuerza social.

El caso del sector de trabajadores del "gran" comercio es totalmente distinto y debido a sus características configura un potencial organizativo y de lucha con grandes posibilidades de movilización y fuerza política.

La expansión de las grandes empresas comerciales, ha conllevado al mismo tiempo la formación de amplios conglomerados de trabajadores agrupados en un sólo lugar de trabajo y básicamente bajo una sola caracterización laboral tanto desde el punto de vista de las condiciones de trabajo y tareas a realizar, como en función a la calificación del trabajo que en la generalidad se reduce a trabajo "simple" sin ningún nivel de capacitación o especialidad.

La igualdad de condiciones de trabajo y de ingreso así como la convivencia diaria posibilita que el trabajador comercial logre tomar conciencia tanto de su condición como del papel que juega en el proceso de generación de riqueza de la empresa y del sector, no como un ente individual sino como parte de un sector social que como el obrero industrial se enfrenta al capital a través de la venta de su fuerza de trabajo, y que dado el gran número de trabajadores bajo las mismas circunstancias laborales - y por tanto similares intereses pueden llegar a representar una fuerza social en defensa de sus derechos que impacte y enfrente al capital comercial.

Sin embargo, este sector de trabajadores a diferencia del industrial, no cuenta con experiencias ni tradición de lucha y organización en el ámbito económico y político. La concepción y cacterización tradicional del trabajador comercial así como la política de selección de personal de las grandes empresas comer

ciales han originado que el empleo^{do} comercial se considere como parte de la clase media diferenciado totalmente del obrero, a pesar de que su condición de explotación y de ingresos se igualen cada vez más a las del obrero industrial.

Además, las condiciones y relaciones de trabajo, así como la forma de control del capital comercial sobre el trabajador - (horarios discontinuos, contratos personales y por tiempo indefinido, la política de supervisión y evaluación de la empresa, etc.), han evitado y mediatizado en gran medida las posibilidades de brotes de real organización sindical de la base trabajadora.

Los sindicatos existentes en el sector comercio son sindicatos "blancos" que no le reportan ningún beneficio al trabajador comercial por estar completamente desvinculados de sus intereses y de su participación directa.

Además éstos, tienen una mínima cobertura; ya que en 1976 se tenían registrados 1,083 sindicatos del sector, agrupando a 49,341 trabajadores, cifra que sólo representa una tercera parte del total de empleados del gran comercio (empresas con más de 50 trabajadores).

Todas estas circunstancias hacen aparecer a los trabajadores comerciales como un sector con grandes limitaciones de cohe -

sión y movilización política, sin embargo resulta estratégica la posición que ocupan en el proceso general de circulación del capital, así como la rama económica que manejan la cual, como consecuencia del gran desarrollo de la división social del trabajo, resulta ser la rama que aglutina en su seno la inmensa diversidad de mercancías de todos los géneros y orígenes provenientes de innumerables capitales industriales individuales y le corresponde precisamente a ésta, realizar la última fase para completar el ciclo de este conjunto de capitales a través de la venta y realización final de las mercancías.

Este carácter estratégico del comercio en la economía capitalista hace pensar lo riesgoso y amenazante que resultaría el hecho de que los trabajadores comerciales llegaran a conformar un sector concientizado, unificado y con fuerza política, ya que sus demandas y luchas al lograrse concretar en movimientos huelguísticos, prácticamente paralizarían amplios sectores de la economía nacional, por lo que, para el capital, resulta fundamental mantener a este sector de trabajadores bajo las condiciones actuales de falta de organización y concientización y de control absoluto por parte de las empresas.

