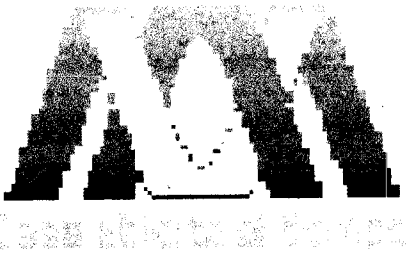
UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
IZTAPALAPA

CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

COORDINACION DE SOCIOLOGÍA



CONDICIONES DE TRABAJO DE LAS VENDEDORAS DE VIPS

T E S I N A

Que para obtener el grado de:

Licenciatura en Sociología del Trabajo

Presentan:

Ma. Teresa López Altamirano

Matrícula: 91227480

Nora Araceli Mejía Toríz

Matrícula: 94351272

Asesores: Rocio Guadarrama Olvera

José Luis Torres Franco

México D.F. Julio, 2000

ÍNDICE.

	Página
INTRODUCCIÓN	1
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVOS	5
CAPÍTULO 1.	
MARCO CONCEPTUAL	**6**
1. El Mercado Laboral (Revisión Bibliográfica De Teorías)	6
1.1 La Teoría Neoclásica	9
1.2 El Modelo Del Mercado Dual De Trabajo	10
1.3 La Teoría Radical De La Segmentación Del Mercado De Trabajo	11
2. Los Mercados Internos de Trabajo	13
3. Ambiente Laboral, Condiciones de Trabajo e Identidad Ocupacional	21
3.1 Ambiente Laboral	22
3.2 El Concepto de Condiciones de Trabajo	24
3.3 El Concepto de Movilidad	24
3.4 El Concepto de Identidad Laboral	25
CAPÍTULO 2.	
EL MERCADO LABORAL DE LAS MUJERES	**30**
1. Análisis De La Participación Femenina En Los Mercados De Trabajo	30
2. Incorporación De La Mujer Al Mercado De Trabajo en México	36
3. Características Del Empleo Femenino Por Ocupación	41

4. Características De La Participación Femenina Por Sector 43
5. La Participación De La Mujer En El Sector Servicios 46

CAPÍTULO 3.

LA INDUSTRIA RESTAURANTERA 55

1. El Restaurante: Su Origen Y Desarrollo Internacional 55
2. La Industria Restaurantera En México 57
3. Estructura de la Industria Restaurantera 59
4. Antecedentes de la Cadena de Restaurantes Vips 60
5. Las Vendedoras De Piso Como Base Primordial de un Restaurante 61

CAPÍTULO 4.

ESTUDIO DE CASO:LAS VENDEDORAS DE PISO DE VIPS 64

1. Descripción de la muestra 64
2. Procedimiento del Trabajo de Campo 65
3. Metodología 66

3.1 Hipótesis 66

4. Análisis de la Información 69

4.1 Perfil Sociodemográfico de las Vendedoras de Piso 69
4.2 Jornada de Trabajo 73
4.3 Carga Física 76
4.4 Espacio Físico 81
4.5 Remuneraciones 82
4.6 Movilidad 87
4.7 Relaciones Laborales 91
4.8 Compromiso Organizacional 98
4.9 Identidad Ocupacional 100

4.10 Características del Mercado Interno de Trabajo de las Vendedoras de Piso 104

CONCLUSIONES 107

ANEXOS 113

1. Guía de Entrevista 113
2. Preparación para Análisis Cualitativo 117
3. Transcripción de algunas entrevista 120

BIBLIOGRAFÍA 160

INTRODUCCIÓN

Las condiciones de trabajo han sido un tema de investigación desarrollado por muchos estudiosos en el campo de la sociología (Leplat y Cuny,1978; Valdés, 1981;Kochan y Walton 1993), desde que nacemos nos educan para el trabajo, vamos a la escuela entre muchas cosas para aprender habilidades que nos servirán para insertarnos en el mundo del trabajo, así, el trabajo es un elemento que cohesiona parte de las relaciones sociales, y se constituye en una institución básica para el desarrollo de la sociedad.

A mediados del siglo XX, el trabajo de la mujer no había sido considerado como fundamental, sino más bien como simple ayuda, de tal forma que es el núcleo del trabajo que se ha concebido y conceptualizado alrededor de la figura masculina. Tal posición conceptual ha tenido repercusiones directas para las mujeres, ya que, la definición en las condiciones de trabajo femenino está concebido por hombres.

Es conocido que aunque la participación económica de la mujer en la proximidad del siglo XXI ha ido en notable ascenso no se ha logrado una igualdad dentro del mercado laboral.

Nuestra sociedad está organizada tradicionalmente de forma jerárquica con un claro predominio de lo masculino, poseedor del poder como gobernador, director y organizador. Pareciera entonces que la vida laboral está en función de sus decisiones, dejando en un segundo término la presencia femenina.

En general la mujer trabajadora en México, debe encarar presiones y dificultades derivadas de su condición de género, segregación ocupacional, malas condiciones de trabajo, discriminación salarial, doble jornada de trabajo (doméstica y extradoméstica), abusos y discriminación por parte de los compañeros y/o superiores de trabajo, inestabilidad en el empleo pocas posibilidades de llegar a ocupar puestos gerenciales o directivos, entre otros aspectos.

Así como la participación de la mujer en el mercado de trabajo ha crecido notablemente en los últimos años, los estudios sobre la mujer en diversos ámbitos

de su vida han sido cada vez más, sin embargo, aún quedan sectores del mercado laboral de las mujeres sin estudiar. Es por esto, que la presente investigación ha tenido como eje de análisis el mercado laboral del sector servicios, más específicamente, de servicios personales, de la industria restaurantera. Para ello hemos elegido una cadena de restaurantes de comida rápida, que tiene presencia a nivel nacional. Para estudiar las condiciones de trabajo de las vendedoras de piso o meseras, y su identidad ocupacional.

En especial nos interesa analizar la relación que se da entre las condiciones de trabajo y la identidad ocupacional de estas trabajadoras, la antigüedad laboral y la movilidad horizontal y vertical que se da entre ellas.

En este sentido, el trabajo se divide en 4 capítulos que nos ayudarán a describir y conocer a las vendedoras en su ámbito laboral.

En el primer capítulo, referente al marco teórico, exponemos los resultados de una revisión bibliográfica, de las teorías del mercado laboral, poseedoras de visiones muy particulares, como son: la teoría neoclásica con una visión racional y económica de la fuerza de trabajo; la teoría del mercado dual de trabajo (Doeringer y Piore, 1985) que se encuentra dividido por dos grandes grupos, el primero, el mercado primario, más favorecido, que en lo general posee mejores posibilidades de salario y condiciones de trabajo, el segundo, el mercado secundario, menos favorecido, que en lo general posee menores posibilidades de salario y condiciones precarias de trabajo, de tal forma que encontramos a las vendedoras de piso en ese mercado secundario poco favorecido. Por último tenemos la teoría de la segmentación radical que es analizada a través del trabajo de Gordon, Reich y Edward, una interesante perspectiva ya que se aleja de la ingenuidad, desde una visión muy particular, de la teoría neoclásica y de la perfecta división entre lo blanco y lo negro de la teoría del mercado dual de trabajo, encontramos, de tal forma, que dentro de esta perspectiva se añade la división de mercados primario y secundario, y elementos que se asientan en una posición más real hacia los fenómenos sociales, la segmentación por raza y por sexo, este último elemento es para nuestra investigación fundamental ya que nuestro objeto empírico de estudio esta constituido por el grupo de vendedoras de

Piso en Vips, como se ha mencionado anteriormente, entonces, desde la teoría radical de la segmentación del mercado se tiene elementos teóricos de referencia para contrastar nuestra realidad.

Así, encontramos tres modelos o teorías que tratan de analizar la problemática de la fuerza de trabajo o mano de obra dentro del mercado laboral. Sus respectivos modelos teóricos pueden dar una serie de respuestas más acordes de acuerdo a las exigencias de los continuos y repentinos cambios económicos en la población trabajadora.

En el capítulo 2, analizamos la participación femenina en los mercados de trabajo, dando cuenta de cómo son las relaciones de desigualdad y discriminación en perjuicio de las mujeres. Haciendo visibles las desigualdades, la subordinación y la importancia económica y social del trabajo de las mujeres. Analizando estadísticamente la presencia femenina en los mercados de trabajo, por edad, por sexo y rama de actividad económica en donde se localiza dicha fuerza de trabajo.

Además se describirán las características del empleo femenino por ocupación dando cuenta de la concentración en determinadas ramas económicas, principalmente comercio y servicios. En donde se describe la participación de la mujer en el sector servicios en México a partir de los años 70´a 90´s, como una fuerza de trabajo que surge en ese proceso de expansión y recesión económica.

En el capítulo 3, tenemos la historia de la industria restaurantera en México, como un punto de referencia, que nos permite conocer el desarrollo de los primeros restaurantes. Su importancia en la estructura del tipo de restaurantes que engloba el sector formal, informal y de lujo así como la clasificación y el tipo de comida que ofrecen. Además de los antecedentes de la cadena restaurantera Vips.

En el capítulo 4. la investigación es un estudio descriptivo de carácter cualitativo. En este estudio se describe la muestra, el procedimiento del trabajo de campo, la metodología y finalmente el análisis de la información.

El tamaño de la muestra fue intencional debido a las dificultades de acceso y a que no existen investigaciones previas. Por lo tanto, el tamaño de la muestra fue de 15 vendedoras de piso.

El instrumento que se utilizó al principio fue la encuesta, pero debido al difícil acceso a las vendedoras, se cambio por la guía de entrevista estructurada.
El análisis de la información recabada con nuestras entrevistas se llevó a cabo por grandes temas que conforman en su conjunto las condiciones de trabajo, el ambiente laboral y la identidad ocupacional de las vendedoras de piso, con las cuales podremos comprobar nuestras hipótesis. Estos temas son: jornada laboral, carga física, espacio físico, remuneraciones, movilidad, relaciones laborales, identidad ocupacional y compromiso organizacional (ver guía de entrevista en anexo).

JUSTIFICACIÓN

Al iniciar la presente investigación, referida al mercado de trabajo en el sector servicios, encontramos escasa información y pocas investigaciones que hablen específicamente del mercado de trabajo de las mujeres en sus diferentes ocupaciones: secretarias, maestras, enfermeras, operadoras, trabajadoras de la maquila, trabajadoras a domicilio, etc.(Anker y Hein, 1987; Alonso, 1982; Carrillo y Hernández, 1985; Cooper, 1989; Dios de Puente, 1983; Fernádez, 1989; Lovessio, 1984; Martínez, 1988; Suárez, 1988; Zapata, 1991).

En este sentido, la investigación se encuentra localizada en el sector servicios, en particular en el subgrupo de servicios personales, en la industria restaurantera. Un sector que se incrementa, cada vez más, con un abanico de ocupaciones.

La elección del grupo ocupacional se hizo teniendo en cuenta que no existen estudios sociológicos que nos hablen de las condiciones de trabajo de las meseras en la industria restaurantera. Además la razón de tomar a la cadena de restaurantes Vips se debe a que es la más importante empresa restaurantera en su rama, la cual abarca casi toda la República Mexicana, teniendo un total de 161 unidades a nivel nacional.

OBJETIVOS

El objetivo de la tesis consiste en investigar, desde una perspectiva cualitativa y de género, las condiciones de trabajo y el ambiente laboral como determinantes para la identidad ocupacional de las vendedoras de piso en Vips.

Nuestro estudio se enfoca a las vendedoras de piso en Vips, de cualquier edad, y estado civil para poder hacer una descripción de quiénes son las vendedoras de piso y cómo son sus condiciones de trabajo y al interior de la empresa.

Nuestros objetivos de investigación son los siguientes:

- Determinar como las condiciones de trabajo y el ambiente laboral influyen en la identidad ocupacional.
- Realizar un perfil sociodemográfico de quiénes y cómo son las vendedoras de piso.
- Conocer y describir una jornada de trabajo, a través de las tareas que realizan, las horas que laboran y los tiempos para realizar dichas tareas.
- Determinar si la carga física de trabajo ocasiona padecimientos o enfermedades a su salud.
- Conocer si al interior de la empresa se otorgan posibilidades de ascenso, que garanticen una mejoría en sus condiciones de trabajo de las vendedoras de piso.
- Describir como son las relaciones laborales con sus superiores o jefes inmediatos, como también la relación con sus compañeras y compañeros de trabajo, para determinar el tipo de relación que le favorece o desfavorece a las vendedoras.

CAPÍTULO I
MARCO CONCEPTUAL

1. EL MERCADO LABORAL (REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA DE TEORÍAS)

A través de la revisión bibliográfica hemos encontrado que una buena definición en lo que a mercado laboral se refiere y que además cumple con las necesidades de investigación que nos hemos propuesto, es localizada en la obra de Robinson *"Mercados de trabajo externos e internos"*, de tal forma que él llama al mercado laboral a "la actividad de contratar cierto trabajo para ocupar ciertos puestos de trabajo, así como el proceso de determinación de cuánto se va a pagar a las distintas personas por realizar las distintas actividades; también incluye la forma en que varían los salarios y la movilidad de los trabajadores entre las diferentes ocupaciones y empresas" (Robinson, 1988). Los trabajadores adquieren cualificaciones para el trabajo exógenamente a través del sistema educativo y/o programas de capacitación formales. Con las cualificaciones adquiridas, acceden al mercado de trabajo donde compiten por aquellos empleos que hacen uso de dichas cualificaciones (Llamas, 1989), esta última perspectiva es compartida por la teoría neoclásica que se discutirá más adelante.

Otra visión que añade elementos que consideramos, de interés para nuestra investigación es la propuesta por Büchtemann *"Lecturas sobre el mercado de trabajo en la República Federal de Alemania I: Mercado de trabajo, ocupación y desempleo"*, en la que nos dice que "el fenómeno del mercado laboral o de trabajo es un sistema social complejo de procesos de asignación y selección guiados por el poder y por los intereses, en el que *los elementos de mercado desempeñan a veces un papel exiguo*, de tal forma que, las incidencias del mercado de trabajo dependen en buena medida de factores sociales y muestran, además, un alto grado de institucionalización social" (Büchtemann, 1988).

Con estos elementos, es posible suponer que se da una separación o aislamiento de una parte del mercado laboral a cierto tipo de sujetos y/o grupo de trabajadores.

Así, encontramos tres modelos o teorías que tratan de analizar la problemática de la fuerza de trabajo o mano de obra dentro del mercado laboral. Estos modelos pueden dar varias respuestas más acordes a las exigencias de los continuos y repentinos cambios económicos en la población trabajadora.

De manera muy particular, abrimos una hipótesis considerando la población de vendedoras de piso en restaurantes Vips como vulnerable, ya que nuestra investigación nos dará elementos para determinar cuáles son las condiciones de trabajo que prevalecen al interior de este segmento del mercado laboral para el que no existen desarrollos de investigación abundantes.

Las tres perspectivas teóricas que mantienen relación con muestro tema de investigación, nos ofrecen visiones muy diversas, pero, consideramos que añaden elementos que nos permiten discutir acerca del tema y nos ofrecen elementos que pueden ser relevantes para reconocer la realidad. La presente revisión bibliográfica está caracterizada por sus enfoques teóricos y sus investigaciones empíricas, teniendo como resultado un abanico de propuestas conceptuales y metodológicas que pueden servir de punto de partida para el análisis de las condiciones de trabajo y la identidad ocupacional del mercado interno de trabajo de las vendedoras de piso de los restaurantes Vips.

La primera de estas, *la teoría neoclásica*, es analizada a través del trabajo de Ignacio Llamas, titulado "Educación y mercado de trabajo en México". En él se destaca una visión racional y macro económica de la fuerza de trabajo, en donde el mercado es el regulador entre oferentes y demandantes de fuerza de trabajo, de tal forma que, siguiendo el discurso neoclásico de la economía, encontramos que para el caso muy particular de la fuerza de trabajo, el mercado laboral garantiza el equilibrio y pleno desarrollo de las habilidades productivas, además se añade un elemento que otorga mayor valor al desempeño laboral y es la educación, entendida esta como el capacitador que ofrece conocimientos para ser incluido en ese gran juego llamado mercado de trabajo.

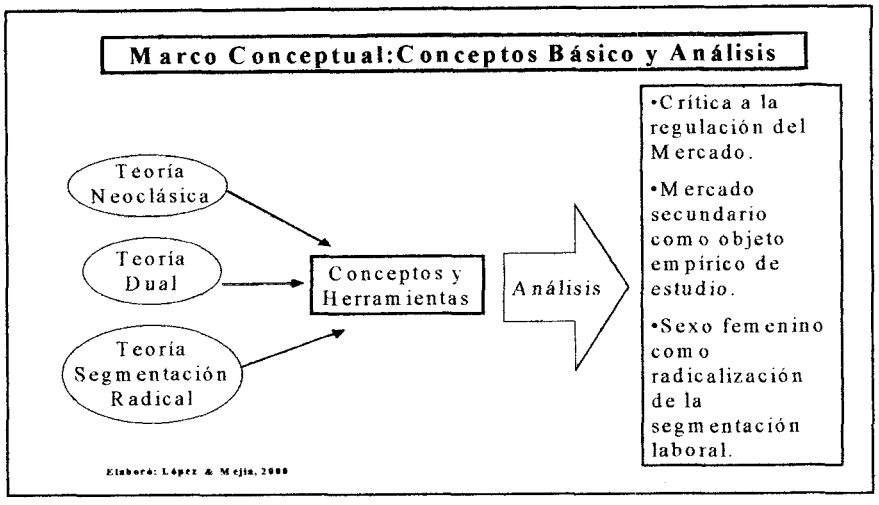
La segunda perspectiva se refiere al *mercado dual de trabajo* y es analizada a través de dos obras muy interesantes. La primera de Doeringer y Piore, titulado "Mercados internos de trabajo y análisis laboral" y la segunda de Cristina Borderias y Carmen Alemany titulado "Las mujeres y el trabajo".

Doeringer y Piore, mencionan que el mercado laboral se encuentra dividido por dos grandes grupos, el primero, el mercado primario, más favorecido, que en lo general posee mejores posibilidades de salario y condiciones de trabajo; el segundo, el mercado secundario, menos favorecido, que en lo general posee menores posibilidades de salario y condiciones precarias de trabajo, de tal forma que las diferencias fundamentales entre los segmentos tienen relación con lo niveles salariales, las condiciones de trabajo, las posibilidades de promoción y la estabilidad en el empleo, siendo todas estas condiciones muy superiores en el primer segmento.

En el caso de Borderias, el análisis es similar, sin embargo añade que la presencia de segmentos en el mercado obedecería a las estrategias de los empleadores aunque los comportamientos de los trabajadores determinarían quiénes ocuparían cada tipo de trabajo.

Finalmente la tercera perspectiva, *la teoría radical de la segmentación del mercado laboral,* es analizada a través del trabajo de Gordon, Reich y Edward, titulado "trabajo segmentado y trabajadores divididos", y presentan una interesante perspectiva ya que se aleja de la ingenuidad de la teoría neoclásica y de la perfecta división entre lo blanco y lo negro de la teoría del mercado dual de trabajo. Encontramos dentro de esta perspectiva que se agrega la división de mercados primario y secundario, y elementos que se asientan en una posición más real hacia los fenómenos sociales, la segmentación por raza y por sexo, este último elemento es para nuestra investigación fundamental ya que nuestro objeto empírico de estudio esta constituido por el grupo de vendedoras de Piso en Vips, como se ha mencionado anteriormente, entonces, desde la teoría radical de la segmentación del mercado se tiene elementos teóricos de referencia para contrastar nuestra realidad. El diagrama 1 ejemplifica lo anterior.

Diagrama 1



1.1 LA TEORÍA NEOCLÁSICA.

El modelo neoclásico del mercado laboral asume que dentro de cualquier categoría de especialidades los trabajadores son perfectamente homogéneos, con la misma productividad, el mismo sueldo y la misma información concerniente a las oportunidades de trabajo que enfrentan. Los patrones tratan por igual a todos los trabajadores con las mismas habilidades, lo cual implica que no hay discriminación por raza, sexo, religión, etc. (Llamas, 1989).

Las fuerzas del mercado laboral competitivo prevalecen y la libre movilidad del trabajo asegura el equilibrio entre la oferta y la demanda de todo tipo de empleo. Los neoclásicos consideran al mercado laboral como una entidad unificada, compuesta por empleadores y empleados que se enfrentan unos y otros individualmente como iguales.

En esta teoría, la educación es vista como el mecanismo principal a través del cual las habilidades productivas o especialidades se adquieren y como el delineador principal de la ocupación. Por lo tanto, la selección de la ocupación por parte de los individuos y sus remuneraciones son simplemente el resultado de sus decisiones sobre educación (Llamas, 1989).

1.2 EL MODELO DEL MERCADO DUAL DE TRABAJO.

Entre los años sesenta y setenta surgieron en Estados Unidos dos grandes líneas teóricas en el terreno de la Sociología y de la economía para tratar de dar cuenta de las desigualdades sociales en la sociedad americana: las teorías marxistas contemporáneas y las teorías del mercado dual y de la segmentación del mercado de trabajo (Borderías).

Las primeras (Braverman 1974) analizan la degradación del trabajo en las sociedades desarrolladas, los ejércitos de reserva y fundamentalmente la distinción entre trabajo y fuerza de trabajo, distinción que pone de relieve el hecho de que la relación laboral no es sólo una relación mercantil sino una relación social entre sujetos con intereses contrarios respecto al proceso productivo.

Como nos dice Borderías, los teóricos del mercado dual parten de una crítica a los supuestos de la escuela neoclásica de que el mercado es neutral en la creación y mantenimiento del trabajo "*low-paid*" y que ello se debería a la menor productividad de la oferta de trabajo. Frente a los supuestos neoclásicos, esta nueva teoría afronta el problema desde la perspectiva de la demanda.

Las teorías del mercado dual se desarrollaron originalmente en los años sesenta dentro del enfoque institucionalista (Piore 1975, 1980, Doeringer y Piore 1975), siendo retomadas posteriormente como teorías de la segmentación del mercado de trabajo con una perspectiva distinta desde el enfoque radical (Gordon, Reich y Edwards, 1986). Piore establece que el mercado de trabajo se divide en un sector primario subdividido en dos estratos, inferior y superior, y un sector secundario. Las diferencias fundamentales entre los segmentos tienen una relación con los niveles salariales, las condiciones de trabajo, las posibilidades de promoción y la estabilidad en el empleo, siendo todas estas condiciones muy superiores en el primer segmento.