ANEXO ESTADISTICO

CUADRO 1
PRINCIPALES CARACTERISTICAS DEL COMERCIO EN MEXICO
1940 - 1975
(Miles de Pesos de 1960)

Principales Indicadoras	1940	1945	Incremento Porcentual 1940-1945	1955	Incremento Porcentual 1945-1955	1960	Incremento Porcentual 1955-1960	1965	Incremento Porcentual 1960-1965	1970	Incremento Porcentual 1965-1970
No. de establecimientos.	32 773	96 417	194.2	150 276	55.9	262 834	74.9	352 387	34.1	429 480	21.7
Inversión (Millares de -- Pesos)	n.d.	n.d.	-	16 642 162	-	32 001 493	92.3	52 584 642	64.3	104 340 330	98.4
Personal Ocupado	113 807	217 964	91.5	346 023	58.7	599 110	73.1	799 160	33.4	1 020 091	27.6
Ingresos totales (Millas de Pesos)	2 369 414	16 803 221	100.8	27 712 535	64.9	49 127 685	77.3	64 208 796	30.7	105 475 047	64.3
Sueldos y Salarios (Millares de Pesos).	343 718	1 093 926	218.0	2 643 133	142.0	3 810 078	44.1	4 752 767	24.7	6 635 628	39.6

* No incluye capital fijo.

FUENTE: Cuadro elaborado con datos del III, IV, V y VI Censos Comerciales.

CUADRO 2
 PRODUCTO INTERNO BRUTO
 POR SECTORES
 1940-1975
 %

Años	1940	1950	1960	1965	1969	1970	1971	1972	1973	1974	1975
Sectores											
Agropecuario	20.3	17.6	15.8	14.1	11.8	11.5	11.3	10.6	10.0	9.8	9.5
Industria	24.6	26.8	28.9	33.4	33.4	34.0	33.7	34.4	35.0	35.3	35.6
Comercio	24.8	29.5	30.8	31.7	31.7	31.5	31.4	31.2	31.2	31.1	30.7
Servicios	30.8	26.1	24.5	23.1	23.1	23.0	23.6	23.8	23.8	23.8	24.2
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

FUENTE: Estadísticas de la ocupación por sectores económicos, Centro Nacional de Información y estadísticas del trabajo. Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

CUADRO 3
 PRODUCTO INTERNO BRUTO POR SECTORES
 Y TASAS DE CRECIMIENTO
 1940 - 1975
 (Millones de Pesos de 1960)

Año	1940	%	1950	%	1960	%	1970	%	1975*	%	Incremento Porcentual 1940-1950	Incremento Porcentual 1950-1960	Incremento Porcentual 1960-1970	Incremento Porcentual 1970-1975
Sector														
Agropecuaria	3 951	20.3	15 442	17.6	23 970	15.8	34 535	11.5	37 695	9.5	290.8	55.2	44.1	9.1
Industria	4 768	24.6	23 467	26.8	43 933	28.9	102 154	34.0	140 663	35.6	390.1	87.2	132.5	37.7
Comercio	4 822	24.9	25 799	29.5	46 880	30.8	94 491	31.5	121 526	30.7	435.0	81.7	101.5	28.2
Servicios	5 993	30.3	22 829	26.1	37 247	24.5	68 987	23.0	95 700	24.2	287.4	63.2	64.9	55.8
	19 454	100.0	87 537	100.0	152 030	100.0	309 167	100.0	395 584	100.0	349.9	73.7	41.1	30.3

* Estimado

FUENTE: Cuadro elaborado con datos de "Estadísticas de la Ocupación por Sectores Económicos".
 C.E.N.I.E.T. Secretaría de Trabajo y "La Economía mexicana en cifras 1970"

CUADRO 4
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA POR SECTORES
Y TASAS DE CRECIMIENTO
1940 - 1975
(Miles de Personas)

SECTORES	AÑOS								Incremento Porcentual 1940-1950	Incremento Porcentual 1950-1960	Incremento Porcentual 1960-1970
	1940	%	1950	%	1960	%	1970	%			
Agropecuaria	3 831	65.4	4 824	57.8	6,144	54.2	5,132	39.5	25.9	27.4	- 16.5
Industrial	909	15.5	1 329	15.9	2 147	18.9	2 978	22.9	46.2	61.5	38.1
Comercio	452	7.7	684	8.2	1 075	9.5	1 198	9.2	51.3	57.2	11.4
Servicios	666	11.4	1 508	18.1	1 966	17.4	3 686	28.4	126.4	30.4	87.5
T O T A L	5 858	100.0	8 345	100.0	11 232	100.0	12 994	100.0	42.5	35.8	14.7

FUENTE: La Economía Mexicana en Cifras. 1970 NAFINSA.

CUADRO 5
 PARTICIPACION PORCENTUAL EN
 ALGUNOS INDICADORES DEL COMERCIO SEGUN
 EL TAMAÑO DE LAS EMPRESAS
 1960 - 1970

Indicadores Tamaño	1 9 6 0			1 9 6 5			1 9 7 0		
	Número de Establecimientos	Personal Ocupado	Ingresos	Número de Establecimientos	Personal Ocupado	Ingresos	Número de Establecimientos	Personal Ocupado	Ingresos
Tótal	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Grandes ¹	0.3	15.6	28.1	0.3	12.7	25.4	0.3	15.0	30.9
Medianas y Pequeñas ²	99.7	84.4	71.9	99.7	87.3	73.6	99.7	85.0	69.1
Con Personal remunerado	41.3	50.8	64.3	18.4	39.8	61.9	18.2	38.7	56.5
Sin personal remunerado	58.4	33.6	7.6	81.3	47.5	11.7	81.5	46.3	12.6

1) Con 50 y más empleados

2) Con menos de 50 empleados

FUENTE: Cuadro elaborado con datos del IV, V y VI Censo Comercial.

CUADRO 6

EVOLUCIÓN DE GRANDES, PEQUEÑOS Y MEDIANOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
(1960 y 1970)

TAMAÑO	1960	1970	TASA DE CRECIMIENTO.
TOTAL*	262 806	429 480	63.4%
GRANDES (1)	712	1 305	83.3%
MEDIANOS Y PEQUEÑOS (2)	262 094	428 155	63.3%
CON PERS. REMUNEADO	108 455	78 215	-27.9%
SIN PERS. REMUNERADO	153 639	349 940	127.9%

*Número de establecimientos comerciales.

(1) Con más de 50 empleados.

(2) Con menos de 50 empleados.

Fuente: IV Y VI censos comerciales, 1961 y 1971.

CUADRO 7

RELACION ENTRE EL TAMAÑO DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES Y CAPITAL INVERTIDO E INGRESOS*

(1 9 7 0)

TAMAÑO	No. ESTABLECIMIENTOS	INGRESOS		PROMEDIO		CAPITAL INVERTIDO		PROMEDIO
		%	%	%	%	%	%	
T O T A L	429 480	100.0	148 930 766	100.0	346.7	90 605 314	100.0	210.9
GRANDES (1)	1 325	0.3	45 966 836	30.9	34 691.9	27 437 219	30.3	20 707.3
MEDIANOS Y PE- QUEÑOS (2)	428 155	99.7	102 963 930	69.1	240.5	63 168 095	69.7	147.5
CON PERS. RE- MUNERADO.	78 215	18.2	84 220 100	56.5	1 076.7	49 599 238	54.7	634.1
SIN PERS. RE- MUNERADO.	349 940	81.5	18 743 830	12.6	53.5	13 568 857	15.0	38.8

*Millares de pesos.

(1) Con más de 50 empleados.

(2) Con 50 y menos de 50 empleados.

Fuente: VI censo comercial, 1971.

CUADRO 8

RELACION ENTRE EL TAMAÑO DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES
Y EL PERSONAL OCUPADO
(1960 Y 1970)

TAMAÑO	PERSONAL OCUPADO 1960	PROMEDIO	%	PERSONAL OCUPADO 1970	PROMEDIO	%
T O T A L	596 177	2.3	100.0	1 020 091	2.4	100.0
GRANDES (1)	92 886	130.4	15.6	152 678	116.9	15.0
PEQUEÑAS Y ME- DIANAS (2)	503 291	1.9	84.4	867 413	2.0	85.0
CON PERS. RE- MUNERADO.	302 991	2.8	50.8	395 204	5.0	38.7
SIN PERS. RE- MUNERADO.	200 300	1.3	33.6	472 209	1.3	46.3

(1) Con más de 50 empleados

(2) Con 50 y menos de 50 empleados.

Fuente: IV y VI censos comerciales, 1961 y 1971.