El mercado laboral se encuentra dividido en un mercado primario y uno secundario (Doeringer y Piore, 1985): a)El mercado primario está caracterizado por trabajos con altos sueldos, buenas condiciones de trabajo, estabilidad y seguridad en el empleo, equidad en la aplicación de las normas de trabajo y

oportunidades de promoción. b) Por su parte el mercado secundario abarca trabajos que son decididamente menos atractivos. Tienen sueldos bajos, deficientes condiciones de trabajo, considerable variabilidad en el empleo, disciplina dura y a menudo arbitraria y pocas oportunidades de promoción. Los trabajadores desfavorecidos están confinados al mercado secundario por la inadecuación de las cualificaciones, los malos historiales laborales y la discriminación. El término "secundario" se aplica a trabajadores como las mujeres y los adolescentes, que se consideran que tienen una débil vinculación con el mercado de trabajo. La movilidad de los trabajadores está severamente limitada (Doeringer y Piore, 1985).

En este modelo se considera que las características del capital humano asociadas con la productividad, tales como años de escolaridad y adiestramiento, tienen escasa influencia sobre los sueldos y puestos de trabajo de la mayoría de los trabajadores del sector secundario (Doeringer y Piore, 1985).

1.3 LA TEORÍA RADICAL DE LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO LABORAL.

En esta teoría en el mercado laboral existen más de dos divisiones, éstas están conectadas por un proceso a través del cual un todo orgánico da origen a nuevas células por segmentación. En esta teoría las fuerzas políticas y económicas favorecen la división del mercado laboral en submercados o segmentos, con características y reglas de conducta específicas. Una característica más de esta teoría es que su unidad de análisis no es el individuo aislado, sino el conjunto de la fuerza de trabajo entendida como un grupo social, constituida como tal que está en capacidad de entablar negociación con su contraparte para el acceso, la movilidad y la remuneración. En este nivel juega un papel importante las fuerzas institucionales que introducen en su análisis, haciendo contrapeso al sólo mecanismo de las fuerzas del mercado que proponen los neoclásicos.

El mercado laboral está dividido en:

a) Mercado primario y mercado secundario.

El mercado primario requiere y desarrolla hábitos estables de trabajo, salarios altos y existen escalas de empleo. El mercado secundario desalienta los hábitos estables de trabajo, tienen salarios bajos, pocas escalas de empleo; son trabajos ejecutados por grupos minoritarios, por mujeres y trabajadores jóvenes (Gordon, Reich y Edwards, 1986).

b) La segmentación del mercado primario entre un mercado subordinado y un mercado independiente.

Los trabajos del mercado primario subordinado son trabajos rutinarios los cuales fomentan la dependencia de los trabajadores a reglas y autoridades externas; son trabajadores sindicalizados. Los trabajos del mercado primario independiente favorecen la creatividad y el poder de decisión de los trabajadores, adquieren especialización y adiestramiento general a través de la educación formal.

c) La segmentación por raza.

d) La segmentación por sexo (Gordon, Reich y Edwards, 1986).

En esta teoría la educación es un elemento fundamental en el desarrollo de las fuerzas productivas, ya que proporciona especialidades y las escuelas han sido los medios utilizados por los capitalistas para remediar la escasez de trabajo especializado. A través de la educación, los capitalistas crean el tipo de trabajo que necesitan, en términos de especialidades y de orientación ideológica (Gordon, Reich y Edwards, 1986).

En general, como lo expresa Borderías, todos los teóricos de las teorías de la segmentación -institucionalistas y radicales- opinan que las diferencias de sexo, raza o edad, son categorías que aunque no han sido creadas por el empresariado, sí han sido reforzadas y utilizadas para estabilizar y legitimar la estructura económica. Los empresarios son conscientes de que pueden explotar los antagonismos sociales existentes. La presencia de segmentos en el mercado obedecería a las estrategias empresariales.

Hemos encontrado a través de este recorrido bibliográfico que no todo lo que hace referencia al mercado de trabajo laboral, es totalmente útil para los fines propios de la investigación propuesta. De esta forma, podemos afirmar que elementos de la teoría neoclásica pueden ser de utilidad desde una perspectiva crítica, ya que la posición del libre mercado como reguladora de las relaciones laborales no es útil para explicar o corroborar nuestro objeto empírico de estudio; por otro lado, la equidad manifestada dentro de esta perspectiva, es precisamente un punto a discusión dentro de nuestra investigación, por tal motivo, la relevancia de esta teoría se encuentra en la crítica que pueda realizarse a ella y no como herramienta de comparación o corroboración.

La segunda perspectiva, es decir, el mercado dual de trabajo, nos sirve para poder avanzar con nuestra hipótesis acerca de la ubicación de las vendedoras de piso dentro del mercado secundario, ya que investigaciones preliminares en campo nos reportan que el salario formal de ellas es mínimo y la forma de mantener ingresos superiores no depende de la empresa que las contrata sino de los clientes que puede o no ofrecer propinas por dicho servicio.

Finalmente, la última perspectiva, la teoría radical nos ofrece más posibilidades de ubicación y contrastación ya que es posible según los parámetros de dicha teoría, ubicar en el sector secundario y por sexo femenino a las vendedoras de piso. El desarrollo de la investigación, creemos, arrojará resultados que nos muestren cómo la radicalización del mercado de trabajo localiza perfectamente las características que requiere el empleador para cubrir sus necesidades de puestos de trabajo.

2. LOS MERCADOS INTERNOS DE TRABAJO.

Como ya hemos visto, existen diferentes tipos de mercados laborales, ante esto, hay que aclarar que cada uno de estos mercados tiene a la vez su mercado externo e interno de trabajo.

El mercado externo de trabajo es aquél que suministra los trabajadores nuevos que las empresas necesitan. Estos trabajadores tienen acceso a niveles inferiores

de la escala de empleos (Llamas, 1989). El mercado externo de trabajo está conectado con el mercado interno de trabajo en tanto que hay movimiento entre ellos en ciertas clasificaciones de puestos que constituyen los puertos de entrada y salida del mercado interno de trabajo (Doeringer y Piore, 1985). Es decir, es relativamente raro que una empresa contrate todos sus trabajadores directamente del exterior para todas las ocupaciones que tiene, por lo que sólo contrata para cubrir ciertas ocupaciones (Robinson, 1988).

El mercado interno de trabajo es una unidad administrativa dentro de la cual el precio y la asignación del trabajo se rigen por un conjunto de normas y procedimientos administrativos. Es a partir de aquí dónde nos interesa analizar a las vendedoras de piso.

La población laboral interna tiene derechos exclusivos sobre los puestos cubiertos internamente y la continuidad del empleo, incluso en los puertos de entrada, está protegida la competencia directa de los trabajadores del mercado externo de trabajo. Las normas de contratación, ascenso y despido que crean la distinción entre la población trabajadora interna y externa y que rigen la asignación interna se elaboran en contratos de negociación colectiva y en manuales de administración de empresas y tanto los contratos como los manuales contienen las normas y procedimientos administrativos para la determinación de la estructura salarial interna. La utilidad del mercado interno de trabajo como construcción analítica depende de la rigidez de las normas que definen los límites de los mercados internos y que rigen la evaluación y asignación dentro de ellos. Arriesgando una afirmación se podría decir que este sistema de mercados internos de trabajo originaron los escalafones con base a la antigüedad. Estos mercados de trabajo también pueden ser el origen de las carreras laborales al interior de los sistemas escalafonarios que existen en las empresas que se organizan con este enfoque.

Varios factores indican que las normas del mercado interno de trabajo por lo general son rígidas. En primer lugar, muchas de las normas que rigen la determinación de los salarios y la asignación interna han sobrevivido a lo largo de un considerable periodo de tiempo. En segundo lugar, tanto los comentarios de

los trabajadores como los de los empresarios parecen indicar que existe un cierto grado de rigidez en las normas que rigen el mercado interno de trabajo. Los empresarios hablan de las ineficiencias que generan las normas como si no sólo fueran indeseables, sino también como si algunas veces el renegociarlas estuviera fuera del control de las partes (Doeringer y Piore, 1985). Esos comentarios sugieren que las normas no son coherentes con el precio y la distribución del trabajo que habría en un mercado competitivo. En tercer lugar, la rigidez de los mercados internos de trabajo parece que está relacionada con algunos fenómenos que ocurren en el centro de trabajo – la inversión de capital humano específico de la empresa, la formación en el trabajo y el papel del trabajo como factor de producción fijo o cuasi fijo – que han comenzado recientemente a ser objeto de la atención de los teóricos de la economía. En cuarto lugar, existe una serie de fenómenos relacionados con la conducta psicológica de los grupos de trabajo y el proceso mediante el cual se generan las costumbres en el centro de trabajo que contribuye a la creación de ciertas rigideces dentro del mercado interno de trabajo.

Estas interdependencias contribuyen a crear unos hábitos y tradiciones relativamente fijos con respecto a las estructuras de salarios, disposiciones de ascensos y otras normas laborales que afectan a los grupos de trabajadores.

De acuerdo a Doeringer y Piore los mercados internos de trabajo parece que son generados por:

1) La especificidad de cualificaciones: Una cualificación totalmente específica es exclusiva de una sola clasificación de puestos de una única empresa; una cualificación totalmente general es un requisito para todos los puestos de todas las empresas. A medida que las cualificaciones son más específicas, resulta cada vez más difícil para el trabajador utilizar en otra parte la formación específica que recibe de la empresa. Esto deduce su incentivo para invertir en dicha formación, al tiempo que aumenta el incentivo del empresario para realizar la inversión. La especificidad de un puesto se define por su contenido de cualificaciones. Un puesto totalmente específico es aquel que sólo utiliza cualificaciones específicas; un puesto totalmente general es aquel en el que todas las cualificaciones son generales.

Las cualificaciones laborales del individuo son específicas en el sentido de que las cualificaciones necesarias para trabajar en un equipo nunca son exactamente las mismas que las necesarias para trabajar en otro.

2) La formación en el trabajo: es un desplazamiento del lugar en el que se produce el proceso educativo y de la distribución de los costes de formación.

La mayoría de las cualificaciones laborales de cuello azul se adquieren en el trabajo. La formación en el trabajo proporciona o bien la mayor proporción de cualificaciones utilizadas realmente en la realización del trabajo o es un prerrequisito para la utilización provechosa de la educación formal (Doeringer y Piore, 1985).

Aunque la informalidad de la formación en el trabajo hace que resulte difícil identificar la naturaleza precisa del proceso, se dan los siguientes elementos: en primer término, la formación suele tener lugar en el proceso de producción, en parte basándose en pruebas y errores. En segundo lugar, cuando se necesita un tipo de instrucción u otro, generalmente lo proporciona un supervisor, el trabajador titular o los trabajadores de los puestos vecinos. Así pues, los individuos que participan en el proceso de formación asumen un doble papel: como supervisores o subordinados, y en el proceso de aprendizaje, como instructores o estudiantes. En tercer lugar, el propio proceso de formación en el trabajo tiende a difuminar la distinción entre los puestos (Doeringer y Piore, 1985).

En todos estos casos se mantiene la distinción formal entre una clasificación de puestos y otra. El trabajo asignado se considera temporal o permanente y los puestos reciben diferentes tarifas salariales. Sin embargo, las tarifas y las definiciones de los puestos tienden a ser algo arbitrarias.

La elevada frecuencia con que se da la formación en el trabajo parece que está relacionada con varios factores. En primer lugar, en algunos trabajos no existe ninguna alternativa a la formación en el trabajo (Doeringer y Piore, 1985).

Dado que una gran parte del proceso de aprendizaje es automático y depende de la curiosidad del individuo por lo que ocurre a su alrededor, así como de su deseo de dominar un trabajo por sus retribuciones extrínsecas e intrínsecas, tiende a parecer "natural" tanto a los ojos de los empresarios como a los de los

trabajadores. Por otro lado, algunos de los recursos absorbidos por el proceso de formación se podrían perder si no existiera éste.

Dado que la formación en el trabajo se deriva del contenido del propio puesto, sólo se limita a las cualificaciones necesarias para ese puesto y no conlleva ningún exceso de formación.

La instrucción en el trabajo es individual y puede ajustarse a las capacidades de aprendizaje e idiosincrasias de cada aprendiz.

3) La ley consuetudinaria (costumbre): la costumbre en el centro de trabajo es un conjunto de normas no escritas y basadas en gran parte en las prácticas pasadas o precedentes. Estas normas pueden regir cualquier aspecto de la relación laboral, desde la disciplina hasta la remuneración (Doeringer y Piore, 1985). Las costumbres laborales parece que son el resultado de la estabilidad del empleo existente dentro de los mercados internos de trabajo, y uno de los factores que generan los mercados internos de trabajo es el deseo de conseguir estabilidad. Es a este tipo de normas al que se aplica el término de "costumbre".

La existencia de la ley consuetudinaria en el centro de trabajo se refleja en las frases "éticas" que aparecen en el lenguaje de las relaciones industriales: "causa justa de despido", "la misma paga por el mismo trabajo", "una paga justa por un trabajo justo".

El carácter irreversible de los mercados internos ha llevado a pensar que han adquirido mayor predominio con el paso del tiempo. La tendencia de la costumbre a crearse alrededor de la práctica de cubrir determinados puestos desde dentro, de los trabajadores a aceptar el empleo en la creencia de que la práctica continuará y de las cualificaciones laborales a ser cada vez más específicas una vez que disminuye la dependencia con respecto al mercado externo, hace que resulte más fácil tender hacia la internalización de las funciones del mercado que alejarse de ella (Doeringer y Piore, 1985).

El concepto de especificidad se refiere esencialmente a la imposibilidad de los trabajadores de transferir sus cualificaciones a otro empleo. Dado que el mercado interno de trabajo reduce la posibilidad de los trabajadores que están dentro de él de acceder a las ofertas de empleo rivales, la internalización por parte

de un empresario aumenta la especificidad real de los puestos dentro de los establecimientos competitivos.

Los mercados internos de trabajo están diseñados deliberadamente para "discriminar" seleccionando a los trabajadores en los puestos de entrada y concediendo privilegios a la plantilla interna, a los cuales no tienen acceso los individuos del mercado externo de trabajo (Osterman, 1988). La discriminación se debe a la seguridad de empleo y a las oportunidades de ascenso que existen para la plantilla interna y a los ahorros que supone el desarrollo y la conservación de una mano de obra formada que el mercado interno proporciona a los empresarios. En este sentido, la discriminación tiene una clara justificación económica y social tanto para los empresarios como para los trabajadores.

Los mercados internos de trabajo se establecen, en parte, debido a que la mano de obra valora la seguridad de empleo y las oportunidades de ascenso que ofrecen. El mercado interno no es simplemente el resultado del interés de los trabajadores por el monopolio de los puestos, sino que también es el resultado del interés de los empresarios por minimizar los costes fijos de reclutamiento, contratación y formación.

Por otro lado, las normas que rigen el mercado interno, raras veces se deben a un único factor. Generalmente representan una solución intermedia entre los intereses de los empresarios y los de los trabajadores, y se han concebido en el contexto de la totalidad de los factores que rigen la asignación y fijación del precio del trabajo (Doeringer y Piore, 1985).

Las normas de contratación tienden a fluctuar con la situación del mercado externo de trabajo y con las previsiones variables de la tecnología futura. Esto permite practicar una discriminación deliberada bajo el disfraz de procedimientos objetivos para conseguir una "mano de obra competente". Las decisiones de contratación y ascensos se toman a menudo basándose tanto en criterios objetivos, como la educación, como en entrevistas en las que se aplican criterios más sutiles, como la forma de hablar y el aspecto personal. Incluso a los directivos les resulta difícil especificar esos patrones, por lo que su informalidad permite practicar la discriminación.

Los criterios de selección (al igual que las normas de contratación) se basan en las apreciaciones subjetivas de los supervisores de línea y los jefes de personal cuyas percepciones pueden verse distorsionadas por los prejuicios.

Los mercados internos de trabajo tienden a establecer canales de reclutamiento bastante estables. Los más importantes son los trabajadores titulados que recomiendan amigos y parientes al mercado interno. Otros canales complementarios son las organizaciones de la comunidad, un grupo selecto de instituciones educativas, algunos tipos de agencias de colocación y una reducida lista de medios publicitarios.

La segregación de las unidades de ascenso puede estar establecida formalmente en los convenios colectivos locales o puede existir como parte del procedimiento informal, no codificado, por medio del cual se asignan los trabajadores o se les permite solicitar los puestos del mercado interno de trabajo (Osterman, 1988).

El diseño de los sistemas de antigüedad discriminatorios tiene un grado de discriminación salarial inherente.

Existe un grupo de empresas de bajos salarios y, a menudo, marginales y un conjunto de oportunidades de empleo irregulares y no estructuradas en las que tienden a encontrar trabajo los individuos que tienen desventajas en el empleo (Doeringer y Piore, 1985).

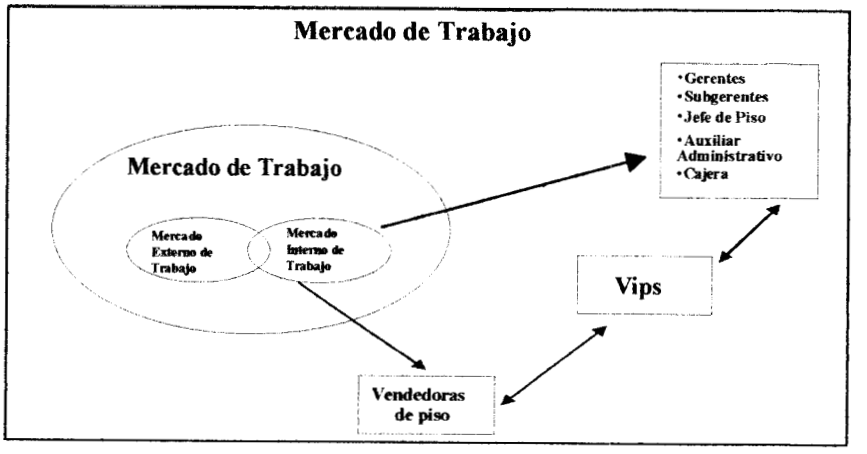
Por lo anterior, la clase ideal de mercados internos de trabajo consiste en un conjunto de normas que limitan la contratación a determinadas ocupaciones o puertos de entrada y reserva el resto de los puestos de trabajo de la empresa a las personas que ya están empleadas. Las normas y procedimientos determinan quién reúne los requisitos necesarios para ocupar cada puesto y cómo se toman las decisiones. La fijación de los salarios está sujeta igualmente a unas normas formales. Las diferencias salariales entre las ocupaciones cobran importancia en el proceso de recabar apoyo político entre los afiliados tanto manteniendo ciertas diferencias consuetudinarias entre el trabajo cualificado y el no cualificado como reduciendo otras diferencias que pudieran ser causa de divisiones internas (Doeringer y Piore, 1985). Como los individuos pasan una gran parte de su vida

laboral en una única empresa, ya no existe el requisito de que los salarios estén estrechamente relacionados con la productividad en ningún momento largo de toda la vida.

Para el caso específico de la investigación propuesta, encontramos que el mercado laboral esta conformado por dos grandes grupos; el mercado interno de trabajo y el mercado externo de trabajo. Se dice que las empresas hacen uso de los dos mercado e incluso que en algunos caso es de interés para los empresarios hacer uso de los mercado internos para cubrir necesidades especiales de la empresa, estos es, por la experiencia adquirida en los trabajadores a través del tiempo y la capacitación, el mercado interno protege a la empresa de ambigüedades y le ofrece certeza en cuanto a necesidades especiales de cobertura de puestos especiales de trabajo y en otros casos los empresarios hacen uso del mercado externo para cubrir puestos que requieran de habilidades que los trabajadores o empleados, han obtenido a través de la educación o experiencia externa.

El diagrama siguiente trata de hacer explícita nuestra intención en este capítulo, es decir, saber que pasa con nuestro objeto empírico de estudio (vendedoras de pisos en Vips) y que relación pueden tener con el mercado laboral.

Diagrama 2



Elaboró: López & Mejía, 2000

El mercado interno de trabajo tiene relación con las vendedoras de piso, ya que esta es una corroboración teórica con la movilidad posible de ellas y esto a su vez incide en la identidad ocupacional, con lo cual necesitamos saber si realmente existe un mercado interno dinámico en Vips para con las vendedoras de piso, o si realmente el mercado interno no posee la agilidad que se desearía, además es necesario saber si la movilidad dentro del mercado interno de trabajo ofrece las condiciones de mejora sustancial para las vendedoras.

3. AMBIENTE LABORAL, CONDICIONES DE TRABAJO E IDENTIDAD OCUPACIONAL.

En el desarrollo de nuestra investigación hemos considerado que el ambiente laboral y las condiciones de trabajo, son determinantes para la identidad ocupacional; dentro de las líneas siguientes describiremos los conceptos de: ambiente laboral, condiciones de trabajo, remuneraciones, movilidad, relaciones laborales e identidad ocupacional.

El ambiente laboral hace referencia al grado en el que el entorno es favorable o desfavorable para las personas que integran la empresa, la revisión de dicho concepto se elaboró a partir de la revisión en dos libros, el primero de Werther, " Administración de personal y Recursos Humanos", conceptualiza al ambiente laboral a través de la definición de clima organizacional, el segundo libro es de Kossen, "The human side of organizations" (el lado humano de las organizaciones), con este material, además de lograr acercarnos otra definición de ambiente laboral, nos extiende por los terrenos de la calidad de vida en el trabajo y nos ofrece elementos que podrán determinar la identidad ocupacional.

Es Julio César Neffa, el autor del libro "Condiciones de trabajo", el que nos ofrece los elementos para revisar el concepto de *condiciones de trabajo*. Neffa nos dice que estas influyen en la salud física y mental de las trabajadoras y que además dichas condiciones son determinantes para conformar su propia identidad.

El concepto de movilidad es analizado a través de los estudios realizados por Kerr, en su libro "Labor Markets: their character and consequences" (Mercados de trabajo: sus caracteristicas y consecuencias), entiende la movilidad como el desplazamiento de los trabajadores para alcanzar cierto puesto al interior de la empresa.

Son varios los autores que abordan el concepto de *identidad ocupacional*, y cabe destacar que la identidad ocupacional se puede abrir a dos vertientes, la primera, se muestra a través de la identificación de las trabajadoras con la empresa, es decir, un compromiso organizacional y por otro lado la identificación de las vendedoras con la ocupación, es decir, con las funciones propias de su trabajo.