CUADRO 9
VALOR DE LA INVERSION EXTRANJERA EN LA
INDUSTRIA* Y EN EL COMERCIO
(Miles de Pesos de 1960)
1940 - 1970

Año Sectores	1940	1950	Incremento Porcentual 1940-1950	1960	Incremento Porcentual 1950-1960	1970	Incremento Porcentual 1960-1970
Industria	530 144	2,213,232	317.5	7,527,950	240.1	18 441 005	145.0
Comercio	260 326	1 049 673	303.2	2 452 387	133.6	3 861 349	57.4

* Se refiere a la Industria de Transformación.

FUENTE: La Inversión Extranjera en México. Sepúlveda y Chumacero. F.C.E.

Cuadro 10

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA
 POR SEXO Y POSICION EN EL TRABAJO
 1969.

	TOTAL	Patrón, empresario o empleado.	Obrero o Empleado.	Jornalero o Peón de Campo.	Trabaja por su cuenta.	Ejidatario.	Trabajo en negocio fan. sin retrib.
TOTAL ¹	100.0	6.2	41.7	20.5	18.8	6.3	6.5
Hombres	81.0	79.0	72.2	94.6	81.6	96.1	79.2
Mujeres	19.0	21.0	27.8	5.4	18.4	3.9	20.8
INDUSTRIA ²	100.0	7.1	70.1	8.3	11.6	-----	2.9
Hombres	83.7	86.1	84.2	95.8	74.7	-----	69.2
Mujeres	16.3	13.9	15.8	4.2	25.3	-----	30.8
COMERCIO	100.0	12.8	44.8	2.7	31.7	-----	8.0
Hombres	72.1	76.2	69.2	91.5	75.6	-----	61.1
Mujeres	27.9	23.8	30.8	8.5	24.4	-----	38.9

(1) Representa el conjunto de la Población Económicamente Activa de la Soc.

(2) Comprende: La industria del petróleo, extractiva, de transformación, construcción y generación y distribución de energía eléctrica.

FUENTE: Cuadro elaborado con datos del IX Censo de Población, 1970.

Cuadro 11

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA POR SEXO (1969)

	TOTAL	%	COMERCIO	%	INDUSTRIA ⁺	%
<u>Total</u>	12,955,057	100.0	1,196,878	100.0	2,169,074	100.0
<u>Hombres</u>	10,488,800	89.1	862,937	72.1	1,721,548	79.3
<u>Mujeres</u>	2,466,257	10.9	333,941	27.9	447,526	20.7

FUENTE: "La Población de México, se Ocupación y sus Niveles de Bienes
tar". Serie: Manuales de información básica de la Nación. -
Secretaría de Programación y Presupuesto.

+ Se refiere solamente a la industria de la transformación.

Cuadro 12

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA
POR SEXO Y OCUPACION PRINCIPAL.
1969.

Total		Profesiona- les técni- cos.	Funcionarios sup. y perso- nal directi- vo público y privado.	Personal Adminis- trativo.	Comercian- tes, vende- dores y -- sim.	Trabajado- res en ser- vicios di- versos y co- mo de vehí- culos.	Trabajado- res en la agropecua- rias.	Trabajado- res no -- agrícolas	Insufi- ciente- mente es- pecif.
TOTAL ¹	100.0	5.7	2.5	7.5	7.5	12.0	38.2	21.4	5.2
Hombres	81.0	66.2	83.7	59.3	72.2	56.1	95.4	87.2	65.3
Mujeres	19.0	33.8	16.3	40.7	27.8	43.9	4.6	12.8	34.7
INDUSTRIA ²	100.0	4.7	3.6	9.5	3.6	5.2	.7	70.4	2.3
Hombres	83.7	88.0	90.0	65.0	77.1	90.3	91.6	85.6	78.3
Mujeres	16.3	12.0	10.0	35.0	22.9	9.7	8.4	14.4	21.7
COMERCIO	100.0	1.8	5.0	13.2	63.3	6.0	1.6	7.4	1.7
Hombres	72.1	79.4	80.3	52.1	71.4	89.9	88.9	89.7	66.4
Mujeres	27.9	20.6	19.7	47.9	28.6	10.1	11.1	10.3	33.6

(1) Representa el conjunto de la Población económicamente activa de la sociedad.