Finalmente dentro de nuestros comentarios se ofrecerá la explicación de estos conceptos y la relación con la identificación ocupacional, además se desarrolla un diagrama explicativo (ver diagrama), con lo cual pone en claro las ideas antes expuestas.

3.1 AMBIENTE LABORAL

El esfuerzo por comprender el concepto de Ambiente laboral nos ha llevado incluso a revisar bibliografía que pareciera ser a otros campos en las ciencias sociales, pero dejando a un lado los extremismos teóricos y disciplinarios hemos resuelto que los objetivos de la investigación deben ser cubiertos, de esta forma nos acercamos información que pertenece a las áreas de la psicología organizacional y estudios de la organización, para poder analizar el concepto de ambiente laboral, cabe destacar que dentro de estas disciplinas el concepto de ambiente laboral es llamado clima organizacional[1] o clima de la organización, concepto que bien analizado puede llevarse a un acoplamiento para los fines de nuestra investigación.

[1] Los elementos que manejan ambos conceptos: Ambiente Laboral y Clima Organizacional, son semejantes en el fondo, la forma cambia, debido al nivel de análisis que se imprime en ellos, el primero hace referencia al trabajador y su relación con la unidad empresarial u organizacional, el segundo, hace referencia a la empresa o unidad organizacional como un todo y la influencia que puede ejercer al trabajador.

Para el caso de Werther, en su libro Administración de personal y Recursos Humanos, define al concepto como "el grado en el que el entorno es favorable o desfavorable para las personas que integran la organización" (Werther 1992), dentro de otro material, en Kossen, "The human side of organizations" (el lado humano de las organizaciones), nos dice que no todas las organizaciones son como el estado de California, con su clima soleado, agradable y muy favorable, según el autor, pueden llegar a poseer climas extremos como en el caso del estado de Illinois, fríos en invierno calurosos en verano o totalmente fríos como Alaska, con lo anterior nosotros entendemos y ubicamos que la existencia del ambiente laboral existe, y serán los desarrollos de la investigación los que determinen que tipo de ambiente laboral presenta la empresa donde esta asentado nuestro objeto empírico de estudio.

Kossen, nos dice en su libro que es responsabilidad de todos en la organización, pero principalmente de los *Managers* (administradores)establecer un clima de relaciones favorables, pero tanto subordinados y operadores miembros de la organización poseen también una fuerte influencia sobre el clima y son igualmente responsables sobre dicho ambiente. (Kossen, 1983)

El concepto de ambiente laboral nos ha llevado a descubrir que existe una relación directa con la calidad de vida en el trabajo (quality of work life QWL), por ello consideramos que dichas condiciones serán determinantes para la identidad laboral, es decir, que la compensación justa y adecuada, las condiciones de seguridad y salud en el empleo, la oportunidad para desarrollar y utilizar la capacidad humana y la oportunidad para continuar el crecimiento y la seguridad en el empleo, determinan el sentimiento de identidad (Kossen, 1983).

Para el caso específico de nuestra investigación, se toman los siguientes conceptos, remuneraciones, movilidad (entendida como la oportunidad para continuar el crecimiento de desarrollo en puestos superiores dentro de la empresa), las condiciones de seguridad y salud en el empleo, la capacitación requerida para cumplir funciones en el puesto de trabajo y las relaciones laborales (la relación interpersonal entre compañeros de trabajo y superiores).

3.2 EL CONCEPTO DE CONDICIONES DE TRABAJO.

En cuanto a este concepto tomamos la definición de Julio César Neffa debido a que es la definición que engloba los aspectos que analizaremos en el mercado interno de trabajo de las vendedoras de piso.

Las condiciones y medio ambiente de trabajo están constituidas por un conjunto de variables que, a nivel de la sociedad en su conjunto, del establecimiento de la unidad de trabajo, de manera directa o indirecta, van a influir sobre la vida y la salud física y mental de los trabajadores insertados en su colectivo de trabajo, influencia que va a depender en cada caso de las respectivas capacidades de adaptación y de resistencia a los factores de riesgo.

Esas variables son el contenido, la organización y la división del trabajo correspondiente, la seguridad e higiene, el tiempo de trabajo, la carga físicas y mental del trabajador, los aspectos psicosociales, las remuneraciones, las condiciones generales de vida y las posibilidades de participar en el mejoramiento de dichas condiciones (Neffa, 1989).

3.3 EL CONCEPTO DE MOVILIDAD.

Nuestro punto de partida es la definición que da Kerr sobre la movilidad como un desplazamiento de los trabajadores para alcanzar un cierto puesto (Kerr, 1950).

Hay tres aspectos diferentes en los que puede darse la movilidad: a) el movimiento de una empresa a otra de la misma ciudad; b) la migración de una región geográfica a otra y; c) el desplazamiento ascendente y descendente por la escala ocupacional (Reynolds, 1964). De acuerdo a lo anterior y para los fines de esta investigación, nos centraremos en el último aspecto citado.

La movilidad ascendente está dada en el sentido de progreso en el cambio de puestos cada vez de mayor importancia o mayor nivel jerárquico, y por

consiguiente podría decirse que el progreso también estaría dado por mejores condiciones de trabajo y mejores remuneraciones; en este caso, por ejemplo, podría ser que la vendedora de piso con el tiempo se convirtiera en cajera; más tarde, tal vez, llegaría a ocupar el puesto de jefa de piso, y así hasta alcanzar el nivel que su habilidad y preparación lo permitan. Ciertamente, a medida que asciende por la escalera ocupacional los escalones son más difíciles de alcanzar y la competencia por parte de quienes también anhelan esa ascensión es más evidente y encarnizada. Mayor educación, preparación y experiencia serán requeridas, y el proceso de selección tendrá un mayor refinamiento; sin embargo, otros puestos se alcanzan por conductos muy distintos al del proceso de ir ascendiendo lentamente de un puesto inferior a otro superior por méritos propios, al punto de alcanzar la gerencia más alta de una empresa con el correr del tiempo. Generalmente, las personas que desempeñan trabajos de alta administración y profesionales en la economía, forman un grupo relativamente cerrado en donde es difícil entrar si no se ha nacido en él (Reynolds, 1964). A esto hay que agregar que las relaciones extralaborales o las redes sociales forman parte esencial en la movilidad ascendente de los trabajadores.

3.4 EL CONCEPTO DE IDENTIDAD LABORAL.

Figueroa describe a la identidad como aquella que involucra a la subjetividad y que resulta importante para comprender los motivos y el sentido que los sujetos individuales y colectivos dan a sus acciones; de igual forma, la identidad presupone la capacidad del individuo de desprenderse de la experiencia inmediata y de convertirse en objeto para sí mismo, sólo así puede plantearse las preguntas: ¿quién soy? O ¿quién quiero ser?. A través del concepto de identidad, el individuo o grupo social se definen a si mismos y se diferencian de otros individuos o grupos sociales, con los que pueden instaurar algún tipo de interacción, concebida ésta por un espacio simbólico que permite el reconocimiento recíproco (Figueroa, A., 1994).

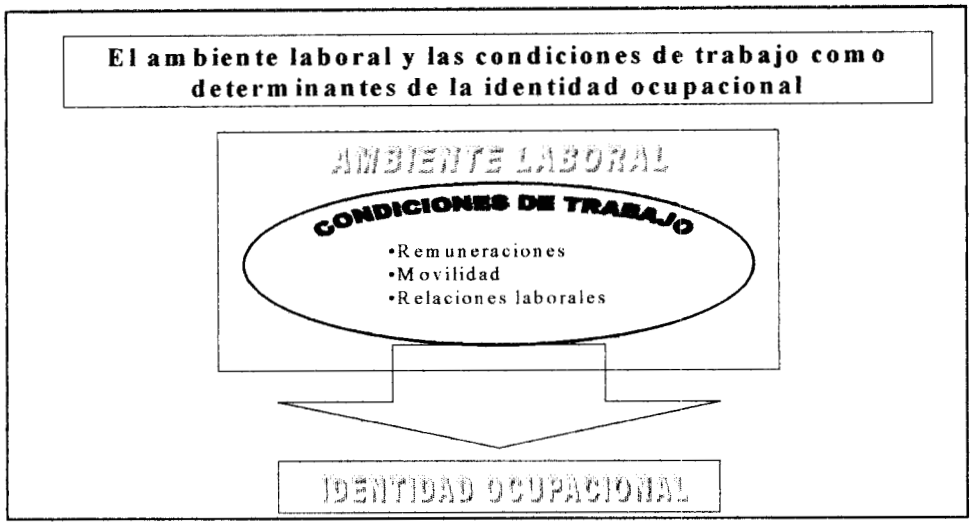
Gilberto Giménez nos dice que la identidad se construye de manera simbólica a partir de las relaciones familiares, las cuales juegan un papel importante en la conformación de ésta; a través de la elaboración de una mitología, se define el uso de una simbología que identifica a los miembros de la comunidad entre sí, como iguales o equivalentes entre sí, lo que los lleva a una identificación por pertenencia en un espacio simbólico común, como el familiar o el profesional (Giménez, G., 1993).

Cervantes Carso describe a la identidad ocupacional femenina como un conglomerado cultural cambiante que resulta de la confrontación de las normas sociales y de las prácticas cotidianas de los actores dentro y fuera del trabajo, el cual explica las autodefiniciones y heterodefiniciones sobre lo que las mujeres pueden y beben hacer como madres, esposas, hijas y empleadas (Cervantes, 1993).

Con lo anterior, podemos decir que la identidad laboral es el conjunto de creencias y valores que se forman dentro de una ocupación, la cual está conformada por una ideología que expresa su carácter de trabajo, de manera colectiva, con el reconocimiento del sí mismo frente a los otros, de la misma o de diferente ocupación, dentro de la misma empresa. De esta forma, la identidad laboral no es algo que se da por hecho, sino que se modifica de acuerdo a su entorno socio laboral en el que se encuentre situado el individuo. En este caso analizaremos cómo la ideología que se da en los restaurantes Vips puede generar la identidad ocupacional de este sector específico y definido, las vendedoras de piso.

Para el caso especifico de nuestro objeto empírico de estudio, es decir, las vendedoras de piso en Vips, encontramos elementos de la teoría que nos serán útiles para explicarnos, cuál es la posición que tiene nuestro objeto empírico de investigación frente al mercado laboral, determinando que la identidad ocupacional es conformada por un ambiente laboral, dentro del cual, existen condiciones de trabajo (remuneraciones, movilidad y relación laboral), tal como se muestra en nuestro siguiente diagrama:

Diagrama 3



Elaboró: López & Mejía, 2000

Las vendedoras de piso en Vips, como se ha desarrollado en el capítulo anterior, forman parte de un mercado secundario de trabajo, ya que revisiones preliminares nos lo demuestran, es decir, este grupo de mujeres que se denomina vendedoras de piso, poseen condiciones desfavorables en cuanto a su *remuneración formal (salario) y remuneración informal (propinas y gratificaciones),* ya que ellas perciben el salario mínimo vigente para cada región del país donde existan restaurantes Vips, por otro lado es necesario destacar que su ingreso depende de fuentes exógenas a la empresa, específicamente por las "propinas", que ofrecen los comensales en dichos restaurantes. Como es por todos conocido, en nuestro país, no se ha desarrollado una cultura por el servicio, dicha afirmación podemos demostrarla a través de una comparación de normas sociales con otras naciones, que consideramos tienen formada una cultura de servicio. Por ejemplo, en los Estados Unidos, las propinas o gratificaciones por servicio en un restaurante, asciende al 10 ó 15% y dicha norma es cuidadosamente cuidada por todos los comensales, otro ejemplo lo podemos localizar en Montreal, Canadá,

dicha norma social asciende mínimo al 15% del total de la cuenta y en caso de no acatar la norma es posible ser sancionado verbalmente por los meseros, meseras, vendedores y vendedoras de piso.

Nuestro caso es distinto, las propinas pueden ser menores al 10% de la cuenta e incluso por olvido puede uno dejar de ofrecer la gratificación por el servicio en el restaurante, es precisamente este punto el que nosotras queremos destacar, la remuneración de las vendedoras de piso depende de condiciones exógenas a la empresa, ya que si un comensal o todos los comensales que se atienden durante la jornada laboral, no tienen por intención dejar gratificación o propina se pone en riesgo una parte sustancial del ingreso de las mismas.

Es necesario reconocer que no todos los restaurantes tienen las características anteriores, los restaurantes de gran nombre sugieren el ofrecimiento a los comensales por el servicio, incluso restaurantes de corte muy americano, (Chili's, restaurante de origen Texano), son los vendedores o vendedoras de piso los que mencionan al comensal el monto que ofrecerá al pagar este último su cuenta.

Pero en el caso de Vips, no encontramos la práctica anterior, es por ello que consideramos a la remuneración formal (endógena) como precaria y a la remuneración informal (exógena) como inestable, estos elementos, consideramos, forman parte de los determinantes para conformar una identidad ocupacional de nuestro objeto empírico de estudio.

El siguiente concepto, *la movilidad*, es entendido como la capacidad y oportunidad que posee una vendedora de piso para seguir avanzando hacia mejores puestos de trabajo y con esto se logre cumplir con el anhelo de mejores condiciones laborales, en cuanto a reconocimiento social y remuneraciones formales se refiere; consideramos que la movilidad incide directamente en la reconformación de la identidad ocupacional en las vendedoras de piso, es decir, la movilidad podría llegar a ser una elemento de motivación constante en las vendedoras de piso y será a través del desarrollo de la investigación que podremos aportar más elementos para comprobar si realmente pueden acceder a

la movilidad las vendedoras y si la movilidad les ofrecerá las condiciones de mejora que se han manifestado líneas arriba.

Las relaciones laborales hacen referencia al contacto formal e informal que se presenta, ya sea verticalmente ascendente y descendente, u horizontalmente. Contacto formal vertical ascendente se refiera al trato según normas de la empresa entre las vendedoras de piso y los "hostels"[2], subgerentes y gerentes; contacto informal ascendente hace referencia a las relaciones entre las vendedoras de piso y los antes mencionado pero a un nivel de amistad, compañerismo e incluso apoyo mutuo. Contacto formal vertical descendente se refiere a la relación según normas de la empresa entre la vendedora de piso y los garroteros. Contacto informal vertical, se refiera a la relación de amistan, apoyo y compañerismo entre los antes mencionados; el contacto formal horizontal, se refiere a las relaciones según las normas de la empresa entre las vendedoras de piso, sus compañeras, cocineros de mesa fría[3], cocineros de mesa caliente[4]y fuenteros[5]; el contacto informal horizontal se refiere a las relaciones entre los antes mencionados de amistad, compañerismo y apoyo mutuo.

Con lo anterior, explicaremos como el ambiente laboral y las condiciones de trabajo, pueden conformar una identidad ocupacional.

---

[2] Los hostels, son las personas que dan la bienvenida y asignan mesa al comensal en el restaurante, el concepto "hostel", proviene del idioma ingles y quiere decir, el que hospeda o en este caso el que recibe y ofrece la bienvenida al lugar donde sé llega.

[3] Cocineros de mesa fría se refieren a los que preparan ensaladas y cócteles.

[4] Cocineros de mesa caliente son aquellos que preparan el resto de los alimentos.

[5] Fuenteros son aquellos que preparan todo tipo de bebidas.

CAPÍTULO 2.
EL MERCADO LABORAL DE LAS MUJERES

En el capítulo anterior, nos dedicamos ha ver las diferentes teorías que hay acerca del mercado laboral. En este capítulo a lo que nos enfocaremos será ha analizar cómo la mujer se ha ido incorporando al mercado laboral a lo largo del siglo XX, en qué actividades se ha incorporado y cuáles son los sectores donde tienen mayor participación. A la par, haremos mayor hincapié en el sector de actividad económica que nos interesa: el sector servicios.

1. ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LOS MERCADOS DE TRABAJO.

En nuestra época ocurren, entre muchos otros, dos cambios fundamentales en el mundo laboral. Por un lado la introducción de nuevos sistemas de organización del trabajo y, por el otro lado, la incorporación masiva de mujeres al empleo remunerado.

Se ha puesto de relieve cómo la organización del trabajo está permeada por relaciones asimétricas entre hombres y mujeres, las mismas que producen y reproducen desigualdad y discriminación en perjuicio de las mujeres, pero han pasado casi desapercibidos los efectos que tienen la acción de las mujeres y la transformación de las relaciones de género sobre la organización del trabajo. Se han hecho visibles las desigualdades, la subordinación y la importancia económica y social del trabajo de las mujeres, pero se mantiene en la penumbra la eficacia restructuradora que tienen la creciente participación laboral de la mujer y los cambios en las reglas que regulan la interacción entre los géneros (Reygadas, 1998).

El estudio de las relaciones entre género y trabajo no es nuevo. En una fecha tan temprana como 1930, Ivy Pinchbek mostró la centralidad que tuvo la mujer en los procesos de industrialización (Pinchbek, 1930). Otro estudio clásico

describió el involucramiento de las mujeres en el trabajo desde la segunda guerra mundial (Myrdal y Klein, 1956). Posteriormente, en particular desde la década de los setenta, se han multiplicado las investigaciones que dan cuenta de la segmentación del mercado laboral por sexos y de la discriminación hacia la mujer en el desarrollo del trabajo (Tilly y Scott, 1978; Comas D., 1990).

Un fenómeno que ha sido ampliamente documentado es el de la feminización de la fuerza de trabajo. Se ha planteado la tesis de la feminización de la sociedad (Segal, 1987; Kobayashi *et al*, 1994). De inestimable valor ha sido la investigación de las consecuencias que esta feminización ha traído para las mujeres, es decir, se ha discutido qué tanto cambia la situación de las mujeres a partir de su experiencia laboral, cómo se modifica su identidad, cómo se trastocan o se reproducen los roles tradicionales, en qué medida se mantiene su subordinación o se abren perspectivas de emancipación.

Cada vez se hace más patente que la organización de la producción está permeada por las relaciones de género. Las divisiones de clase, de etnia y de categorías laborales se sobreponen con las diferencias de género como relaciones de poder, se ha puesto el acento en el aspecto de la dominación y se ha dicho poco sobre la resistencia (Reygadas, 1998).

La preocupación central de los estudios sobre género y trabajo ha sido la de develar y desconstruir la subordinación que se ha ejercido sobre las mujeres, la imposición de criterios paternalistas y patriarcales, el carácter asimétrico de las relaciones de género en la producción (Reygadas, 1998).

Los cambios recientes en las relaciones entre los géneros han iniciado un profundo proceso de transformación de las culturas del trabajo y de la organización laboral. Las fábricas, lo mismo que otros centros de trabajo, se están reconfigurando bajo el efecto de la transformación de los vínculos entre hombres y mujeres. Se trata de una transformación incipiente, permeada por dudas y resistencias, conflictos y luchas, pero ha comenzado (Reygadas, 1998).

En su artículo, Janet Newman exploró los alcances del cambio en las relaciones de género en las culturas de organizaciones del sector público de Inglaterra (Newman, 1995). Distinguió tres tipos básicos de culturas

organizacionales en función del género, a las que designó como cultura tradicional, cultura competitiva y cultura transformacional. Pero nos dice que ninguna de ellas se aplica en forma pura, ya que en la realidad se presentan combinaciones de ellas y situaciones particulares y cambiantes.

En la cultura tradicional, que es la que más se asemeja al caso mexicano, hay identidades funcionales especializadas y una jerarquía definida de grados y posiciones de *status*. Estas culturas están organizadas alrededor del género en dos maneras: jerárquicamente, con las mujeres en los puestos más bajos y a través de la definición de los puestos como "trabajo de hombres" y "trabajo de mujeres", división que corre horizontal y verticalmente.

Las culturas tradicionales tienden a respaldarse en una división sexual del trabajo que refleja visiones muy arraigadas acerca de los trabajos que son apropiados para hombres y mujeres: Tienden a ser jerárquicas, con fuertes grados de distancia entre los roles y con la expectativa de la deferencia que deben quienes ocupan puestos bajos (casi siempre mujeres) a quienes se ubican en puestos superiores (por regla general hombres); por ejemplo la relación médico-enfermera, directivo-secretaría o Gerente-mesera. Las relaciones entre hombres y mujeres en las culturas tradicionales son muy familiares, con cierto paternalismo.

Esta evolución en la cultura organizacional puede representar una oportunidad para avanzar en la agenda de las mujeres:

"El énfasis en el cambio cultural ofrece nuevas maneras de hacer las cosas y la posibilidad de nuevos espacios organizacionales para las mujeres. Esto surge, en parte, por el énfasis creciente en la importancia de destrezas `suaves', como la comunicación con el personal y con los clientes, en las cuales destacan las mujeres. Al mismo tiempo, el énfasis en valorar los recursos humanos y en el *empowerment* del personal de bajo nivel, requiere que las organizaciones quiten las barreras a la contribución efectiva de las mujeres en el trabajo. El crecimiento de la orientación hacia el servicio y la calidad parece ofrecer una mayor concordancia entre los valores con los que muchas mujeres se expresan y las culturas dentro de las cuales trabajan. Incluso se habla necesitan estilos gerenciales más "femeninos", y de una feminización de la gerencia, aún cuando

en la práctica se tiende a hacer más referencia a la necesidad de que los hombres cambien que a la de que las mujeres tengan más poder" (Newman, 1995).

Durante un largo periodo histórico la cultura del trabajo en las fábricas de América Latina fue una cultura predominantemente masculina. A partir de la década de los sesenta comenzaron a crearse en diferentes países latinoamericanos plantas maquiladoras que utilizaron de manera preferencial mano de obra femenina. Se formó así un espacio laboral diferente desde el punto de vista de la composición por género. Ya no se trataba de un territorio masculino ni de la participación excepcional de mujeres en el trabajo industrial. Por el contrario, las mujeres constituyeron la principal fuerza de trabajo en estas plantas y su participación en ellas ya ha durado más de tres décadas (Reygadas,1998).

La incorporación masiva de mujeres en la industria latinoamericana no significó, de manera automática, una modificación sustancial en las relaciones de género. Se incorporaron a la vida industrial, pero bajo la estricta supervisión de la mirada masculina. En muchos casos se les asignaron tareas que tradicionalmente habían sido desempeñadas por mujeres, como por ejemplo la costura. En otros casos comenzaron a desarrollar actividades nuevas para ellas, tal es el caso del ensamble y subensamble de productos electrónicos y partes automotrices. Pero en estos últimos casos, por lo menos en un primer momento, se les asignaron tareas poco calificadas, repetitivas, de escasa responsabilidad y mal remuneradas (Reygadas, 1998).