(2) La industria comprende: Industria del Petróleo, extractiva, de transformación, construcción y generación y distribución de energía eléctrica.

FUENTE: Cuadro elaborado con datos del IX Censo de Población.

Cuadro 13

NUMEROS DE FAMILIAS POR ESTRATO DE INGRESO FAMILIAR SEGUN RAMA DE
ACTIVIDAD DEL JEFE DE LA FAMILIA (1968)

Ingreso Fam. mensual	TOTAL ¹	COMERCIO	INDUSTRIA ²
T o t a l	100.0	100.0	100.0
Hasta--300	5.4	4.9	2.4
301----600	15.4	7.0	4.5
601----1000	20.0	14.8	17.3
1001----3000	40.8	50.0	49.2
3001----6000	13.0	17.9	17.9
6001----10000	3.4	3.1	5.8
10001---- a más	2.0	2.3	2.9

(1) Número total de familias de la sociedad.

(2) Se refiere solamente a la industria de la transformación.

FUENTE: "La Población de México, su Ocupación y sus Niveles de Bienestar". Serie: Manuales de Información Básica de la Nación. Secretaría de Programación y - Presupuesto.

Cuadro 14

NUMERO DE FAMILIAS POR ESTRATO DE INGRESO FAMILIAR SEGUN RAMA DE
ACTIVIDADES DEL JEFE DE LA FAMILIA (1975)

Ingreso Fam. mensual	TOTAL ¹	COMERCIO	INDUSTRIA ²
T o t a l	100.0	100.0	100.0
1---500	15.2	6.4	6.5
501---700	5.7	4.4	2.0
701---1250	16.5	19.5	10.7
1251---3000	31.6	33.2	39.7
3001---7000	21.4	24.4	28.8
7001---12250	6.2	8.1	9.0
12251 y más	3.4	4.0	3.3

(1) Número total de familias de la sociedad.

(2) Se refiere solamente a la industria de la transformación.

FUENTE: Cuadros elaborados con datos de "la Población de México, su Ocupación y sus Niveles de Bienestar".

Serie: Manuales de Información Básica de la Nación.

Secretaría de Programación y Presupuest.

Cuadro 15

POBLACION OCUPADA QUE TRABAJO EN EL PERIODO DE REFERENCIA POR RAMA DE ACTIVIDAD Y HORAS TRABAJADAS
EN EL AREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MEXICO

Julio a Septiembre de 1977

RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL	%	HORAS TRABAJADAS											
			1 a 14	%	15 a 24	%	25 a 34	%	35 a 39	%	40 a 48	%	49 y más	%
AREA METROPOLITANA DE LA CD. DE MEXICO	4'346,339	100	141,794	3.5	275,643	6.8	363,809	9.0	293,422	7.2	1'883,086	46.5	108,750	27.0
INDUSTRIA DE TRANSFORMACION	1'285,723	100	24,844	2.1	52,027	4.4	68,558	5.8	55,546	4.7	741,561	62.5	243,187	20.5
COMERCIO	721,788	100	22,722	3.2	54,730	7.7	56,482	7.9	27,340	3.8	249,196	35.0	300,958	42.3

FUENTE: Encuesta censal sobre ocupación. Serie I, Vol. 5, trimestre 3, 1977

Secretaría de Programación y Presupuesto.

Cuadro 16

POBLACION DESOCUPADA ABIERTA QUE HA TRABAJADO EN EL AREA METROPOLITANA
DE LA CIUDAD DE MEXICO, POR RAMA DE ACTIVIDAD
EN EL ULTIMO TRABAJO Y MOTIVOS PARA
DEJAR EL EMPLEO

Julio a Septiembre de 1977

RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL	MOTIVOS PARA DEJAR EL TRABAJO										
			POR CESE		TRABAJO TEMPORAL TERMINADO		INSATISFAC- CION CON EL TRABAJO		PERSONALES		INSUF. ESP.	
AREA METROPOLITANA DE LA CD. DE MEXICO	263,647	100	30,424	11.5	101,678	38.6	46,092	17.5	81,689	31.0	3,764	1.4
INDUSTRIA DE TRANSFORMACION	91,613	100	11,160	12.2	35,780	39.1	16,469	18.0	27,059	29.5	1,115	1.2
COMERCIO	37,786	100	6,397	16.9	8,280	21.9	10,413	27.6	11,970	31.7	720	1.9

FUENTE: Encuesta continua sobre ocupación, Serie I, Volúmen 5, trimestre 3, 1977
S. P. P.