De este modo, en la primera etapa de la industria maquiladora latinoamericana, que va desde los años sesenta hasta la primera mitad de los ochenta, se produjo, bajo nuevas formas, la tradicional división del trabajo por sexos, quedando para las mujeres las actividades menos atractivas desde el punto de vista del salario y del contenido del trabajo. No obstante, ya desde entonces se inició un cambio significativo: el hecho de que miles de mujeres tuvieran acceso a trabajos remunerados, con cierta estabilidad en el empleo, no deje de ser importante y muchas de ellas lo experimentaron como un cambio positivo (Reygadas, 1998).

Para algunas mujeres el trabajo remunerado constituye un factor esencial en sus vidas, que se vincula a deseos de independencia económica y autonomía personal. El trabajo se trascendentaliza y posee un valor simbólico añadido a los componentes materiales y pragmáticos, siendo un condicionante importante de la vida personal. Otras mujeres, en cambio, consideran prioritarias las responsabilidades familiares y secundario el empleo. Mientras que las primeras representan cierta ruptura respecto a los patrones tradicionales, las segundas, en cambio, los reproducen. En el primer grupo encontramos básicamente mujeres pertenecientes a clases medias, con niveles de estudios elevados, jóvenes en su mayoría. En el segundo se concentran, en cambio, las mujeres de más edad, así como las mujeres de clase obrera, con bajos niveles de preparación y pocas posibilidades de inserción laboral satisfactoria: solo si la familia tiene necesidades perentorias de ingresos este grupo de mujeres se incorpora al empleo (Comas, 1995).

Ahora bien, como el criterio de necesidad es subjetivo y variable, la mayor parte de mujeres se incorporan al mercado de trabajo para conseguir sencillamente niveles de consumo más elevados para la familia. Otros elementos pueden añadirse: cuando los hijos son mayores y se dispone de más tiempo, o cuando las oportunidades ocupacionales son favorables, no hay inconveniente alguno en aceptar un empleo. El trabajo remunerado se plantea, pues, incluso, como una responsabilidad familiar más, procurando que no interfiera con las obligaciones domésticas (Comas, 1995).

El análisis feminista que nos habla de la segregación ocupacional por sexos, como nos dice Hola y Todaro, tiende a fijarse en lo que se denominan "factores de la demanda" y "factores de la oferta".

Entre los factores de la demanda figuran la preferencia de los empresarios por tratar con mercados internos de trabajo segmentados, por dividir la mano de obra entre grupos cualificados y no cualificados, unos con perspectivas laborales de hacer carrera y otros sin ellas, unos relativamente seguros y bien pagados y otros baratos que se prestan a un uso "flexible" por su carácter eventual, temporal

e inseguro. A los empresarios les ha venido muy bien, por tanto colocar a los hombres en la primera categoría y a las mujeres en la segunda.

En el lado de la "oferta" están cosas tan repetidas como que las mujeres adquieren ciertos conocimientos útiles para el empleo durante su infancia y adolescencia: son a menudo "cuidadoras" ya experimentadas, son a menudo diligentes, ordenadas y hábiles cuando llegan al mercado de trabajo. Además, las mujeres adultas trabajan "con una mano atada a la espalda", al ser responsables del cuidado de los hijos y de la atención a los parientes enfermos o viejos.

Esto determina en gran medida el tipo de trabajo que pueden hacer y el grado de entrega al mismo que pueden ofrecer (Hola y Todaro, 1992).

Los elementos de la segregación laboral, que nos habla Comas, y es que pueden distinguirse como mínimo dos tipos de segregación. Se considera que hay segregación horizontal cuando determinado grupo de personas se concentra mayoritariamente en un número relativamente pequeño de ocupaciones y se encuentra total o parcialmente ausente de las demás. Hay, en cambio, segregación vertical, cuando la concentración de determinados grupos se produce en los niveles ocupacionales inferiores, en tanto que otros se reparten por todas las categorías o se sitúan sólo en las superiores.

A pesar de la creciente incorporación de las mujeres al mercado de trabajo, ellas tienen las posiciones más desventajosas, con trabajos poco calificados, rutinarios y mal retribuidos. Existen además, distintos factores que concurren en la segregación de las mujeres: las creencias culturales, los obstáculos informales al empleo, la socialización y preparación para el trabajo, las responsabilidades familiares y la estructura ocupacional. En cualquier caso, algunos de estos factores derivan de los valores sociales, así como de las expectativas y capacidades de las trabajadoras; los otros, de las características ocupacionales y de la lógica laboral (Comas, 1995).

La situación laboral de las mujeres no puede explicarse, como tan a menudo se hace, por las responsabilidades domésticas que tienen asignadas socialmente. La opresión de las mujeres no sólo se hace en el hogar, se efectúa

también en el mercado de trabajo; es parte de una misma lógica y de un mismo proceso, que se retroalimenta a sí mismo (Comas, 1995).

En lo que respecta a las imágenes culturales sobre género y trabajo refiere a los estereotipos que cada sociedad posee respecto al carácter y la manera de ser de hombres y mujeres, pues contribuyen a definir qué actividades se consideran apropiadas para unos y otras, así como la clase de interacción que se debe propiciar o evitar. Así, las ocupaciones que se asignan a las mujeres en el mercado de trabajo representan una especie de prolongación de las actividades que realizan en la esfera familiar (Comas, 1995).

Es bastante frecuente, por ejemplo, que las mujeres se vinculan a trabajos que implican actitudes de solicitud y de atención a los demás (secretariado, dependientes, relaciones públicas o consistentes en el cuidado de los niños, ancianos, puericultura, magisterio, sanidad, servicios sociales). El estereotipo según el que las mujeres son pacientes, detallistas, emocionales y serviciales las hace que se consideren apropiadas para trabajos rutinarios en los que es importante la habilidad manual y la presentación final más que la creatividad (costura, limpieza, mecanografiado). Estos mismos estereotipos han alejado a las mujeres tradicionalmente de las ocupaciones que suponen el ejercicio de la autoridad (policía, judicatura, política), de las que requieren esfuerzo físico y suciedad (construcción, mecánica, minería, transporte). La propia denominación de las ocupaciones se encuentra fuertemente sexuada y esto contribuye a reproducir implícitamente la asociación entre ciertas tareas y determinado sexo (Comas, 1995).

2. INCORPORACIÓN DE LA MUJER AL MERCADO DE TRABAJO EN MÉXICO.

Un rasgo distintivo del mercado de trabajo en México hasta el año de 1970 fue la escasa presencia de las mujeres en comparación con los hombres.

En 1930 las mujeres que trabajaban en la industria estaban concentradas en la alimenticia y en la confección de prendas de vestir.

Durante esta década se sientan las bases económicas y políticas para la transformación posterior de la estructura productiva. Se inicia una expansión acelerada de la producción industrial; primero, con base en un uso más intenso de la planta productiva ya instalada y, posteriormente, sobre todo en nuevas inversiones (Rendón, 1990).

En 1950 sólo el 13% de las mujeres mexicanas de 12 años y más se declararon como económicamente activas. Para el año de 1970 la participación femenina ascendió al 16% (Morelos, 1972).

La reducida participación era resultado tanto de las menores oportunidades de empleo disponibles para las mujeres, como de la baja escolaridad y alta fecundidad de la población.

Para el año de 1979 las mujeres empiezan a acelerar su entrada al mercado de trabajo, teniendo un 21.5% de participación (Encuesta Continua de Ocupación, 1979). El comercio y la industria emplearon más mujeres.

A principios de los 80 las áreas metropolitanas más importantes del país (D.F. y Guadalajara) se reafirmaban como contextos de gran expansión económica y por tanto se elevó un poco más la presencia femenina en los mercados de trabajo. Asimismo, otros centros comerciales y turísticos del sur y sureste del país se caracterizaban por tener elevados niveles de participación laboral femenina. Sin embargo, los más altos niveles de empleo para las mujeres se presentaban en algunas ciudades norteñas (Cd. Juárez y Matamoros) con un importante desarrollo de empresas maquiladoras (Oliveira,1989).

Con la década de los 80 la mayor inserción de las mujeres al mercado laboral se debió en gran parte a la crisis; los salarios no satisfacían ya las necesidades básicas para vivir, por lo que las mujeres (especialmente la población de más bajos ingresos) tuvieron que darse a la búsqueda y diversificación de las estrategias para sobrevivir. De igual manera, aumenta el número y la proporción de las mujeres adultas activas (rango de edades entre los 25 y 45 años).

Para esta época, las mujeres que participaban en el mercado de trabajo estaban concentradas en la industria alimenticia; textil; en la fabricación de equipo electrónico para radio, t.v., comercial y científico. Sin embargo, ya estaban

presentes en la industria automotriz, en la elaboración de bebidas, productos metálicos, maquinaria y metalúrgica (Ramírez, 1990).

Las mujeres de clase baja adulta con hijos y con carga de trabajo doméstico ingresan, en circunstancias desfavorables, al desempeño de las actividades peor pagadas y con peores condiciones de trabajo; las de mayor edad engruesan las filas de los no asalariados (Goldsmith, 1990).

Para 1991 la participación femenina se elevó al 31.5% y 34.5% para el año de 1995 (Encuesta Nacional de Empleo, 1995). El trabajo femenino se ha extendido cada vez más a la población adulta. Para el año de 1997 las mujeres adultas de los grupos de 20 a 49 años son las que se incorporan al mercado de trabajo en mayor proporción.

Cuadro 1

Tasa específica de participación femenina, según grupos de edad.

Edades	1991	1996	1997
12-19	22.6%	21.1%	23.3%
20-29	39.3%	43.6%	44.6%
30-39	41.5%	45.2%	49.0%
40-49	37.4%	42.9%	45.4%
50-64	26.2%	30.7%	32.8%
65 y más	12.4%	14.1%	14.8%

Fuente: Elaborado con información de la ENE, 1991, 1996 y 1997. INEGI-STPS.

La presencia femenina en los mercados de trabajo ha sido cada vez más elevada, sin embargo, esto no ha sido sinónimo de desempeño de ocupaciones bien remuneradas. Se ha dado una segregación ocupacional y, a la vez, una serie de desigualdades en la forma de inserción laboral de hombres y mujeres. Los hombres no sólo tienen ingresos mayores sino que, además, tienden a desempeñar los puestos de mayor jerarquía.

La presencia femenina en el mercado de trabajo tiende a concentrarse en los sectores del comercio y los servicios. En 1995, de acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Empleo, el 69% de las mujeres ocupadas se desempeñaban en estos dos sectores, siendo mayoritaria su presencia en algunas actividades como la preparación y venta de alimentos, y el servicio doméstico.

Desde 1930 las mujeres se han concentrado prácticamente en las mismas industrias, básicamente la alimenticia y la confección de prendas de vestir. Sin embargo, además de estas industrias tradicionalmente definidas como femeninas, en los últimos años las mujeres han ganado presencia en otros sectores como la electrónica y la fabricación de autopartes, debido principalmente a las plantas maquiladoras instaladas en las ciudades fronterizas del norte del país, que utilizan una alta proporción de trabajadoras (Rendón, 1990).

Cuadro 2

Población ocupada por sexo y rama de actividad, 1996.

Rama	Hombres	Mujeres
Agropecuaria	84.98	15.02
Minería, Construcción y Energía	95.79	4.21
Industria Manufacturera	66.24	33.76
Servicios Distributivos	62.03	37.97
Servicios al Productor	66.25	33.75
Servicios Sociales	49.77	50.23
Servicios Personales	54.54	45.46

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, 1996. INEGI.

En cuanto a los ingresos, las mujeres tienen ingresos inferiores a los de los hombres, diferencias que se acentúan a medida que el nivel educativo aumenta. Tradicionalmente se han explicado estas diferencias por los menores niveles educacionales de las mujeres, por sus responsabilidades domésticas y de cuidado de los hijos, por las jornadas parciales que ellas preferirían, y por el tipo de puestos en que ellas se insertan que, en general, serían de menor responsabilidad y jerarquía. Sin embargo, a través de variados estudios, se ha visto que a igualdad de ocupación, experiencia y educación las diferencias persisten (Pollack, 1997).

Cuadro 3

Población Ocupada Por Sexo, Nivel De Instrucción E Ingresos, 1997.

	Hombres	Mujeres
Primaria Terminada		
Menos de 1 S.M.	17.3%	26.6%
De 1 a 2 S.M.	31.8%	25.9%
De 2 a 5 S.M.	25.1%	20.7%
Más de 5 S.M.	8.7%	4.6%
Profesional Medio y Superior		
Menos de 1 S.M.	23.0%	45.4%
De 1 a 2 S.M.	25.9%	15.3%
De 2 a 5 S.M.	24.1%	18.5%
Más de 5 S.M.	9.6%	7.4%

Fuente: Elaborado con información de la Encuesta Nacional de Empleo, 1997. INEGI.

El ingreso de la población económicamente activa femenina representa cerca de un 80% de los ingresos recibidos por los hombres, disparidad que se acentúa notablemente considerando exclusivamente las áreas urbanas; en este caso, para el año de 1991, los ingresos percibidos por las mujeres representaban cerca de la mitad de los masculinos (Martínez, 1993).

La problemática que enfrenta la mujer al ingresar al mercado laboral no sólo reside en la segregación ocupacional y la discriminación salarial, sino también por el credencialismo que existe en el desempeño de muchas ocupaciones y las políticas empresariales de preferencia por la contratación de mujeres solteras y sin hijos (Hernández, 1996). Sin embargo, la mayor participación en el mercado de trabajo se presenta entre las mujeres separadas y divorciadas.

Cuadro 4

Participación Femenina Según Estado Civil, 1997.

Estado Civil	**1997**
Solteras	40.4%
Casadas	32.7%
Separadas	63.6%
Divorciadas	72.6%
Viudas	31.2%
Unión Libre	32.6%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, 1997. INEGI.

Se podría pensar que la necesidad económica resultante de un mayor número de hijos podría ser un motivo para la incorporación al mercado de trabajo por parte de las mujeres, sin embargo, esto es también una limitante. En la tabla siguiente se muestra que entre las mujeres que tienen un hijo o más, existe una relación inversa entre el número de hijos y su tasa de participación. Empero, se observa que la tasa de participación es mayor entre las mujeres que tienen de 1 ó 2 hijos que las de aquéllas que no los tienen.

Cuadro 5

Participación Femenina Según Número de Hijos, 1997.

Número de Hijos	1997
Sin Hijos	38.0%
1 a 2 hijos	40.7%
3 a 5 hijos	36.8%
6 hijos y más	29.0%

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, 1997. INEGI.

En resumen, aunque la gran división social del trabajo según los géneros ha hecho que los hombres sean vistos como los productores y generadores de los ingresos, mientras que las mujeres sean las encargadas de la conservación de la vida en los hogares, produciendo bienes y servicios para el consumo directo de su familia; la realidad ha puesto en evidencia lo artificial de esta división del trabajo, su carácter histórico y, por lo tanto, cambiante.

3. CARACTERÍSTICAS DEL EMPLEO FEMENINO POR OCUPACIÓN.

Una característica distintiva del empleo femenino es su concentración en un número limitado de ramas económicas, principalmente comercio y servicios, así como de ocupaciones, tales como vendedoras, oficinistas, trabajadoras domésticas, empleadas de servicios y maestras. De esta situación no se deduce necesariamente la existencia de prácticas deliberadas de segregación, sino que

puede ser explicada por condiciones sociales y culturales diferenciadas por género, así como por las preferencias de las propias mujeres, considerando sus motivaciones para trabajar en su papel en el cumplimiento de sus responsabilidades familiares.

Quienes investigan el trabajo femenino tienden a resaltar que, a pesar de que las mujeres tienen que cumplir con sus responsabilidades en el hogar, la mayoría de ellas, alrededor de 60%, laboran jornadas de tiempo completo, lo que las obliga a desempeñar una "doble jornada". En consecuencia, afirman que considerando tanto el trabajo doméstico como el extradoméstico, las mujeres trabajan más horas a la semana que los hombres (García y de Oliveira, 1994; Rendón, 1993[a]; INEGI, 1997).

Existe coincidencia en afirmar que las mujeres laboran en un número reducido de ramas económicas, entre las cuales se incluyen en primer lugar la industria alimenticia y la del vestido; adicionalmente, durante las últimas dos décadas, se ha incrementado su ubicación en la industria maquiladora. Esta situación ha llevado a algunos autores a afirmar que existe segregación laboral en contra de la mujer. También han señalado que el proceso de terciarización de la economía ha favorecido la incorporación de las mujeres, dada su tendencia a participar en este tipo de actividades. Destacan sin embargo, que las mujeres en el sector terciario trabajan en situación de informalidad y en condiciones laborales precarias (Pedrero y Rendón, 1982; García y Oliveira, 1990; Pedrero 1990; Rendón, 1990 y 1992; Rendón y Salas, 1993; Pedrero y Rendón, 1995; Hernández, 1996).

La observación sobre la ubicación ocupacional de las mujeres, las cifras de la ENE 1997 muestran que las ocupaciones en que se concentran (representando un poco más de la mitad de la mano de obra femenina) son vendedoras dependientes, oficinistas, servidoras domésticas, empleadas en servicios, maestras, enfermeras meseras y afines (ver cuadro 6). Sin embargo, la existencia de ocupaciones con alta participación femenina no necesariamente significa que a las mujeres se les limita su incorporación en otras ocupaciones, sino que puede ser resultado de sus niveles de educación y experiencia o de sus preferencias por

actividades que les representan ventajas en términos de jornada de trabajo, prestaciones, seguridad u otros elementos que pueden ser más convenientes para las mujeres que para los hombres.

Cuadro 6

POBLACIÓN OCUPADA POR SEXO Y OCUPACIÓN PRINCIPAL, 1997

OCUPACIÓN PRINCIPAL	HOMBRES	MUJERES
Profesionistas	0.9%	0.9%
Técnicos y personal especializado	1.3%	2.7%
Maestros y afines	1.9%	5.9%
Oficinistas	2.2%	4.7%
Vendedores dependientes	6.0%	21.3%
Vendedores ambulantes	1.6%	3.8%
Empleados en servicios	4.0%	6.1%
Trabajadores domésticos	0.5%	11.5%

FUENTE: Elaborado con información de la ENE. 1997. INEGI. STPS

Los estudios muestran que las asalariadas representan la mayoría de las mujeres trabajadoras, lo cual refleja su preferencia por empleos formales y con prestaciones. También tienen una importante participación las trabajadoras sin pago y las que trabajan por cuenta propia, quienes tienden a ubicarse en el sector informal de la economía (García y de Oliveira, 1992ª; Rendón, 1990, 1993ª; Rendón y Salas, 1993).

4. CARACTERÍSTICAS DE LA PARTICIPACIÓN FEMENINA POR SECTOR.

- ***Sector Primario***: Con la modernización agrícola de las economías llevada a cabo en los 60´s, los hombres se ubicaron en este nuevo tipo de explotaciones mientras que las mujeres feminizaron el trabajo manual de la agroindustria y de las explotaciones familiares mayormente precarizadas. Debe destacarse que este tipo

de trabajadoras cuenta con una responsabilidad de trabajo doméstico mayor a la de las trabajadoras urbanas ya que, por un lado, a las tareas cotidianas se agregan las actividades agrícolas para el autoconsumo; por otro lado, se dispone, de menor infraestructura social de apoyo (jardines de niños, comedores, etc.). La dinámica del empleo femenino en este sector ha generado el tránsito de la mujer de trabajadoras de subsistencia a obreras en la agroindustria o bien a trabajadoras del servicio doméstico urbano.

- ***Sector Secundario***: la participación de mano de obra femenina se localiza principalmente en las industrias ligeras productoras de bienes de consumo (alimentos, textiles, etc.) o de bienes intermedios (electrónica, plásticos, productos químicos, caucho, etc.). Las ramas de la industria textil y electrónica parecen claramente feminizadas a nivel internacional. Comúnmente la mujer realiza las tareas de ensamblaje y las operaciones manuales en las industrias intensivas en mano de obra y, muy escasamente, como supervisora de alguna línea de producción.
- ***Sector Terciario*:** regularmente la mujer se ha concentrado en cierto tipo de actividades vinculadas a los servicios las cuales, tradicionalmente han sido caracterizadas como "profesiones de mujeres". En general, un sector numeroso de mujeres trabaja en actividades manuales mayormente como empleadas domésticas, lavanderas y servicios personales (meseras, enfermeras). Sin embargo, paralelamente a los procesos de modernización de la mayoría de los países latinoamericanos, lo cual entre otras cosas significó mejoras en los niveles educativos de la población, particularmente de la femenina, las mujeres se han venido desplazando también en forma importante hacia ocupaciones no manuales dentro del mismo sector como profesionales, vendedoras, oficinistas, etc.(OIT, 1990).

Las actividades económicas que se realizan en una comunidad dependen del desarrollo de los mercados de trabajo; es un hecho que a medida que crece el tamaño de la localidad, los mercados se diversifican, cubriendo un mayor número de actividades.

En las localidades rurales las opciones de ocupación de la población se circunscriben a sólo algunos sectores, mientras que en las localidades más urbanas hay una gran diversidad de ocupaciones ligadas a prácticamente todos los sectores.

Así, dependiendo de la distribución de la población ocupada en el país, se tienen entidades más agrícolas, más industrializadas, o dedicadas con mayor intensidad a los servicios.

En 1995, la población femenina ocupada se concentraba en los servicios (40.8%), seguidos por el comercio (28.5%), la industria (14.6%) y el trabajo agropecuario (11.0%).

Para los varones se tiene que 31.4% se encontraba en el sector primario, realizando actividades agrícolas; 20.6% en los servicios, 16.7 en la industria y 14.0% en el comercio. El cuadro 7 nos muestra lo que acabamos de mencionar.

Cuadro 7

Población ocupada por sector de actividad económica y sexo, 1995

Rama de actividad económica	Hombres	Mujeres
Agropecuarias	31.4	11.0
Industria de la Transformación	16.7	14.6
Construcción	7.6	0.5
Comercio	14.0	28.5
Comunicaciones	5.8	1.1
Servicios	20.6	40.8
Admón. Pública y defensa	3.9	3.5

FUENTE: INEGI-STPS. Encuesta Nacional de Empleo, 1995.

En cualquier caso, la segmentación ocupacional del trabajo femenino se ha visto combinada con el establecimiento de estructuras jerárquicas en el interior de la organización de los procesos productivos, lo cual ha incidido en mayores niveles de descriminación laborales ya que la mujer se ve enfrentada a mantener relaciones de subordinación hacia los capataces y supervisores o gerentes de diferentes actividades productivas, los cuales generalmente son hombres.

5. LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN EL SECTOR SERVICIOS.

La definición del sector servicios, según C. Clark, es que: "las actividades encuadradas en el sector servicios conforman el sector terciario y son las siguientes: transportes, comunicaciones, comercio, intermediación financiera, seguros, enseñanza, servicios médicos, hotelería, aquellas funciones de la administración pública no encuadrables en el sector primario o secundario, rentas de propiedad, ejercicio de las profesiones liberales, y las artes y cualquier otra actividad no dirigida a la producción física de bienes" (Suárez 1989).

El concepto de sector terciario o sector servicios surge dentro de una problemática diferente: la de la relación entre el crecimiento económico y el cambio ocupacional estructural.

El economista neozelandés Fisher (1935) formuló por primera vez la división conceptual de la economía en tres sectores, el primario, el secundario y el terciario, señalando que la disminución de empleados en la agricultura era un elemento de tipo estructural que permitía establecer criterios para la clasificación de las economías y su grado de desarrollo. En el mismo contexto temático, el economista australiano C. Clark (1940), pone de relieve el flujo de trabajo hacia el terciario como el hecho que acompaña a la estructura ocupacional de los países con un alto nivel de la renta real *per capita*.

Otro rasgo importante de la forma en que las mujeres se insertan al mercado de trabajo, lo constituye el hecho de que lo han realizado, principalmente, en el llamado sector servicios. Esto no ha sido de ninguna manera una decisión propia sino consecuencia de los cambios en la estructura sectorial y ocupacional provocada por el desarrollo urbano, las políticas gubernamentales y la modificación en los procesos productivos y de trabajo bajo diversos patrones de acumulación a lo largo de muchos años como lo demuestra el hecho de que, por ejemplo, se asocia la expansión de los servicios financieros y profesionales con el dinamismo del proceso de sustitución de importaciones entre los años cincuenta y setenta mientras que el empleo público en la Administración Central, por otro lado,

ha crecido en forma constante desde los años veinte hasta mediados de los ochenta (Oliveira y García, 1998; Blanco, 1995).

El proceso de expansión y recesión económica, ocurrido en México en las últimas décadas (70-90's). La fuerza de trabajo ha experimentado cambios substanciales en su composición, tanto en términos de la distribución en sectores económicos como en el nivel de la participación de hombres y mujeres; de tal forma encontramos que la fuerza de trabajo femenina ha visto aumentado su porcentaje en el total de la población económicamente activa, y elevado su presencia en ramas de actividad en las que, tradicionalmente, no participaba.

La integración de mujeres en la población económicamente activa se incrementó de 18% en 1960 a 28% en 1980. En paralelo a este fenómeno, la investigación sobre la condición y las características del trabajo femenino empieza a cobrar importancia; especialmente a partir de la década de los setenta (STPS, 1986).

La preocupación reside en la búsqueda de una interpretación para el problema de la condición femenina en México, centrada en torno a algunas cuestiones que plantea la participación de la mujer en la fuerza de trabajo.

Todo intento de explicar las formas que adquiere la participación económica, social y política, de la mujer en el desarrollo, así como toda formulación de una política dirigida a transformar en un sentido igualitario y creciente esa participación, implica un análisis de las condiciones objetivas que reproducen la condición dependiente de la mujer.

De 1950 a 1960, la población económicamente activa mexicana se caracterizó por un aumento en la fuerza de trabajo femenina en las distintas ramas de la economía y una disminución en la participación de la población masculina. La tendencia al incremento de la población femenina en el trabajo se relaciona con varios factores.

En las regiones de mayor desarrollo, (Monterrey, Guadalajara, D.F.). Como resultado de la industrialización y la ampliación del sector servicios, se observa una participación de las mujeres más elevada que la registrada en otras regiones.

Hay mayores oportunidades de empleo remunerado en las áreas urbanas. Los aumentos más importantes se registraron en los sectores de servicios, la industria de transformación y el comercio.

En 1970, en México la industria de transformación captaba el 18.1% de la PEA femenina total. El 43% se encontraba en el sector servicios y el 13.5% en el comercio (INEGI, 1970).

En el ámbito nacional, las tres áreas metropolitanas más importantes del país son la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, la participación femenina en la fuerza de trabajo muestra una tendencia al aumento paulatino, en estas ciudades.

Estamos pues frente a una transformación social importante, motivada probablemente por la recesión económica que nos afecta, pero también por las modificaciones ocurridas en el largo plazo en el que toca a la escolaridad y pautas de comportamiento de la población femenina. Sus consecuencias sobre diversos órdenes de la sociedad, pero sobre todo sobre la condición de subordinación que caracteriza a la mujer mexicana, deben ser objeto de estudio detallado en los años por venir (Ramírez, 1990).

El interés por conocer la situación de las mujeres trabajadoras crece día con día. Diversos hechos dan cuenta de ello; los eventos académicos sobre el tema han aumentado; coloquios, seminarios y cursos son más frecuentes. Se escribe más sobre las trabajadoras; libros, artículos en revistas y periódicos se hallan ahora más accesibles que hace unos quince años.

En México la evolución de la terciarización de la economía se relaciona también con un espacio donde se mezclan las ocupaciones de bajos ingresos, de tiempo parcial y de baja productividad, dando cuenta de la pobreza de las mujeres y de la precariedad de un número importante de ocupaciones para los dos sexos (López, 1998).

El desempeño económico del sector servicios para 1993, según los censos económicos, nos muestra el siguiente comportamiento de sus subsectores, de 1988 a 1993 los establecimientos aumentaron en todas las actividades económicas; la industria manufacturera registro el mayor crecimiento con un

promedio anual de 13.9%, seguida de servicios con 11.5%, comercios, restaurantes y hoteles con 9.9 (López, 1998).

En el nuevo paradigma económico se considera que el sector servicios será la fuente principal de puestos de trabajo en el futuro, por lo que es una preocupación su actual retraso técnico y baja productividad (López, 1998).

Por ahora su composición y estructura permiten la flexibilidad para descomponer la organización del trabajo y la presencia de un auge de los servicios a las empresas (subcontratación). Éste se ha sustentado en la tesis del cambio en la organización global de la producción industrial, por lo que las actividades no estrictamente transformadoras (por ejemplo, asesorías, diseño, financiamiento) pueden contratarse externamente. Así, debido a estas nuevas formas de organización de la empresa capitalista y de las mismas instituciones privadas y públicas, han aparecido en escena nuevos servicios, aun cuando los tradicionales, como los médicos, legales, educativos, sociales, personales, etc., sigan creciendo. Ello sin que se pierda el rasgo principal de los servicios, es decir, la prestación del trabajo (directo con el cliente o el bien) o el uso de instalaciones especializadas (López, 1998).

Entre las características del sector nos encontramos también que es un sector heterogéneo, pues en él conviven sectores fuertemente concentrados de mano de obra, tecnología y capital, contrastando a su vez, la convivencia de grandes empresas (por ejemplo los bancos, las aseguradoras y comunicaciones) con pequeñas empresas (López, 1998).

Por otra parte, junto con sectores muy especializados, como puede ser el de las telecomunicaciones, existen otros de baja intensidad de capital y fuerte contenido de trabajo, como restaurantes, comercio minorista y servicios personales (López, 1998).

Por el grado de calificación de la mano de obra, el empleo femenino según López Amador, se clasifica de la siguiente manera:

a) De baja calificación, como es el del comercio, reparaciones, restaurantes, cafés.

b) Calificación intermedia, como es la gama que se clasifica como otros servicios.

c) De alta calificación: la educación, investigación, cultura, salud, servicios financieros, inmobiliarios, algunos servicios a las empresas.

Por los elementos de cambio del sector servicios analizados en la coyuntura de 1993-1995, tenemos que pareciera ser que en un periodo tan corto las transformaciones no serían tan rápidas y notorias y con repercusiones importantes en la selección e incorporación de las mujeres al mundo del trabajo.

Entre las características que presenta el mercado de trabajo en general podemos destacar que un mercado rígido, por lo que los cambios en el contexto actual en materia de flexibilidad y competitividad le están imprimiendo transformaciones. Sobre todo al tener presente que muchas formas de trabajo tradicionales se están convirtiendo en los tipos nuevos de trabajo para las mujeres, se plantea que los empleos femeninos no parecen estar cambiando de carácter para que las mujeres los puedan tomar.

El sector terciario, más conocido como de servicios, concentra la mayor parte de la población ocupada: 53.1% de esta se ubica en este sector para 1995.

Es interesante resaltar que en el sector terciario para todas las entidades del país es mayor la inserción relativa de las mujeres que de los hombres. En términos relativos el sector terciario para 1995 concentra la participación económica femenina, 72.2% de las mujeres trabajadoras se ubica en este sector, mientras que 43.6% de los hombres ocupados se insertan en él.

Al nivel de entidad federativa, sobresale el Distrito Federal, donde 77.5% de la población ocupada total se encuentra en el sector servicios.

En seis entidades la participación de la población ocupada femenina en el sector rebasa el 80%. Distrito Federal (87.5%), Quintana Roo (85.5%), Colima (82.8%), Morelos (82.4%), Baja California Sur (81.6%) y Nayarit (80.2%) (INEGI, 1995).

En los años noventa, tanto los varones como las mujeres conservan su mayor presencia dentro del comercio y los transportes siguiendo en importancia los servicios personales y, por último, los sociales. Por otra parte, también hay que

destacar que el trabajo no asalariado, parcial y por cuenta propia distinguirá muchas de las formas en que el contingente femenino se incorpora al sector servicios junto con un notable incremento de mujeres de mayor edad, casadas y con hijos, que con frecuencia tienen bajos niveles de escolaridad (García y Oliveira, 1998; Oliveira). El siguiente cuadro nos muestra la diversificación del sector servicios.

Cuadro 8

DIVERSIFICACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS

SECTOR SERVICIOS	ACTIVIDAD DE CADA SUBGRUPO	POBLACIÓN OCUPADA	HOMBRES	MUJERES
Servicios distributivos	Comercio mayorista			
	Comercio minorista	771 441	521 272	250 169
	Transportes	2 936 309	1 627 540	1 308 769
	Comunicaciones	902 189	838 666	63 523
		109 576	73 525	36 051
Servicios Personales	Hoteles, Restaurantes y Similares	723 618	385 171	338 447
	Preparación y venta de alimento y bebidas en la vía pública y a domicilio	307 121	128 575	178 546
	Servicios de reparación			
	Servicios domésticos	1 101 025	1 048 254	52 771
	Servicios diversos	775 364	80 107	695 257
		499 163	289 645	209 518
Servicios Sociales	Servicios médicos, de Educación y Esparcimiento	1 962 352	852 450	1 109 902
	Administración pública y defensa	1 046 325	678 757	367 568
Servicios al Productor	Alquiler de Inmuebles y Servicios Financieros y Profesionales	1 279 516	809 732	469 784

FUENTE: INEGI Encuesta Nacional de Empleo, 1997.

En 1996 la población económicamente activa creció a un ritmo de 3% anual, la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, en un informe elaborado por la Encuesta Nacional de Empleo, señala que durante este lapso las plazas de trabajo se incrementaron de 28 millones 800 mil a 36 millones 600 mil.

En este período resulto significativa la participación de la mujer en el ámbito laboral al crecer a una tasa anual promedio de 3.6%; en tanto que la participación de los hombres fue de 2.8%.

De lo anterior, se deduce que el mayor número de mujeres que participan en la actividad económica se encuentra en los servicios distributivos, como el Comercio minorista; le sigue los Servicios Sociales en donde la mujeres se encuentran en los servicios médicos, de educación y esparcimiento, en tercer lugar se encuentra los servicios personales con la actividad de servicios domésticos y en cuarto lugar se encuentra los Servicios al Productor con el alquiler de inmuebles y servicios financieros.

En cuanto a los Servicios Personales que es donde se encuentra nuestro tema de investigación, encontramos una diversificación de actividades en donde la mujer tiene gran participación, como: En las actividades en los hoteles, Restaurantes, Preparación y Venta de alimentos en la vía pública, Servicios de reparación, Servicios domésticos y otros no especificados.

Entre los anteriores, los "servicios personales" ocupan el tercer lugar en importancia. Este subgrupo se distribuye de la siguiente manera en orden de importancia: "servicios domésticos"; "hoteles y restaurantes"; "servicios diversos"; preparación de alimentos en la vía pública, y por último los servicios de reparación. (Los números de la población ocupada de las mujeres, se encuentran en el cuadro 8).

En cuanto al subgrupo de servicios personales referente a los restaurantes y hoteles, como nos lo muestra el cuadro 9, de una población ocupada de 839 496, sólo 834,321 son de la iniciativa privada.

Cuadro 9

DISTRIBUCIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR TIPO (PORCENTAJES)

TIPO DE ESTABLECIMIENTOS	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS	PERSONAL OCUPADO (AL 30/SEP/91)	POR SEXO HOMBRES/MUJERES	
TOTAL	100 (581)	100 (5688)	3434	2254
RESTAURANTES Y CAFETERIAS	19.5 (113)	39.5 (2248)	1298	950
RESTAURANTES-BAR	23.2 (135)	24.2 (1375)	896	479
BARES, DISCOTECAS Y CENTROS NOCTURNOS	9.0 (52)	10.4 (593)	479	114
ANTOJERIAS	38.0 (221)	21.5 (1222)	677	545
FONDAS Y COCINAS ECONÓMICAS	10.3 (60)	4.4 (250)	84	166

( )=Número de observaciones muéstrales.

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo y Capacitación en el Sector Turismo, STPS-INEGI, IV trimestre de 1991.

De lo anterior, se deduce que el personal ocupado en los establecimientos de alimentos y bebidas por sexo (según los datos muestrales de 1991), encontramos que de un total de 5688 trabajadores, 3434 son hombres y 2254 son mujeres.

En este caso hombres y mujeres participan de actividades que desarrollan en algunos casos indistintamente. Algunos de los puestos que ocupan son: jefe de personal, contador, auxiliar administrativo, cajero, ayudante de cantina y mesero.

Pero existen puestos en donde la mujer participa al igual que el hombre, pero el salario es menor para la mujer. En este caso el puesto de mesera de la cadena

VIPS ocupa fuerza de trabajo femenina, de acuerdo a políticas gerenciales de algunas empresas, prefieren a la mujer en este puesto.

CAPÍTULO 3
LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.

Debido a que nuestra investigación está enfocada en las vendedoras de piso, es importante incluir un pequeño espacio para lo relacionado a éste rubro en el que se encuentran inmersas nuestro objeto de estudio. Es por esto, que dentro de este capítulo daremos una reseña del desarrollo de la industria restaurantera, tanto internacional como nacional. Posteriormente daremos a conocer cómo se encuentra estructurada la industria restaurantera. Daremos los antecedentes de la cadena de restaurantes estudiada y por último analizaremos por qué consideramos a las vendedoras de piso parte fundamental del restaurante.

1. EL RESTAURANTE: SU ORIGEN Y DESARROLLO INTERNACIONAL*.

El servicio de alimentos ha existido desde los tiempos bíblicos, cuando a los viajeros se les ofrecía comida y un lugar donde pasar la noche.

En la Edad Media estos servicios eran proporcionados por monjes en los monasterios y conventos. Cuando florece el comercio surgen las primeras posadas destinadas a ofrecer el servicio de alimento y hospedaje.

Durante el Renacimiento las ciudades se crean las primeras *tabernas* y *cervecerías*, que originalmente ofrecían pan y queso o carne a sus huéspedes, estableciendo después cocinas que se encargaban de tareas específicas, tales como la preparación de pasteles de carne, etc.

A principios del siglo XVIII, en la ciudad de Cádiz, comienzan a surgir las *fondas* y primeros *cafés*, que irían desplazando a las *chocolaterías* habituales hasta entonces. En este mismo siglo aparecen los *ordinarios*, una especie de fondas en las que se servían pan, carne y cerveza diariamente. Sin embargo, la

* Este apartado fue tomado de Flores y Escalante, 1994.

palabra francesa *restaurant* - aplicada a los comercios dedicados a "restaurar" las energías de los comensales por medio de alimentos - sólo empezó a utilizarse hasta el año de 1765, cuando un hombre de nombre Boulanger se establece en París y comienza a servir distintas sopas y hervidos. Esta modalidad cruza el Canal de la Mancha a mediados del siglo XIX, cuando las compañías inglesas de ferrocarriles construyeron grandes y prestigiados hoteles en los cuales instalaron el clásico restaurante francés.

Cuando el viajar se convirtió en práctica común, aparecieron los restaurantes en las poblaciones pequeñas, decayendo así las posadas. La idea de "comer fuera" atrajo a la gente. En 1884, la Aerated Dread Co. Abrió su primer salón de té, seguida diez años después, por J. Lyons and Co., Precursores de dos grandes cadenas que provocarían la decadencia de las tabernas y cocinas económicas.

La llegada de la Primera Guerra Mundial en 1914 y el necesario racionamiento de los alimentos originó una reducción en el número de platillos que ofrecían los restaurantes. Esta situación volvería a presentarse durante la Segunda Guerra Mundial.

Al concluir la guerra, como producto de un cambio en el ritmo de vida y por el gran número de tropas extranjeras estacionadas en Gran Bretaña, surgieron otros tipos de servicio de comidas. Ya durante los años treinta habían aparecido las fuentes de soda con largos mostradores influenciados por el modelo de las farmacias estadounidenses, y para los años cincuenta empezaron a proliferar los cafés con rocolas y máquinas para preparar expreso tipo italiano.

Con el paso del tiempo iría desapareciendo la mantelería de lino, mientras el decorado también se vería influenciado por las innovaciones en los materiales plásticos. De igual forma, los salones de té terminarían cediendo su lugar al autoservicio y franquicias, con el sistema de cafetería.

A partir de los años sesenta sobreviene en Francia un movimiento que se dio en llamar *la nueva cocina francesa*. Su impulsor, Paul Bocuse, lanza la nueva cocina francesa desde su restaurante de "Collanges", y crea lo que se conoce

ahora como *bande de Bocuse,* que en los setenta fue un grupo de jóvenes cocineros que revolucionaron las normas estrictas de la *Belle Epoque*.

Hoy en día el servicio de alimentos nace del deseo y necesidad del hombre de una mayor comodidad en todo sentido, ya que el uso de estos ya no es solamente el comer fuera, sino que es utilizado para numerosas festividades, como también para reuniones familiares y de negocios. Este comportamiento social nos ha ido marcando las nuevas necesidades y por lo tanto la creación de los diferentes tipos de restaurantes con los que podemos contar.

2. LA INDUSTRIA RESTAURANTERA EN MÉXICO.

En América Latina, México fue el primer país que inició y reglamentó el negocio público de alojamiento y comida para facilitar descanso y alimentos a los pobladores y viajeros.

En el año de 1525 Pedro Hernández Paniagua instaló el primer mesón. Posteriormente, en poco tiempo, se registró un comercio similar fundado por Jerónimo de Alderete, hermano de un oficial de Hernán Cortés. La proliferación de las casas adaptadas para tal fin no se hizo esperar, y las autoridades de la época se vieron en la necesidad de fijar leyes para proteger a los viajeros, asegurando el servicio y los precios. A partir de entonces, se estableció el control de precios y las inspecciones al negocio de los alimentos (Carmona, 1998).

Muy pronto, al mesón se añadieron diversos tipos de establecimientos: el bodegón, tienda donde se guisaba y daba de comer viandas ordinarias; la cantina, sitio donde se servía de beber; el figón, casa donde se guisaba y vendían viandas a bajo costo; la fonda, donde se servía comida en las ciudades; la hostería y el hostal, posadas donde se ofrecían alimentos y alojamiento; la posada, casa pública para descansar y comer durante los viajes; la taberna, tienda donde se expendía vino y otro tipo de bebidas; venta, lugar localizado en el trayecto de los caminos para ofrecer comida a los viajeros.

A partir del siglo XVIII y bajo la influencia de Europa, las fondas se fueron reformando en prestación, sistemas y servicio, adoptando la palabra francesa de moda restau-rant (palabra que había empezado a difundirse mundialmente desde el último tercio del siglo XVIII, y que - como ya se señaló- se aplicaba a los comercios dedicados a "restaurar" las energías por medio de los alimentos). Paralelamente surgieron también los primeros locales llamados cafés. El primero se inauguró en 1785 y estuvo instalado en lo que hoy es la esquina que forman las calles de Tacuba y Monte de Piedad, poniendo de moda el café solo o combinado con leche, acompañado este último con molletes y bizcochos al estilo francés (Fraga, 1968).

Aceleradamente los restaurantes y cafés se multiplicaron desplazando a las fondas. Competían en lujos y comodidades y muchos de ellos presentaban decoraciones excesivas con grandes lunas venecianas, sillas de Viena, candiles de cristal y muebles tapizados en terciopelo y pana. A éstos acudían lo mismo políticos, militares y actores, que peculiares personalidades de diferentes estratos sociales.

Con el descubrimiento del petróleo y la llegada al poder del presidente Porfirio Díaz la comida mexicana experimentó un notable avance. Pero además, en esta etapa de la historia de México, la influencia de Francia fue determinante; la llegada de profesionales gastronómicas franceses no se hizo esperar y se favoreció ampliamente la importación de nuevos y selectos productos alimenticios, así como vinos y bebidas famosas. En consecuencia, fue que en esta época un número considerable de elegantes restaurantes, cafés, salones, cantinas, tívoles, pastelerías, dulcerías y otros lugares se establecieron para el esparcimiento de la clase pudiente. Debido al considerable número de estos establecimientos y el número de demandantes, se vieron en la necesidad de ofrecer servicios adicionales como un free-lunch o botana para atraer a la gente (Flores y Escalante, 1994).

Desde estos tiempos, la competencia en el mercado fue más marcada, pues la apertura de nuevos establecimientos con precios más accesibles resultó el cierre de restaurantes que ofrecían sus servicios a elevados precios.

Durante la Decena Trágica los saqueos a bodegas y tiendas obligó a casi todas las familias a tomar sólo café y pan de centeno. Los restaurantes, fondas y mercados permanecieron cerrados; sin embargo, algunas cantinas, centros nocturnos, prostíbulos y pulquerías seguían efectuando su trabajo.