Cuadro 17

POBLACION OCUPADA QUE TRABAJA TIEMPO COMPLETO O TIEMPO PARCIAL
EN LA ZONA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MEXICO

Julio a Septiembre de 1977

RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL	%	TIEMPO COMPLETO	%	TIEMPO PARCIAL			
					TOTAL	%	VOLUNTARIA MENTE	INVOLUNTARIA MENTE
AREA METROPOLITANA DE LA CD. DE MEXICO	4'046,338	100	3'227,872	79.8	818,466	20.2	569,780	248,686
INDUSTRIA DE TRANSFORMACION	1'185,725	100	1'079,307	91.0	106,418	9.0	69,636	36,782
COMERCIO	711,784	100	583,278	81.9	128,506	18.1	91,127	37,379

FUENTE: Encuesta continua sobre ocupación, serie 1, vol. 5, trimestre 3, 1977
S. P. P.

Cuadro 18

GANANCIAS, CUOTA DE GANANCIA Y CUOTA DE PLUSVALIA DE LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO. (1970).

	GANANCIA ⁺	CUOTA DE GANANCIA	CUOTA DE PLUSV.
<u>INDUSTRIA</u>	37,332,688	23.86%	113.0%
<u>COMERCIO</u>	18,250,363	20.14%	194.7%

+ Millares de pesos

FUENTE: Cuadro elaborado con del VI Censo Comercial 1971 y IX Censo Industrial 1971.

Cuadro 19

COMPOSICION ORGANICA DEL CAPITAL, PRODUCTIVIDAD DEL TRABAJO* Y PROMEDIO DE REMUNERACION AL PERSONAL OCUPADO DE LA INDUSTRIA Y DEL COMERCIO (1960-1970)

100%	Millares de pesos				
	C. O. K.	PRODUCTIVIDAD	INCREMENTO PORCENTUAL	PROMEDIO REMUN.	INCREMENTO PORCENTUAL
INDUSTRIA					
1960	89.2:10.8=8.2	56.722		10.827	
1970	87.5:12.5=7.0	134.327	136.8	20.865	92.7
COMERCIO					
1960	93.3:6.7=13.9	82.001		6.310	
1970	93.1:6.9=13.5	145.997	78.0	9.184	45.5

*Relación entre el valor de la producción bruta total y número de trabajadores (en Industria); y relación entre ventas netas más ingresos diversos y número de trabajadores (en Comercio).

FUENTE: Cuadro elaborado con datos de los siguientes Censos: - IV Censo Comercial 1961, VI Censo Comercial 1971 y IX Censo Industrial 1971.

Cuadro 20

CONCENTRACION DEL CAPITAL EN LA INDUSTRIA Y EN EL COMERCIO

(1960 - 1970)

Millares de pesos

	1960	1970	Tasa de Crecimiento
<u>INDUSTRIA</u>			
Capital Total	118,227,128	263,952,533	123.25 %
Capital Constante	105,511,958	230,959,737	118.90 %
Capital Variable	12,715,170	32,992,796	159.47 %
<u>COMERCIO</u>			
Capital Total	60,452,918	134,920,411	123.09 %
Capital Constante	56,864,556	125,550,904	120.78 %
Capital Variable	4,031,794	9,369,507	132.39 %

FUENTE: Cuadro elaborado con datos del IV Censo Comercial, VII Censo Industrial, VI Censo Comercial y IX Censo Industrial.

Cuadro. 21

CONCENTRACION DEL CAPITAL EN LAS GRANDES EMPRESAS COMERCIALES. (1960 - 1970).