Después vino la calma y conforme se fue desarrollando el siglo XX los lugares dónde comer y beber a gusto se abrieron por todos lados. En consecuencia, después de los años cincuenta, en el país comenzaron a surgir varios restaurantes que poco a poco (durante las dos décadas siguientes) se fueron transformando en grandes cadenas restauranteras, como es el caso de "Vips".

A principios de los ochenta surgieron en México las franquicias de comida rápida, en los cuales se atiende a un número considerable de clientes en el menor tiempo posible (Carmona, 1998).

Es así, que, desde la época del Porfiriato y hasta la fecha, el sector de la industria restaurantera ha representado un factor importante en el desarrollo de la economía del país.

3. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.

Primeramente, es importante aclarar que las necesidades de los restaurantes varían según el giro y al sector al que pertenecen los establecimientos, ya que hay diferencias respecto al tipo de alimentos, precios, servicios, instalaciones, clientela, ubicación, organización y funcionamiento. De aquí, entonces, partimos que hay dos sectores básicos en los que se pueden clasificar a los restaurantes: el organizado o formal y el tradicional.

1. SECTOR FORMAL.*

Este sector aglutina los siguientes tipos de restaurantes:

Comida Rápida.- este tipo de restaurantes ofrecen al consumidor alimentos de fácil elaboración y de servicio rápido.

---

* Rodríguez y López, 1990.

Cafeterías.- una parte importante de sus ingresos se deriva de la venta de café y alimentos complementarios, ofreciendo en algunos como opción una amplia gama de platillos internacionales.

Informales•.-ofrecen precios menores que los restaurantes de lujo y especializados, por lo que suelen atender a un mercado más amplio. Ofrece platillos de comida internacional o bien pueden ser especializados en algún tipo de cocina.

Especializados.- ofrecen un tipo específico de comida, ya sea de un país o región en particular.

De Lujo.- estos establecimientos están dirigidos a una clientela selecta, ya que sus precios son altos y tienen una mayor complejidad en la preparación de sus platillos.

2. SECTOR TRADICIONAL.

Se constituye con los siguientes establecimientos: cocinas económicas, fondas, ostionerías, loncherías, taquerías, torterías, merenderos, neverías, cabarets y centros nocturnos, cantinas y bares, cervecerías y pulquerías. Este sector está integrado por un gran número de micro y pequeños establecimientos. Las características más importantes son que generalmente operan de manera familiar, su estructura administrativa es poco profesional y que su clientela se enfoca a estratos de ingresos bajos y medio bajos.

De acuerdo a lo anterior, podemos clasificar a la cadena de restaurantes Vips como parte del sector organizado o formal de la industria restaurantera y más específicamente como restaurante informal.

4. ANTECEDENTES DE LA CADENA DE RESTAURANTES VIPS.*

OPERADORA VIPS, forma parte del GRUPO AURRERA, el cuál se inició el 1 de diciembre de 1958, tomando el nombre de una fábrica de camisas que hasta

---

• Esta denominación está establecida con ese nombre.

* La información de este apartado fue tomada de Vips, 1997.

entonces había ocupado ese local, presentando los novedosos conceptos de autoservicio, descuento y precio.

La estrategia de diversificación y la de brindar al público servicios paralelos, originó el desarrollo de restaurantes adjuntos a las tiendas AURRERA. Con esta idea, se empieza a dar forma al primer RESTAURANTE VIPS, para posteriormente crearse una larga cadena de restaurantes.

En agosto de 1964, se inauguró la primera unidad: VIPS LOMAS y la demanda del público requirió la apertura de nuevas unidades. Así, en diciembre de 1966 se abrieron las puertas de la unidad de INSURGENTES, en julio de 1967 se inaugura NIZA y de ahí en adelante se finca el desarrollo acelerado de la cadena de Restaurantes integrada por RESTAURANTES VIPS, RESTAURANTES EL PORTON y RESTAURANTES ITALIANOS.

También se amplía el servicio en algunos establecimientos de VIPS, a través de las TIENDAS dando al cliente mayor opción en diversos artículos como por ejemplo: Libros, Revistas, Discos, Juguetes, Dulces, Farmacia, Regalos, Tabaquería, etc.

5. LAS VENDEDORAS DE PISO COMO BASE PRIMORDIAL DE UN RESTAURANTE.

La alimentación es un gran negocio en cualquier parte del mundo, y ha tomado auge una amplia variedad de restaurantes para satisfacer la necesidad rápidamente creciente de alimentarse fuera de casa. De hecho, la industria del servicio de alimentación es uno de los negocios que crecen más velozmente en el país.

Con el crecimiento de la industria restaurantera se tiene, por consecuencia, el aumento en el número de empleados disponibles para este mercado, tal es el caso de las "vendedoras de piso o meseras", quienes efectúan un trabajo que se clasifica como "servicio personal".

Antiguamente, y aún en la actualidad, se ha llegado a considerar que las meseras hacen únicamente un trabajo "servil", sin embargo hay que tener en cuenta que las meseras o vendedoras de piso representan un papel muy importante en el logro del buen funcionamiento del restaurante y la atmósfera creada para el cliente.

La productividad dentro de una empresa restaurantera no solamente tiene que ver con la tecnología, horas trabajadas, salarios pagados y vigilancia de los supervisores. La forma de distribuir los procesos productivos, la autonomía y capacidad del personal, el sentimiento de involucramiento del personal ante el éxito o fracaso de la empresa, las expectativas que se haga el personal sobre su posible desarrollo en el restaurante, etc., son elementos clave para la productividad y éxito de una empresa (Carmona, 1998).

Como trabajadoras, las vendedoras de piso demuestran su habilidad y técnica en la mesa frente al comensal, dándole un servicio rápido y eficiente (Brenton, 1980). Hay personas a las que les gusta comer en restaurantes en donde el servicio sea rápido, eficaz y personalizado; esto quiere decir que la mayoría de las personas que salen a comer a un restaurante quieren ser atendidos como si fueran los únicos en el lugar, y la vendedora de piso debe atenderlos como si así fuera.

Las vendedoras de piso son importantes en extremo en todo restaurante; ellas deben poder efectuar muchas tareas especializadas dependiendo del tipo de restaurante. Una buena memoria es de gran ventaja, pues la vendedora de piso deben poder recordar todos los platillos de la minuta, qué sustituciones son asequibles y qué alimentos no están disponibles aunque aparezcan en la carta. De igual forma, deben tener un aspecto agradable y entusiasta, ya que todo esto implica dar una buena impresión al cliente (Rodríguez y López, 1990).

El uso de la propina es un factor más dentro del servicio personalizado de un restaurante. El ser vendedora de piso debe significar que se tiene un trabajo agradable, buenos ingresos y la oportunidad de aprender respecto a la naturaleza humana y de aplicar directamente ese conocimiento. Como la mayoría de las ganancias de una vendedora de piso dependen de las propinas, mientras mayor

sea su comprensión del trabajo y mientras más hábil sea en él, mayores serán sus ingresos (Brenton, 1980).

Como puede verse, las vendedoras de piso juegan una tarea sumamente importante dentro de la industria restaurantera. Las vendedoras de piso son un elemento base para poder mantener los estándares de calidad y servicio excelente dentro de un restaurante. En consecuencia, sin un personal idóneo, hábil y capaz sería imposible el éxito de una empresa restaurantera y por ende, no podría afrontar las posibles consecuencias de la competencia que hay con la gran gama de restaurantes que hay hoy en día.

CAPITULO 4
ESTUDIO DE CASO: LAS VENDEDORAS DE PISO DE VIPS

La presente investigación es un estudio exploratorio con carácter descriptivo de tipo cualitativo, debido a que en nuestra búsqueda sobre el tema de las vendedoras de piso no encontramos otras investigaciones que pudieran hablarnos sobre ellas.

El objetivo principal que nos planteamos fue conocer las condiciones de trabajo de las vendedoras de piso de la cadena de restaurantes Vips y sus percepciones sobre su ocupación.

1. DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.

- Universo de Investigación: Restaurante Vips del Distrito Federal.
- Unidad de Análisis: Vendedoras de Piso.
- Ubicación de la Unidad de Análisis: Vips Aeropuerto
- Tipología: Mujeres de 18 a 60 años de edad de cualquier estado civil.
- Tamaño de la muestra: la muestra fue intencional debido a las dificultades de acceso y a que no existen investigaciones previas. Por lo tanto, el tamaño de la muestra fue de 15 vendedoras de piso.
- Justificación: La razón de tomar a la cadena de restaurantes Vips se debe a que es la más importante empresa restaurantera en su rama, la cual abarca casi toda la República Mexicana, teniendo un total de 161 unidades a nivel nacional.

Por otra parte, esta cadena de restaurantes tiene 35 años de antigüedad dentro del sector formal de la industria restaurantera ofreciendo un servicio de comida de menú y a la carta a una población socioeconómica de clase media.

Como no existen estudios previos sobre las vendedoras de piso, la muestra incluyó a todas las vendedoras de piso (de cualquier edad) para poder hacer una descripción de cómo son y de su experiencia de trabajo; de igual forma, ver si hay diferencias dependiendo de la edad que tengan. Aunque el requisito para poder ingresar a ser vendedoras de piso establece que tengan una edad de entre 18 y 27 años, hay

vendedoras que ya tienen más de 20 años laborando en la empresa, por lo que también nos interesó saber si dependiendo de la antigüedad laboral hay diferencias en las condiciones de trabajo, remuneraciones y si tienen buen conocimiento de las actividades que se desarrollan en otros puestos para poder tener ascensos.

Las vendedoras de piso que nos interesó analizar fueron de cualquier estado civil, ya que queríamos saber si el estado civil determina su permanencia en el empleo.

2. PROCEDIMIENTO DEL TRABAJO DE CAMPO.

Al entrevistar a los gerentes de varias unidades de la cadena de restaurantes Vips encontramos una constante negativa de su parte por permitirnos llevar a cabo nuestra investigación. El argumento constante que esgrimieron fue que estaba prohibido hablar de la empresa a personas que no laboran dentro de ella. De esta manera se tuvo que recurrir a buscar a las vendedoras por fuera del restaurante. En esta parte de la investigación encontramos muchas trabas de parte de las vendedoras por temor a perder su trabajo, sin embargo, pudimos tener el apoyo de algunas de ellas con las que pudimos llevar a cabo nuestra investigación.

El instrumento que se utilizó al principio para el trabajo de campo fue la encuesta, sin embargo, por el difícil acceso a las vendedoras, por el tiempo que se tenía programado para realizar el trabajo de campo y por la falta de información acerca de este segmento del mercado de trabajo se pensó en cambiar de estrategia de investigación. En el tiempo que se estuvo aplicando el cuestionario piloto también nos pudimos percatar que las respuestas que arrojaban las vendedoras no decían mucho sobre ellas y su trabajo.

A partir de lo anterior, se cambió la encuesta por la guía de entrevista estructurada.

La guía de entrevista comenzó a aplicarse el día 11 de mayo del presente año con vendedoras del Vips Aeropuerto y terminó la aplicación el 2 de junio del año en curso. Cada entrevista en promedio duró de hora a hora y media y algunas entrevistas se llevaron a cabo en un restaurante que se encuentra detrás del Vips donde ellas laboran y otras en sus propias casas.

Los problemas que se presentaron durante el trabajo de campo básicamente fueron el no poder tener contacto con suficientes vendedoras de piso y el temor por parte de ellas a perder su empleo, lo cual ocasionó que se negara en repetidas ocasiones la entrevista o que no acudieran a la cita.

3. METODOLOGÍA.

1. El cuestionario piloto se utilizó para crear una guía de entrevista estructurada (ver anexo 1) que fue la que finalmente se aplicó para que pudiera ampliarnos la información.
2. Después de aplicar la guía de entrevista se creó un esquema de codificación (ver anexo 2) con los temas que se analizarían cualitativamente.
3. En base a nuestro cuadro de referencia segmentamos las respuestas de las entrevistas.
4. Los segmentos se introdujeron en el programa de clasificación de fichas llamado fichero.
5. Se realizaron clasificaciones en el programa para seleccionar el material por temas.
6. Se prosiguió al análisis cualitativo.

3.1 HIPÓTESIS

Estas hipótesis se han elegido por el tipo de estudio exploratorio-descriptivo, ya que al no haber estudios que nos acerquen e introduzcan a este subgrupo de servicios personales, no es difícil plantear hipótesis teóricas que nos guíen hacia nuestro objeto empírico de estudio que son tan particularmente las vendedoras de piso. Las hipótesis realizadas marcan según Doeringer y Piore las características del mercado secundario, en el que están inmersas las meseras: con sueldos bajos, condiciones de trabajo precarias, pocas oportunidades de promoción, disciplina dura y arbitraria e inestabilidad en el empleo, cabe señalar, esta última no se cumple en las vendedoras de piso, ya que

por las primeras entrevistas, los años en que permanecen en la empresa son considerables.

De esta forma las hipótesis que se plantean se refutaran al final del análisis, para conocer una parte más de la ocupación vendedoras de piso y analizar sus condiciones de trabajo.

Con los objetivos que se plantearon anteriormente se derivan las siguientes hipótesis:

* Poseen las vendedoras de piso cierto margen de autonomía para realizar sus tareas o cada actividad es totalmente establecida por la empresa.

* Han cambiado con el paso del tiempo la forma en que se realizan sus tareas las vendedoras de piso.

* El desempeño de las tareas que realiza una vendedora de piso repercute en su salud.

* El salario que percibe una vendedora de piso es reconocido como adecuado para ellas.

* Las vendedoras de piso no poseen las cualificaciones necesarias para acceder a mejores puestos de trabajo.

* Las vendedoras de piso en Vips buscan acceder a mejores puesto de trabajo para mejorar sus condiciones laborales.

* Son de mayor calidad las relaciones de trabajo entre compañeros que la relación entre vendedoras de piso y gerentes.

* La edad es factor determinante para afectar la integridad a través del hostigamiento sexual.

* La antigüedad no ofrece ventajas sustantivas en las condiciones de trabajo de las vendedoras de piso en Vips o se considera la antigüedad factor relevante para mejorar dichas condiciones.

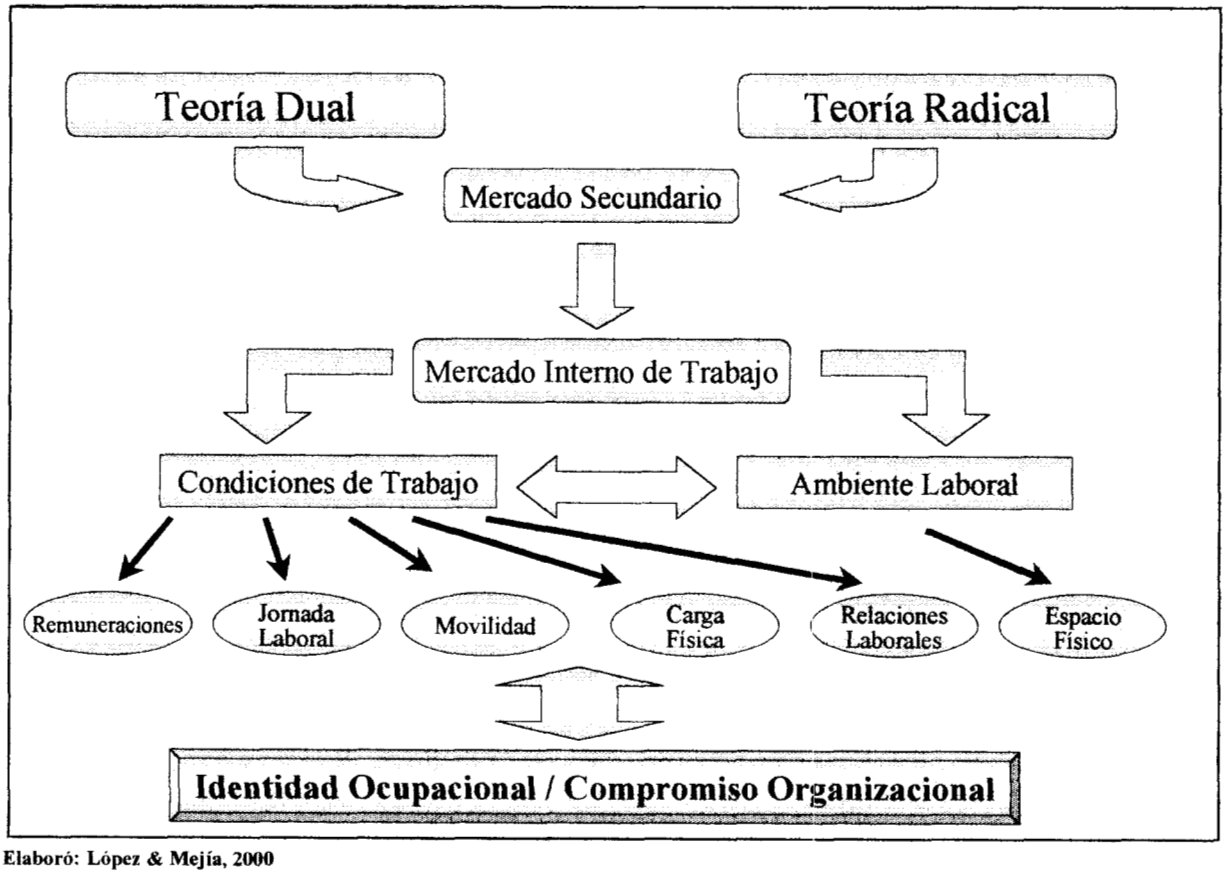
* A menor antigüedad mayor compromiso organizacional.

* Existe una relación estrecha entre condiciones de trabajo e identidad ocupacional, es decir, a mejores condiciones de trabajo, mayor identidad ocupacional y a menores condiciones de trabajo menor identidad ocupacional.

De a cuerdo a nuestras hipótesis se ha diseñado un árbol de conceptos general, de las condiciones de trabajo, ambiente laboral e identidad ocupacional de las vendedoras de piso. Que nos ayudarán de acuerdo a la teoría a derivar nuestro problema de investigación.

Diagrama 4

Arbol General para el Análisis de las Condiciones de Trabajo, Ambiente Laboral e Identidad Ocupacional de las Vendedoras de Piso en Vips.



Elaboró: López & Mejía, 2000

4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El análisis de la información recabada con nuestras entrevistas (ver anexo 3) se llevó a cabo por grandes temas que conforman en su conjunto las condiciones de trabajo, el ambiente laboral y la identidad ocupacional de las vendedoras de piso, con las cuales podremos comprobar nuestras hipótesis. Estos temas son: jornada laboral, carga física, espacio físico, remuneraciones, movilidad, relaciones laborales, identidad ocupacional y compromiso organizacional.

Además se hizo una breve descripción del perfil sociodemográfico de las vendedoras de piso y su mercado interno de trabajo para conocer un poco más de ellas.

4.1. PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LAS VENDEDORAS DE PISO

Dentro de este primer apartado nuestra intención es dar a conocer quiénes son las vendedoras de piso que entrevistamos.

La edad de la mayoría de las vendedoras oscila entre los 19 y 34 años de edad y sólo tres rebasan estas edades, siendo la más grande de ellas de 57 años de edad. De esta forma podemos decir que la población de vendedoras de Vips es joven.

De igual forma, la mayoría de ellas han trabajado anteriormente en comercios y servicios, es decir, han trabajado en fondas, cafés de chinos, tiendas de abarrotes, compañías de radiolocalizadores, en compañías como recepcionistas o secretarias; lavanderías; y en otras cadenas de restaurantes (Woolworth y Sanborn's).

Como se puede observar, algunas vendedoras han tenido más de un trabajo pero han sido dentro de estas mismas ocupaciones, realizadas la mayoría de las veces por la población femenina llamada como "vulnerable"; además han comenzado a trabajar desde muy chicas. Es aquí donde se puede decir que las vendedoras de piso de Vips han estado inmersas en trabajos poco remunerados, siempre dentro del mercado secundario de trabajo.

La escolaridad de las menores de 30 años es de preparatoria completa, mientras que las demás, a excepción de una (que tiene la licenciatura en enfermería) tienen menor escolaridad, es decir, desde sólo primaria hasta preparatoria incompleta, esto debido a

que antes sólo se pedía la primaria para poder ingresar a la empresa. Ahora la escolaridad requerida para ser vendedora es tener la secundaria terminada. Aquí se puede ver un cambio en la preparación de las vendedoras, debido a que ahora las jóvenes que ingresan a este puesto están mejor preparadas.

Ante esto y recordando la teoría neoclásica, podemos observar que la escolaridad es el delineador principal de la ocupación, sin embargo, también podemos decir que la escolaridad no es el factor principal para conseguir ascensos dentro de la empresa. Es así que las vendedoras de piso se encuentran inmersas dentro del mercado secundario ya que de entrada tienen un nivel escolar bajo lo cual hace que ingresen a la cadena de restaurantes Vips como vendedoras de piso.

El cuadro siguiente muestra la edad y la escolaridad de las vendedoras entrevistadas.

Cuadro 10

Entrevistada no.	Edad	Escolaridad
2	19	Secundaria Incompleta
3	20	Preparatoria
4	21	Lic.enfermería
5	21	Preparatoria Incompleta
6	22	Preparatoria Incompleta
7	24	Preparatoria
8	24	Preparatoria
9	29	Preparatoria
10	30	Preparatoria Incompleta
11	30	Secundaria
12	33	Preparatoria
13	34	Preparatoria
14	42	Preparatoria
15	45	Preparatoria
1	57	Primaria

Con respecto a su estado civil se encontró que siete son casadas, siete solteras y sólo una es divorciada. Las casadas viven con sus esposos e hijos, mientras que las solteras con sus padres.

La gran mayoría de las vendedoras (11 de ellas) viven en casa propia y sólo 4 rentan casa.

Las 9 vendedoras que tienen hijos ayudan económicamente a sus esposos para mantener a sus hijos, mientras que las solteras sólo ayudan a sus padres pero éstos no dependen de ellas.

El salario para todas es el mínimo, lo que varía, según la antigüedad, son las propinas, las cuales oscilan entre $100.00 y $150.00 diarios, teniéndose un ingreso promedio de $4,800.00 al mes por cada vendedora.

En general las entrevistadas, no tienen otros ingresos más que éste, sólo una de ellas vende algunas veces "caballos" (herramienta de trabajo que sirve para servir los platos calientes) para sus compañeras vendedoras.