	Millares de pesos		
	1960	1970	Incremento Porcentual
Capital Total	12,047,990	43,029,506	256%
Capital Constante	10,603,238	39,402,588	271%
Capital Variable	1,444,752	3,626,918	151%
Composición Org.del K	88.01:11.99	91.57:8.43	

FUENTE: Cuadro elaborado con datos del IV y --
VI Censos Comerciales, 1961 y 1971.

Cuadro 22

CONCENTRACION DEL CAPITAL EN GRANDES EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES⁺
(1970)

	Empresas Industriales ⁽¹⁾	% del total del sector	Empresas Comerciales ⁽²⁾	% del total del Sector
<u>K TOTAL</u>	223,061,706	84.8	43,029,506	31.8
<u>K CONSTANTE</u>	198,115,580	85.7	39,402,588	31.3
<u>K VARIABLE</u>	24,946,126	74.7	3,626,918	38.7
c.o.k.	85.23:14.77		91.57:8.43	

+ Con 50 y más trabajadores

(1) Representan el 4.4% del número total de establecimientos del Sector Industrial

(2) Representan el 0.3% del número total de establecimientos del Sector Comercial

FUENTE: Cuadro elaborado con datos del IX Censo -- Industrial 1971 y del VI Censo Comercial - 1971.

Cuadro 23

PARTICIPACION DE LAS UTILIDADES NETAS RESPECTO AL ACTIVO TOTAL (cuota de ganancia). EMPRESAS BURSA-TILES.

R A M A	1975	1976	1977
Alimentos, Bebidas y Tabaco (1)	3.71	4.87	3.50
Autopartes (2)	.62	-12.46	2.65
Comercio (3)	10.56	11.72	10.68
Electrónica (4)	3.74	-2.87	1.45
Metalurgica (5)	0.30	-10.12	-0.19
Química (6)	2.13	-0.58	2.34

- (1) Anderson Clayton Co., S.A., Cervecería MOctezuma S.A., Bacardi y Compañía S.A., Martell de México S.A., Cigarros La Tabacalera Mexicana S.A.
- (2) Eaton Manufacturera S.A., Spicer S.A., Transmisiones y Equipos Mecánicos S.A., Motores y Reparaciones S.A.
- (3) Aurrerá S.A., El Puerto de Liverpool S.A, EL Palacio de Hierro S.A., Sanbors Hermanos S.A., Paris Londres S.A.
- (4) Teleindustria Ericson S.A., Industria de Telecomunicación S.A., Iem S.A., General Electric de México S.A.
- (5) Aluminio S.A., Industrias Nacobre S.A., Reynolds

Aluminio S.A., Fundidora de Monterrey S.A., Tubos de Acero de México S.A., Tubacero S.A., Altos Hornos de México S.A.

(6) Industrias Resistol S.A., Unión Carbide Mexicana S.A., Celanese Mexicana S.A., Cydsa S.A., Negromex S.A., Petrocel S.A., Univex S.A.

FUENTE: Cuadro elaborado con datos de la información financiera de empresas mexicanas, registradas en la Bolsa de Valores (1975-1977). Secretaría de Programación y Presupuesto.

CUADRO 24

EMPRESAS COMERCIALES MAS IMPORTANTES DE MEXICO

1979

EMPRESA	LUGAR ENTRE LAS 500 MAYORES EMPRESAS*	VENTAS EN MILLONES DE PESOS	CAPITAL SOCIAL EN MILLONES DE PESOS	ACTIVOS EN MILLONES DE PESOS	NUMERO DE EMPLEADOS
AURRERA	15	13,120	1,800	5,857	14,000
COMERCIAL MEXICANA	25	7,585	n.d.	n.d.	6,429
GIGANTE	29	6,250	900	2,200	5,200
LIVERPOOL	31	5,946	1,000	5,659	n.d.
SALINAS Y ROCHA	37	5,145	664	3,719	5,800
GENTOR	61	3,104	437	3,553	3,031
PALACIO DE HIERRO	83	2,399	264	2,212	2,141
SANBORN'S	87	2,193	162	767	4,796
VALORES CORPORATIVOS	89	2,148	125	1,040	2,061
GRUPO ZARAGOZA	95	1,963	78	600	2,320

* Se refiere a empresas industriales y comerciales

Fuente: Revista proceso num. 216 con datos de la revista EXPANSION, 1980.

Cuadro 25

INGRESO PERCIBIDO POR HOMBRE OCUPADO EN LAS GRANDES
EMPRESAS INDUSTRIALES Y COMERCIALES (PROMEDIO)

1960 - 1970

	Millares de pesos				
	1960	Mensual	1970	Mensual	Incremento
Empresas Comerciales	15.085	1.257	23.755	1.979	57.5
Empresas Industriales	12.112	1.009	22.870	1.905	88.8

Fuente: Cuadro elaborado con datos de los siguientes Censos: IV Censo Comercial, 1961, VI Censo Comercial 1971; VII - Censo Industrial 1961 y IX Censo Industrial 1971.

B I B L I O G R A F I A .

- 1.- Braverman, Harry. "Trabajo y Capital Monopolista" Edit. Nuestro tiempo 2a. edición, México 20 D.F.
- 2.- CONCANACO. "Carta Semanal". Núm. 1594.
- 3.- CONCANACO. "Carta Semanal". Num. 1595.
- 4.- CONCANACO. "Carta Semanal". Num. 1821.
- 5.- González Salazar, Gloria. "Subocupación y Estructura de clases en México". UNAM. F.C.P. y S.
- 6.- González Casanova, Pablo "México Hoy". Edit. S. XXI
- 7.- E. Koga y varios autores "Capitalismo y Clases Sociales" revista., Crítica de la Economía Política. Edit. Fontamara. 1a. edición, Barcelona-14-.
- 8.- Marx, Karl. "Teorías sobre la Plusvalía". Edit. Cartago Tomo I, II y III.
- 9.- Marx, Karl "El Capital". libro I. Capítulo VI, Inédito. Editorial S. XXI.
- 10.- Marx, Karl. "El Capital". Edit. F.C.E. Tomos I, II y III.
- 11.- Paniza, Rafael. "Crítica a la Caracterización Industrialista del Proletariado". Tesis Profesional UNAM México - 1977.
- 12.- Perzabal, Carlos. "Acumulación Capitalista Dependiente y Subordinada, el caso México 1940-1978". Edit. S. XXI 1a.- edición, México 1979.
- 13.- Roll, Eric "Historia de las Doctrinas Económicas". Edit. F.C.E.
- 14.- Juárez, Antonio. "Las Corporaciones Transnacionales y los trabajadores Mexicanos". Edit. S. XXI. 1a. edición - México, 1979.

- 15.- Rubín, Isaac Illich. "Ensayo sobre la Teoría Marxista del Valor". Cuadernos de P. y P. # 53, 1a. edición 1974.
- 16.- Smith, Adam. "La Riqueza de las Naciones". Edit. Cruzoa,- Tomo I.
- 17.- Sepúlveda, Bernardo y Chumacera, Antonio. "La Inversión - Extranjera en México". Edit. F.C.E.
- 18.- Trejo, Saúl. "Desempleo y Subocupación en México". Revista de Comercio Exterior.
- 19.- Villarreal, Juan "El Concepto de Trabajo Productivo y los Asalariados Terciarios en la Argentina".

FUENTES ESTADISTICAS:

- 20.- IV Censo Comercial 1961. Sría. de Industria y Comercio.
- 21.- V Censo Comercial 1966. Sría. de Industria y Comercio.
- 22.- VI Censo Comercial 1971. Sría. de Industria y Comercio.
- 23.- Estadísticas de la Ocupación por Sectores. Serie Prontuarios # 1. Centro Nacional de Información y Estadísticas - del Trabajo. Sría. del Trabajo y Previsión Social.
- 24.- México 1976. Hechos/ Cifras/ Tendencias. Banco Nacional - de Comercio Exterior.
- 25.- Información Económica y Social Básica, 1977. Sría. de Programación y Presupuesto.
- 26.- Informe Anual, 1977 Banco de México.
- 27.- Informe Anual, 1973 Banco de México.