Por los resultados arrojados en las entrevistas pudimos observar una cierta estabilidad en el empleo, debido a que hay vendedoras que llevan trabajando más de 5 años, incluso una de nuestras entrevistadas lleva 34 años trabajando en el puesto de vendedora de Vips. Es aquí donde entramos en una contradicción con el planteamiento del mercado secundario debido a que la teoría nos menciona que los mercados secundarios de trabajo tienen gran inestabilidad en los empleos y esto no es lo que demuestran nuestros resultados.

En este mercado de trabajo, de servicios, la ocupación de vendedora de piso aparece como un trabajo con mayores "ventajas" para una fuerza de trabajo femenina con escasa escolaridad. Es un trabajo que permite, además, obtener ingresos "extras" por las propinas; en este sentido podría se la "cúspide" de una cadena de ocupaciones posibles en este mercado de trabajo.

El cuadro siguiente muestra la edad y los años de antigüedad de las vendedoras entrevistadas.

Cuadro 11

Entrevistada no.	Edad	Años de antigüedad
13	19	11 meses
8	20	1
12	21	1
14	21	6 meses
15	22	2
3	24	1
9	24	2
7	29	3
4	30	13
10	30	8
5	33	9
6	34	16
11	42	16
2	45	18
1	57	34

En conclusión, las vendedoras de Vips son jóvenes, con un promedio de edad de 30 años, las cuales se han desarrollado en trabajos de comercio y servicios, con salarios bajos que se encuentran dentro del mercado secundario de trabajo. Ninguna de ellas ha tenido experiencia en alguna otra cadena restaurantera como Vips.

La escolaridad ha cambiado al paso de los años, ya que las vendedoras más jóvenes tienen un mayor nivel escolar que las que tienen mayor edad.

En lo referente al estado civil se puede decir que hay el mismo número de solteras que de casadas, teniendo que ningún estado civil rige sobre el otro.

Las vendedoras por sus remuneraciones, que en promedio es de $4,800.00 mensuales, tienen una solvencia económica que les permite tener autonomía económica. La mayor parte de sus remuneraciones son de propinas, siendo éste un factor importante para que ellas no abandonen el trabajo, y de esta forma se tenga cierta estabilidad en el empleo. De esta forma, encontramos que el promedio de antigüedad de las vendedoras es de 8.3 años.

4.2 JORNADA DE TRABAJO

Dentro del análisis que se hará de la descripción de la jornada de trabajo, se analizaran las tareas que tienen que realizar las vendedoras de piso, el número de mesas que atienden, las horas que labora, las exigencias de la empresa para con tareas que realizan, los tiempos para realizarlas, el reparto de tareas, y las enfermedades que le ocasiona su jornada dentro del proceso de trabajo.

El primer punto que se analizará son las tareas que realiza una vendedora de piso cuando llega a su unidad y cómo estas tareas están condicionadas por el estrés, la presión y el cansancio, encontrando tareas rutinarias y ninguna autonomía en el proceso de trabajo.

En cuanto a las tareas que realiza una vendedora de piso, son las mismas para todas, como: levantar la orden, llevarla a cocina para que se prepare, llenar las jarras de café, levantar la loza sucia, y esto repetitivamente, siendo un proceso de trabajo rutinario para toda la jornada de trabajo. Esta definición de tareas son descritas por una de nuestras entrevistadas que nos dice que hace cuando ella llega a la unidad de la siguiente manera:

> *"En el instante que llegó a la unidad me presento con mi gerente, me da mis notas y me dirijo a mi estación. Debo revisar que mis mesas tengan el servicio básico, lleno mis jarras con café y acomodo todo para cuando empiecen a llegar los clientes. En cuanto a la atención a los clientes les acomodo los manteles y cubiertos, les doy la carta, les toma la orden, lo llevo a cocina para que se trabaje, retiro "muertos"[1] para que la mesa del cliente se mantenga limpia, les ofrezco café o algo adicional y les doy su nota de consumo".*

Otra informante comenta como se establece la relación entre la vendedora de piso y los clientes:

[1] Esta palabra se refiere a la loza sucia que tienen que retirar de las mesas.

"Señor, bienvenido buenos días, le ofrezco para su café unos biskets, tenemos de desayuno esto, mire (le muestra el acrílico) wafles con pollo se lo recomiendo incluye jugo o fruta o tenemos a la carta también, agarras la carta y le dices el desayuno mexicano señor, que es carne asada con chilaquiles, frijoles y bolillo dorado, para empezar tenemos unos biskets o pan francés, tráigame unos biskets señorita, esta bien y de desayuno que le doy, deme un huarache, muy bien. Y así es en comidas".

Dentro del análisis se tienen 4 grupos de edad, el primer grupo se encuentra, las que tienen de 18 a 27 años; el segundo grupo 28 a 37 años, el tercer grupo de 38 a 47 años y el último de 48 a 57 años.

Cabe aclarar que la entrevistada pertenece al tercer grupo con 45 años de edad, y por consiguiente la labor de venta es superior ya que la experiencia y los cursos que ha recibido por parte de la empresa lo demuestra a la hora de brindar un mejor servicio y venta.

Esta labor implica para la vendedora "hacerse de sus mañas" (como lo dice nuestra vendedora de piso) para aumentar el consumo percápita por cliente

Estas tareas que desempeñan de manera general cada una de las vendedoras, con su propio estilo de atender al cliente. Se acompañan de cinco factores que la empresa procura y en cierta manera impone que las vendedoras de piso deben tener, que son las siguientes:

Cortesía, rapidez, imagen, iniciativa y valor agregado.[2]

Cortesía = a mantener una actitud positiva.
Rapidez = *a* no hacer esperar mucho tiempo al cliente.
Imagen = la apariencia que la empresa da a través de las vendedoras así como la limpieza en el área de trabajo.
Iniciativa = anticiparse a las necesidades de los clientes sin esperar a que el cliente solicite algo que el empleado pueda realizar.

Valor agregado = detalles adicionales que enriquecen el trabajo, lo que se hace y se dice para hacer importante a los clientes.

Con la práctica estas exigencias de la empresa pueden no ser llevadas a término, ya que la carga de trabajo es excesiva en horas pico (como el desayuno y la comida) que no les permita cubrir cada una de las cualidades. Pero que detrás de esto se encuentra el gerente quien checa cada una de las actividades de las vendedoras y como lo desempeñan.

En cuanto a las mesas que cada vendedora de piso tiene que atender varía de 5 a 7 mesas por vendedora; según la estación es el número de mesas. En el restaurante que localizamos para hacer las entrevistas, al oriente de la ciudad, se tienen 13 estaciones (que incluyen grupos de mesas o gabinetes) y una barra con 16 asientos. El reparto del número de mesas lo decide el gerente de unidad que, a su vez, distribuye como se va a localizar cada vendedora. Pero la vendedora que se localiza en la barra, ella es la única que no se incorpora al rol. Cuando llega a faltar alguna vendedora el trabajo se distribuye para cubrir las mesas restantes. Cabe resaltar que esto representan beneficios para la empresa, ya que al ausentarse la vendedora, se le descuenta su día de trabajo, no se le paga a la vendedora que cubre ese puesto y la empresa se beneficia.

Esto implica para la vendedora el incremento de la carga física de trabajo y sin embargo su salario sigue siendo el mismo. Así lo señalan las siguientes entrevistas:

> *"Bueno la mayoría de veces cinco o seis mesas, de vez en cuando nos quedamos con siete u ocho mesas, que es cuando al kiosco le falta la persona que es, entonces nos quedamos con dos estaciones, o sea casi ocho mesas cada quien y lo decide el gerente".*

> *"Cada quien tiene de 5 a 6 mesas y una sola vendedora atiende la barra, ella es la única que no rola de estación ya que siempre le toca la barra. Yo estoy en estación siempre, todos los días cambio de estación y el gerente es el que decide cómo vamos a estar distribuidas".*

---

[2] Datos obtenidos del curso de capacitación "Cortesía en el servicio" ofrecido por Vips a Vendedoras de piso.

Las horas que labora una vendedora de piso formalmente es de 8, pero la jornada real se incrementa de una a dos horas más, por el corte de caja, la revisión de notas y el consumo del cliente. Esto se ve expresado en los siguientes testimonios:

> *"Trabajo 9 horas diarias, en si son 8 horas, pero siempre trabajamos una hora más por esperar nuestras mesas, por limpiar, por entregar todas las notas".*

> *"Trabajo en la tarde, se supone que salgo a las 11 p.m. pero en realidad salgo a las 12 p.m. y en algunas ocasiones hasta la 1 a.m.. son 8 hrs de trabajo, pero con el corte y la limpieza trabajamos hasta 10 hrs por eso salgo tan tarde".*

En cuanto a las horas trabajadas esta generalidad es para todas las vendedoras. Lo que varía es el turno de acuerdo a la antigüedad, las que son de nuevo ingreso, o tienen menos de 2 años trabajando dentro de la empresa, se les da el turno vespertino, después de dos años en adelante, y a criterio del gerente, se les cambia al turno matutino. La antigüedad juega un papel determinante para que la vendedora obtenga una mejoría en sus condiciones de trabajo y por consecuencia un mejor turno.

4.3 CARGA FÍSICA

En cuanto a las exigencias de que son objeto por parte de la empresa se pueden señalar: a) el incremento de la venta al cliente, es decir, la labor que tiene que hacer la vendedora para aumentar el consumo del cliente; b) la rapidez del servicio al cliente, y c) mantener una apariencia física que les permita agilidad para desempeñar sus tareas. Estas exigencias se ven reflejadas en las siguientes líneas:

"Tenemos que elevar el consumo del cliente a 45 pesos y esto representa para mi presión cuando a veces no puedo hacerlo, pues no podemos estar hostigando al cliente a que consuma más de lo que no quiere. En algunas ocasiones nos funciona pero en otras no"

"Lo que he notado es que ahora nos exigen más la venta, nos piden vender más"

"Pero si te exigen que no subas de peso, cómo se ponen así y no ven las cosas"

En cuanto el tiempo que tiene la vendedora de piso para realizar tareas tales como: levantar la orden al cliente, llevarla a cocina a que se prepare, montar servicio básico, llevar las bebidas a la mesa, entre otras, se analizan bajo un esquema de tiempos y movimientos previamente estipulado por la empresa en manuales de procedimientos.

Según estos esquemas, la vendedora debe estar al pendiente para retirar muertos, conocer si el servicio fue el adecuado y si los alimentos fueron del agrado del cliente; la vendedora debe regresar a la mesa ofreciendo café, preguntando al cliente si requiere algo más, agradeciendo la visita, entregando la cuenta e invitando al cliente a regresar.

Todas estas tareas están programadas para que la vendedora ofrezca el servicio y la venta, pero finalmente estos tiempos condicionan a la vendedora de piso para hacerlo con rapidez y calidad, repercutiendo en una presión para ellas. Como lo señalan algunas de las vendedoras de piso entrevistadas:

"Yo diría que están muy apretados porque según los cursos que nos han dado una orden se levanta en cuatro minutos, pero cuando tenemos varios clientes en una sola mesa es imposible levantar la orden, es corto el tiempo y luego yo empiezo a la hora de la comida y el tiempo es presionante para nosotras que nos están checando".

"Son muy exactos para las tareas que se tiene que realizar"

Además de las presiones derivadas de estos esquemas de tiempos y movimientos, también ejerce presión sobre ellas:

> *"Bueno, a veces de pende de la gente, cuando la gente es tranquila, si, pues tu sola lo sacas, o sea sirves bien, no te presionas, pero por decir, así toda la gente que va a Vips, es una gente que presiona mucho, hay momentos como ahorita, venimos super cansadas, porque nos dieron una arrastrada [3]en comidas, pero todo el día estuvimos y de momento se llena y te dejan tres, cuatro mesas y tu sabes lo que es atender tres cuatro mesas al "jalón", es una presión.*

Los cambios en la intensidad del trabajo, se pueden analizar por los tiempos asignados a cada tarea: de acuerdo con ellas, estos tiempos han cambiado; a lo largo de su estancia en la empresa. Por ejemplo, actualmente se miden así los tiempos de las siguientes tareas: levantar una orden (3 minutos), tiempos de preparación de los platillos (cada platillo, ensalada o cóctel tiene un tiempo fijo) que son elaborados bajo un estricto control de calidad.

Un punto importante de resaltar es que la empresa se preocupa muy poco por las condiciones de salud de las vendedoras, ya que si las vendedoras saturan su capacidad física esto finalmente va a repercutir en su salud y sobre todo en detrimento de la empresa que cuida la calidad y el servicio. Los cambios en la intensidad de tareas se señalan de la siguiente manera:

> *"Bueno, cada día hay más cosas, cada día te exigen que vendas más, si hay promociones nuevas, las cuales te las tienes que aprender, entonces cada día se vuelve más exigente la empresa, te pide un consumo de 45 pesos por cliente".*

El reparto de tareas dentro del restaurante lo decide el gerente, quien indica a las vendedoras de piso que estación les corresponde trabajar por día o por semana. A esto se refieren las vendedoras de piso cuando hablan de los roles de trabajo:

"El rol te lo hace el jefe de piso, te hace ahora si que el croquis".

---

[3] La palabra "arrastrada" significa que fue excesiva la carga de trabajo, durante la comida.

Según sea la estación que se le asigna a la vendedora de piso cambia la carga de trabajo:

> *"Pues la estación más trabajada es la de los gabinetes y el número de mesas lo decide el gerente, pues en ocasiones cuando se ausenta alguna compañera por algún problema personal, nosotras tenemos que cubrir esa estación y en algunas ocasiones trabajamos con dos estaciones, esto es aproximadamente 10 mesas, que casi nos vuelve loca".*

Aquí tenemos un ejemplo de una vendedora de piso que se encuentra en la barra y nos dice:

> *"Yo en la barra tengo 16 asientos, pero es más carga de trabajo ya que aunque estás más cerca de la cocina, tienes todo a la mano, tienes un garrotero que te ayuda, pero el cliente quiere más rápido, y toda la vida te la pasas más rápidamente".*

Cada uno de estos puntos que hemos analizado: tareas de la vendedora, mesas que atiende, las horas que labora, las exigencias por parte de la empresa, los tiempos para realizar tareas, los cambios en la intensidad de tareas y el reparto de las mismas, constituyen la jornada de trabajo que realiza la vendedora de piso al interior del restaurante, pero finalmente estas condiciones de trabajo repercuten en su salud, que ocasiona ciertos padecimientos desfavorables para ellas.

Las enfermedades que les ocasiona trabajar largas jornadas, estando de pie, cargando las charolas, entrando y saliendo de la cocina, cuando en el restaurante se encuentra al aire acondicionado, son generalmente destructivas para su salud.

El tipo de enfermedad que desarrollan las vendedoras de piso, son muy diversas, entre ellas están la gastritis, espolones, varices, gripa, dolores de cabeza, problemas de columna, alteraciones en los nervios, estrés, entre otras.

Estas enfermedades se agudizan al paso del tiempo, es decir, si la vendedora tiene ya algunos años trabajando en la empresa las repercusiones en su salud son

mayores, en comparación con las de nuevo ingreso y que no rebasan los dos años de antigüedad.

Así lo podemos ver en los siguientes testimonios de las vendedoras del grupo de edad dos, es decir, de los 28 a los 38 años:

"Son muy frecuentes las enfermedades respiratorias, problemas de columna, varices y gastritis, ya que a veces nos mal pasamos de nuestra hora de comida. El aire acondicionado y los cambios de temperatura nos provocan enfermedades respiratorias. Por estar todo el día de pie y cargar cosas los dolores de espalda y las varices por permanecer todo el día de pie".

"Bueno, pueden surgir que te den varices por tanto caminar, que te duela la espalda, te buscas muchas enfermedades en este aspecto, si tú no comes bien, no te cuidas, si fumas eso te genera deficiencias, tu cuerpo se debilita, te puedes buscar una gastritis si no comes a tus horas".

En comparación con el testimonio anterior, la situación de las de nuevo ingreso o que tienen menos de dos años de antigüedad dentro de la empresa y es la siguiente:

"En este tiempo que llevo trabajando no soy muy enfermiza, lo que si me pasa es que a veces sufro de dolor de cabeza y me duelen las piernas al final del día, yo creo es por estar mucho tiempo parada".

"Realmente me siento bien de salud y no tengo nada por el momento"

En general las lesiones en su salud repercuten en su vida familiar y en el desempeño de su trabajo de la siguiente forma:

"Todas las enfermedades que aquí se dan hacen que en todos los sentidos

nuestro trabajo se vea afectado y en nuestra vida familiar, pues a mí en lo particular me ha afectado mucho porque no puedo rendir al cien por ciento para cuidar a mi niña. Hay veces que estoy tan cansada que no tengo ánimos de jugar con ella, o de salir con mis papás, lo único que a veces quiero es dormir y descansar, pero eso me hace sentir muy mal, porque pienso que no soy buena mamá por descuidar tanto a mi Mariana".

En cuanto al desempeño en el trabajo nos dice una vendedora de piso lo siguiente:

"Si, porque no haces bien tu trabajo ni atiendes bien a tu familia, porque llegas muy cansada del trabajo y a veces no puedes descansar, e igual llegas al trabajo cansada y tienes que hacer un super esfuerzo para hacer bien el trabajo".

La empresa fija objetivos gerenciales que no incluye el bienestar, la seguridad, la salud de las vendedoras de piso sino que son fuerza laboral que queda al margen de los propios objetivos empresariales. Pues su objetivo de la empresa está orientado hacia el uso intensivo de la fuerza de trabajo con bajo salario y pocas responsabilidades sociales.

4.4. ESPACIO FÍSICO.

Retomando a Werther (1992), si el ambiente laboral es favorable entonces las personas se sentirán bien en su trabajo. Ante esto, el espacio físico en el que se desenvuelven las vendedoras juega un papel importante para que ellas se sientan bien en el lugar donde laboran.

En relación con esto, encontramos que uno de los principales elementos que desfavorece el ambiente laboral de las vendedoras de piso es "el ruido":

"En ocasiones el ruido de la gente y también el ruido que hacemos con la vajilla es molesto después de todo un día".

A pesar de que las vendedoras cuando les preguntamos sobre las enfermedades

más comunes no nos reportaron nada acerca de la pérdida del sistema auditivo, nosotras detectamos al momento de preguntarles sobre las cosas que les desagradaban de su trabajo algunos aspectos que tienen que ver con este factor que afecta al ambiente laboral de las vendedoras.

Todas las personas que se encuentran dentro del restaurante van levantando el volumen de la voz creando así un ruido tan intenso capaz de ocasionar problemas al sistema auditivo y nervioso, que tal vez en un principio no sea notorio pero si se tienen ya muchos años trabajando ahí se comienzan a notar sus efectos:

> *"El constante impacto de la loza, las voces, las risas y la música ambiental durante toda la jornada laboral ocasiona que una se ponga de malas y se vaya quedando sorda".*

De esta forma pudimos percatarnos que el ruido es un elemento importante para el buen o mal desempeño de su trabajo y que además puede repercutir en su salud.

4.5 REMUNERACIONES

El salario de las vendedoras de piso nos permite ubicarlas, dentro de la división que hacen Doeringer y Piore entre mercado primario y mercado secundario. De acuerdo con este criterio, estarían en el mercado secundario, caracterizado por bajos sueldos, deficientes condiciones de trabajo, disciplina dura y a menudo arbitraria, por parte de sus superiores y pocas oportunidades de promoción.

Para el caso de las vendedoras de piso ellas perciben el salario mínimo por su trabajo y este se establece en el contrato colectivo y se fija por la empresa. Aquí el sindicato juega un papel pasivo que no interviene en las condiciones de trabajo de las vendedoras de piso en Vips.

Consideramos que el salario que se le paga a una vendedora no alcanza a cubrir sus necesidades básicas (renta, luz, predio, teléfono, alimentos, ropa, etcétera), y es por ello que recurren a otros mecanismos como las propinas. La concepción que tienen las

vendedoras de piso sobre su salario, es que este es "muy bajo", "muy poco", que se trabaja mucho para el salario que la empresa ofrece, pero en general todas concuerdan que trabajan no por el salario sino por las propinas.

Los siguientes comentarios confirman de la concepción del salario para la vendedora en las siguientes líneas:

> *"Muy bajo si no fuera por las propinas no valdría la pena: nosotras trabajamos mucho, el desgaste es mucho y la paga no vale lo que nosotros nos desgastamos".*
> *"Pienso que el salario es muy poco, nosotras trabajamos mucho, tenemos un gran desgaste y lo único bueno son las propinas"*

El monto de las propinas varía de acuerdo a las "habilidades" que se tenga para tratar al cliente y quede satisfecho. En este punto consideramos que en México no hay una cultura de servicio y sólo se ofrece el 10% del total del consumo, mientras que en países como Canadá se ofrece por ley el 15%. Además que hay clientes que van de vez en cuando a Vips, y en muchas ocasiones no dejan el 10% reglamentario sino menos, esto representa para la vendedora de piso una pérdida, si consideramos que representa su medio de subsistencia.

Cabe resaltar que las vendedoras con más "habilidades" ligadas a la experiencia y tiempo dentro de la empresa se benefician de mejores propinas que las de reciente ingreso. La labor que cada vendedora realiza por aumentar el consumo del cliente (representa alrededor de $45 por persona), es también una tarea que la empresa no contabiliza, para mejorar su salario, ya que si la vendedora logra su labor con éxito, su sueldo no mejora, siendo este el mismo. Pero también posibilita que el cliente deje una mayor propina aunque esto es relativo.

Las vendedoras de piso obtienen aproximadamente de 100 a 150 pesos diarios por propinas en una jornada de 8 horas, que para el caso de las más jóvenes y con poca antigüedad no sería el caso, ya que en ocasiones ellas obtienen de 80 a 100 pesos diarios. A esto tenemos que agregarle que el 10%, es para la cajera, otro 5% es para el garrotero y el 5% para el cocinero, quedando de un promedio de 100 diarios, sólo 80

pesos por concepto de propinas. Como nos lo dicen las vendedoras de piso acerca de las propinas:

"Pero yo no trabajo por el salario sino por las propinas". Es decir, que las propinas vienen a ser la parte más importante de sus remuneraciones así como el complemento de sus gastos personales y de manutención para el caso de las que tienen hijos.

La importancia de las propinas en sus remuneraciones lo definen las vendedoras de la siguiente manera:

> *"Las propinas son las que nos ayudan para cubrir nuestros gastos, ya que a través de las propinas podemos obtener un dinero diario".*

> *"Pues las propinas porque siempre ganamos más de lo que nos dan ellos, recibimos más de los clientes que de la empresa"*

Las propinas se conciben como la parte esencial de las remuneraciones de toda vendedora de piso en Vips. Esta es una parte del salario que la empresa expresamente deja en manos de los clientes y que las hace depender de las "habilidades" de las vendedoras.

Las prestaciones que por ley están establecidas en la ley federal del trabajo son una parte importante que complementa el salario de las vendedoras. Básicamente nos referimos a las prestaciones que otorga la empresa Vips a través del IMSS, Caja de ahorro, préstamos personales, prima dominical, un día de descanso a la semana (de lunes a viernes el cuál será designado por el gerente), vacaciones, aguinaldo, INFONAVIT, reparto de utilidades y a partir de 1998 se incorporó el AFORE.

En términos reales, la importancia que tienen las prestaciones, consideramos, ocupan para las vendedoras el segundo lugar, después de las propinas. Dentro de este rubro las prestaciones que con más cotidianidad ocupan las vendedoras de piso por orden de importancia son: los préstamos personales, permisos para ausentarse con goce de sueldo, servicios de salud, aguinaldo, y vacaciones. Como señala una de las vendedoras de piso:

"Las prestaciones me parecen buenas pero no las ocupo, no ocupo lo de la casa ni el seguro porque me organizó con lo de mis propinas".

Mientras que la gran mayoría de nuestras 15 entrevistadas nos dicen:

"Yo ocupo los préstamos personales y algunos permisos para asentarme, aunque no te prestan mucho, te sirve para sacarte de un apuro".

En cuanto a las prestaciones que otorga la empresa Vips, tenemos que los préstamos personales y las vacaciones se otorgan con un año de antigüedad; el INFONAVIT se otorga teniendo entre 6 y 7 años en la empresa; el reparto de utilidades se debe de trabajar como mínimo 60 días del año anterior, el IMSS en cuanto tenga aceptado su ingreso es automática; el aguinaldo se otorga en el mes de diciembre bajo las siguientes condiciones: a) Quienes ingresaron a partir de enero un mes de sueldo, b) a partir de julio una quincena y c) si trabajo menos de 12 meses le corresponde la parte proporcional.[4]

Podemos observar que las prestaciones varían según la antigüedad: en el caso de INFONAVIT se requieren 7 años; para vacaciones y préstamos personales como mínimo debe tener un año de antigüedad. Como hemos visto un factor importante para que ellas obtengan mejores condiciones de trabajo, es la antigüedad, que les permite mejorar sus condiciones de trabajo.

En nuestra opinión las comidas que les ofrece la empresa, forman una más de las prestaciones que otorga la empresa a sus vendedoras. El menú que ellas tienen, es un menú especial, obtenido de la misma carta que se les da a los clientes pero con menos variedad, de alimentos.

Las vendedoras nos afirmaron que los alimentos que les ofrece la empresa son buenos, de la misma calidad para los clientes, aunque en algunas ocasiones les llega a

[4] Boletín informativo de Vips, Organo mensual del área de comunicación de recursos humanos, Marzo 1998.

fastidiar comer lo mismo. Esto sucede especialmente entre las que tienen muchos años dentro de la empresa.

Respecto a esto nos contestaron lo siguiente:

"Son buenos, claro que tienes asignados determinados platillos como tacos de pollo, hamburguesas, ensalada de verduras o molletes".

"Tenemos un menú especial que es sacado de la carta que le damos a los clientes, pero con menos cosas que podemos elegir".

"Son buenos, pero a veces quisiera comer otra cosa, porque después de ocho años te aburre comer lo mismo".

Sin embargo, también se puede observar que los alimentos son altos en colesterol y grasas, por lo que algunas vendedoras les causan problemas debido a que la empresa les exige una talla en especial por lo que no pueden subir de peso:

"..a veces no conviene comer aquí porque si uno come, esto, todos los días se pone uno gorda y eso la empresa no lo acepta".

De igual forma encontramos que ellas agradecen que la empresa les de una comida, ya sea el desayuno o la comida, esto dependiendo de su turno:

"..de igual forma se les agradece porque nos dan de comer".

"Yo, sí valoro las comidas".

Los incentivos o premios que se manejan al interior de la empresa, para las vendedoras de piso en Vips, consisten en premios por puntualidad, asistencia, por obtener buenos puntos en exámenes o "Shopper" (estos exámenes se aplican a la vendedora si que ella sepa, teniendo que obtener el 100% de puntos), así también los

"consentidos" (que son tres platillos diferentes, que la vendedora que venda más consentidos se lleva el premio). Estos incentivos pueden ser desde un reloj, estímulos en especie, un día de descanso, un uniforme, prendedores con el logotipo de la empresa y estímulos morales (como las felicitaciones del gerente a la vendedora). Estos incentivos se perciben de forma positiva como negativa. Por una parte, ellas perciben los estímulos como gratificantes por parte de la empresa:

> *"Si, recibimos incentivos, por decir ahí, nos califican el servicio, el servicio debe ser de 100 puntos, si yo saco un "shopper" de 100 puntos, me pueden dar dinero, me pueden dar un día más de descanso, me pueden dar un uniforme. Recibimos otro incentivo como "Los consentidos", que son tres platillos diferentes, cada mes salen y la vendedora que venda más consentidos se lleva un premio, yo ya me gane un reloj, ya me gane un pin (prendedor de la empresa), varias cosas nos dan".*

Por otra parte, para algunas vendedoras estos "premios" no constituyen incentivos para su trabajo; más bien ellas consideran, que un incentivo real sería el salario, en proporción a las horas de trabajo:

> *"Creo que no existe ningún incentivo para nosotras, pues si yo hago mi labor de venta, no recibo ninguna bonificación o premio por mi esfuerzo".*

4.6. MOVILIDAD.

Según Reynolds (1964), la movilidad ascendente está dada en el sentido de progreso en el cambio de puestos cada vez de mayor importancia o mayor nivel jerárquico, y por consiguiente podría decirse que el progreso también estaría dado por mejores condiciones de trabajo y mejores remuneraciones.

De acuerdo a la teoría del mercado interno de trabajo la población laboral interna tiene derechos exclusivos sobre los puestos cubiertos internamente pudiéndose dar sistemas escalafonarios con base a la antigüedad. Ante esto, nosotras encontramos en

las entrevistas que efectivamente, las vendedoras saben que tienen posibilidades de ascenso y que un requisito es la antigüedad.

Las vendedoras que llevan poco tiempo laborando afirman que:

> *"Hasta el momento no me han ofrecido ningún ascenso, pero sé que si lo proponen dependiendo de la antigüedad que se tenga".*
> *"Sí hay promociones para ascender y esto es muy seguido".*
> *"La empresa saca convocatorias para que como vendedora te superes".*

Por su parte, las vendedoras con antigüedad mayor a dos años afirman:

> *"Creo que sí hay posibilidades de ascender, cada tres meses hacen convocatorias para ascender".*
> *"A cada rato hay promociones, sí nos dicen que podemos tener otro puesto, que nos capacitan, que aceptemos el reto".*

Los puestos a los que pueden ascender las vendedoras de piso de acuerdo a nuestras entrevistadas son: cajeras, auxiliares administrativas, jefas de piso y hasta gerente.

En contraste con lo anterior encontramos que a pesar de que saben que sí hay posibilidades de ascenso teniendo algunos años de antigüedad, las que tienen poca antigüedad no saben con certeza cuáles son los mecanismos para ascender:

> *"A ciencia cierta no sé cuáles son los mecanismos para que nos den los ascensos".*
> *"Los mecanismos no los sé porque ni siquiera me he tomado la molestia por investigar".*

Las vendedoras que tienen más años de antigüedad afirman que se deben hacer

exámenes, tomar cursos de capacitación y estar a prueba un tiempo:

> *"Hay que hacer exámenes para ver si puedes ocupar el puesto, te mandan a cursos, te ponen a prueba para ver si realmente puedes ocupar el puesto".*

Sin embargo, y en contraste, la entrevistada que lleva 34 años laborando en Vips como vendedora no sabe los mecanismos para obtener un ascenso:

> *"...no sé realmente cuáles son los pasos para poder ascender".*

Por otra parte, encontramos que las vendedoras con mayor tiempo de antigüedad han recibido proposiciones para ascenderlas y creen que tienen las habilidades para poder ocupar otro(s) puesto(s) por la experiencia que han adquirido a lo largo de los años que llevan trabajando en el restaurante. La especificidad de las cualificaciones de las vendedoras de piso aunque son muy específicas, y no son exactamente las mismas que las necesarias para trabajar en otro puesto, con la formación en el trabajo que ellas adquieren les ayudan a adquirir teóricamente otras especificidades que les pueden ayudar a conocer las tareas que realizan en otros puestos de la escala jerárquica mayor:

> *"Tú conforme vas adquiriendo experiencia en el restaurante te vas dando cuenta que lo que los demás hacen no es tan difícil".*
> *"Me siento apta para trabajar en otro puesto de mayor jerarquía pues conozco bien el manejo de las actividades de los puestos más arriba que el mío".*

Aquí la experiencia juega un papel importante para conseguir un ascenso y la educación no es un factor determinante debido a que hay vendedoras que solo por la antigüedad les proponen ascender. De esta forma podemos observar que la ley

consuetudinaria que tiene este mercado interno de trabajo en cuestión a la movilidad se basa más en normas no escritas como parte del procedimiento informal ya que la educación (aspecto formal) es desplazada por la antigüedad:

> *"...se capacita a la vendedora para cubrir cualquiera de estos puestos aunque no tenga preparación de la escuela".*

De igual forma los cursos de capacitación que ellas reciben aunque son buenos, son exclusivamente acerca de su puesto, solo cuando les hacen alguna propuesta y ellas aceptan ascender es entonces cuando les comienzan a dar cursos de capacitación para otros puestos de mayor jerarquía; de esta forma y de acuerdo al mercado interno de trabajo, dado que la formación en el trabajo se deriva del contenido del propio puesto, sólo se limita a las cualificaciones necesarias para ese puesto y no conlleva ningún exceso de formación:

> *"Estos cursos de capacitación son exclusivos para vendedoras, es decir que nos separan, a las cajeras, cocineros, gerentes y así en todos los puestos que hay se dan diferentes cursos de capacitación. Los cursos son muy específicos dependiendo del puesto que uno ocupe".*

Las vendedoras no han aceptado las proposiciones de ascenso porque un puesto mayor en la escala jerárquica implica un horario de trabajo más amplio, mayores responsabilidades y el salario no es mucho mayor al que ellas reciben, trayendo como consecuencias mayor estrés y menor tiempo libre:

> *"...a mí no me convendría aceptar un ascenso [porque] conlleva a tener mayores responsabilidades, más tiempo y el salario no es mayor al que gano".*
> *"...el tiempo de trabajo para otro puesto es mucho mayor. La empresa te absorbe demasiado, además es mucha*

responsabilidad y es muy poco el salario porque nosotras ganamos más de propinas y tenemos dinero todos los días".

De esta forma, aunque el mercado interno de trabajo favorezca a la plantilla interna, no les conviene a las vendedoras ascender a pesar de que se tengan las posibilidades haciendo que se segregue a las mujeres a este puesto de trabajo, teniendo un mercado interno de trabajo que no ofrece las condiciones de mejora sustancial para las vendedoras y por ende el entorno no es del todo favorable para que las vendedoras puedan continuar desarrollándose en puestos superiores dentro de la empresa.

Arriesgando la afirmación, podemos decir que sabiendo que las condiciones de trabajo no mejoran al ascender, lleva a las vendedoras a no tener interés por informarse sobre los mecanismos de ascenso

4.7. RELACIONES LABORALES.

Las relaciones laborales forman parte del ambiente laboral entendido en un sentido amplio. De esta forma, y siguiendo a Werther (1992), al tener relaciones laborales favorables el entorno para las personas que integran la organización será mejor que si se tienen relaciones laborales desfavorables.

Ante esto, y de acuerdo a nuestras entrevistadas, podemos decir que las vendedoras sostienen relaciones estrictamente de trabajo, de esta manera, las relaciones son bilaterales sin la mediación de agrupaciones sindicales de defensa y negociación. Todas afirmaron que mientras ellas hagan su trabajo bien y rápido los gerentes no se meten con ellas.:

"Cuando haces lo que te ordenan, como te lo ordenan y en el instante mismo en el que te lo piden pues te tratan bien, no tienen ningún problema, pero si algo no les parece, por muy mínimo que sea, te regañan, te gritan y hasta con groserías nos llegan a hablar".

"El trato que nos dan es de tú mandas, yo obedezco".

Sin embargo, también se puede apreciar que hay prepotencia y malos tratos por parte de los gerentes hacia las vendedoras, dándose una omnipresencia de la empresa, por esta razón, a nuestro criterio pensamos que aunque son irrespetuosos ellas ya están acostumbradas al mal trato que les dan los gerentes:

> *"La relación que existe con mi gerente es estrictamente de trabajo, aunque a veces quiere hacer notar su autoridad ante los clientes y eso me molesta, porque yo sé hacer mi trabajo y ningún gerente sabe hacerlo mejor que yo".*
> *"...una vez que el gerente me habló con groserías y yo no me dejé me suspendieron dos días seguidos de la unidad. Así que ya aprendí a no decir nada cuando nos hablan feo".*

De esta forma, se puede decir que existe una desprotección absoluta porque a pesar de que muchas de ellas han tenido problemas con los gerentes han preferido mantenerse al margen, aguantar los malos tratos antes que perder su trabajo:

> *"Cuando no he vendido lo que me da, me ha regañado mucho. Una vez le dije que nadie quería pastel y como yo ya estaba muy enojada le grité que no podía obligarme a pagarlo, como ahí estaban dos compañeras me dijo que si volvía a hablarle así me iba a correr y esa vez me mandó a mi casa y no pude ir a trabajar en tres días. Cuando regresé a la unidad estuvo como dos semanas atrás de mí, exigiéndome más, regañándome por todo y pues no pude hacer nada. Ahora ya es otro gerente y no lo he desobedecido porque no me conviene ahorita que me despidan".*

Otro punto importante dentro de esto es que las vendedoras están atemorizadas por parte de los gerentes:

"...hablar de los gerentes ya es algo más personal. Es algo difícil porque no quiero que haya problemas. Lo que puedo decir es que el ambiente es tenso y a veces muy difícil, pero encontrar trabajo ahorita no es tan sencillo, así que la piensas para dejarlo".

Es así que podemos decir que las relaciones laborales con los gerentes "no son del todo satisfactorias", son de sometimiento, de subordinación.

En relación al hostigamiento sexual que pueda existir por parte de los gerentes encontramos que la gran mayoría de las vendedoras entrevistadas afirman que no han tenido problemas al respecto, sin embargo, encontramos tres casos en los que nos hablaron sobre esto:

"Varias veces me invitó a salir y como me negué pues una vez hizo que me quedara muy tarde y en una oficina que tenemos al fondo trató de besarme, yo lo empujé y me salí corriendo. Al día siguiente [el gerente] me dijo que si no le hacía caso entonces que mejor me fuera, que me convenía estar de su lado y no desobedecer".

"...él sabe que soy casada pero parece que no le importa mucho esto porque en varias ocasiones me ha dicho que si salimos o que quiere que vaya con él a alguna fiesta".

"...hace como 8 años este gerente no me dejaba en paz...".

Aquí podemos darnos cuenta de que aunque estos casos son aislados, ninguna vendedora está exenta de no tener esta clase de problemas adicionales al trato que les dan, pensando que tal vez no hablaron más al respecto por la misma situación de sometimiento y temor en la que están inmersas.

Con relación a las relaciones laborales que llevan las vendedoras con otras vendedoras encontramos que, en general se llevan bien y se apoyan, aunque en ocasiones hay fricciones, algunos problemas y hay preferencias:

"Me llevo bien, además como soy una de las más chicas pues algunas me consienten y me ayudan cuando ven que estoy a punto de desfallecer por el exceso de trabajo".
"Llevo una buena relación con todas, a las nuevas trato de apoyarlas más porque sé que cuando una es nueva en esto nos cuesta mucho trabajo".
"Mi relación con ellas es buena, claro hay veces que no con todas te llevas bien pero la sobrellevas para no tener problemas".

De esta manera, las vendedoras manifiestan solidaridad y apoyo entre ellas mismas.

En cuanto a las relaciones laborales con los demás compañeros de trabajo encontramos que en general son relaciones que deben ser buenas debido a que para que el cliente se vaya satisfecho debe existir un buen trabajo de todos los que conforman el restaurante, debe haber un clima de apoyo y armonía. Podemos afirmar que esta cooperación "natural" es como una defensa frente a la vulnerabilidad de su situación de trabajo frente a la empresa; de otra forma pueden crearse fricciones y esto ocasiona que además de los problemas que puedan tener entre ellos mismos el trabajo no salga bien:

"...si tú eres grosera con los cocineros ellos también van a ser groseros contigo y te van a dar mal las cosas que les pidas y como hay clientes que te piden alguna cosa en especial pues si no te llevas bien con los cocineros pues no te lo dan o te lo dan mal. De igual forma con los garroteros porque si no te llevas bien no hacen su trabajo y así con todos".
"La relación con ellos es de limpia las mesas, que las bebidas salgan rápido, que el cocinero trabaje la orden del cliente. En todo esto llegan a haber ciertas fricciones propias del trabajo, pero la relación es buena cuando cada quien se encarga de lo que tiene que hacer para que la vendedora no tenga sola la presión y carga de trabajo ".

Las relaciones laborales que sostienen las vendedoras con los clientes deben ser de respeto y cordialidad, recordando que según la empresa "el cliente siempre tiene la razón" y que deben darle a los clientes el mejor servicio:

> *"La relación con ellos es de respeto y servicio, nosotras vendemos un servicio".*
> *"Con los clientes [la relación] es de respeto y cordialidad, siempre procurando atenderlo porque para eso trabajamos".*

Sin embargo, la concepción social que se tiene sobre el trabajo de las vendedoras influye en que también con ellos se tengan fricciones haciéndoles difícil su trabajo:

> *"Ha habido ocasiones en que los clientes se han portado groseros porque creen que nosotras somos sus sirvientas".*
> *"...en algunas ocasiones hay clientes muy exigentes, altaneros y poco tolerables. Este tipo de clientes son muy difíciles de tratar".*
> *"...hay otros que son muy déspotas y groseros cuando nos llaman tronándonos los dedos".*
> *"Una vez hasta una pistola me sacaron, pero ni modo, lo tenía que servir porque era un cliente".*

Con lo anterior, podemos decir que en esta relación también existe mucha vulnerabilidad por no poder hacer nada al respecto. Tienen temor por perder su trabajo si se suscitan problemas con los clientes.

En lo referente al hostigamiento sexual por parte de los clientes nos encontramos que en alguna ocasión tres de las vendedoras entrevistadas han tenido que pasar por situaciones de agresión verbal y física con los clientes:

> *"...hay veces que los clientes son un poco coquetos, claro esto no pasa de ahí".*
> *"...hay clientes que vienen por la tarde solos, te llegan a*

preguntar a qué hora sales, unos te sonríen pícaramente, pero una se tiene que dar a respetar para que el cliente no se sobrepase".

"lo que más me desagrada es que porque seas amable, los clientes piensen que ya pueden tomarse atribuciones contigo".

Aquí podemos observar que pueden existir varios tipos de hostigamiento: desde los que van con una sonrisa, hasta los que hacen insinuaciones directamente.

De igual forma, aunque algunas vendedoras han sido hostigadas no pueden hacer nada porque "el cliente siempre tiene la razón", dándose una especie de "complicidad" gerente-cliente puesto que las órdenes son complacer y dar el mejor servicio al cliente sin importar si el cliente puede llegar a faltarle el respeto a las vendedoras. Si un cliente se va son pérdidas para la empresa y si esto sucede, la vendedora puede perder su trabajo:

"De cualquier forma qué puedes ganar con decirle al gerente que estás siendo hostigada, pienso que son detalles secundarios. En un momento dado, qué ganaba yo con decirle a mi jefe, no pueden decirle nada a los clientes que te estén hostigando".

"...le dije al gerente que había un cliente que siempre pedía mis mesas, que se me estaba insinuando y que era una situación muy incómoda, que no me quería portar grosera con él pero que ya no sabía qué hacer, que le pedía su ayuda para arreglar la situación pero la única respuesta que recibí del gerente fue que era mi problema, que tenía que aguantarme porque tal vez yo era la que había incitado al cliente, y que si prefería podía renunciar".

" Hay que lidiar con eso y es mejor ni quejarte".

Por último, en lo referente a las llamadas de emergencia encontramos que, aunque en el contrato está estipulado que si es necesario deben tratar de acudir al restaurante cuando sean llamadas, en la práctica esto no sucede muy menudo. En realidad lo que encontramos fue que ellas saben que si las llaman lo más acertado es asistir para no tener ninguna clase de problemas y por solidaridad a sus demás compañeras:

"En el contrato está que tú debes ir a trabajar cuando te lo pidan y pues me han llamado un par de ocasiones y aunque es muy pesado, pues a veces no queda de otra y mejor ni negarte para no tener problemas con el gerente porque luego si te niegas te carga la mano o se la pasa regañándote".

"...es decisión de la compañera sin estar obligada, claro si quieres un permiso tienes que hacer méritos y quedar bien con el gerente".

De acuerdo con lo anterior Kossen (1983) nos dice que es responsabilidad de todos en la organización, pero principalmente de los managers establecer un clima de relaciones favorables, pero tanto subordinados y operadores miembros de la organización poseen también una fuerte influencia sobre el clima y son igualmente responsables sobre dicho ambiente. Sin embargo, y de acuerdo con lo encontrado en nuestras entrevistas, podemos percatarnos que los gerentes además de no llevar una relación muy buena con las vendedoras tampoco las apoyan cuando hay problemas con los clientes, y por lo visto, es mejor mantenerse al margen para no perder el empleo, creándose un clima desfavorable para el buen desempeño de su trabajo.

De igual forma, las llamadas de emergencia, aunque ocurren rara vez, es mejor aceptarlas para no tener problemas con los gerentes. Las relaciones con las demás compañeras vendedoras son favorables y con los demás compañeros de trabajo deben de ser igualmente favorables para que el trabajo se saque adelante de la mejor manera.

En resumen, nosotras nos hemos podido percatar que los gerentes son los que mantienen peores relaciones laborales con las vendedoras, pudiéndose pensar que las mejores relaciones laborales son llevadas a cabo entre las mismas vendedoras y hasta con sus demás compañeros de trabajo. Los clientes, aunque en general no se tengan muchos problemas con ellos, cuando los hay no existe opción más que aguantarse para no crear más conflictos con los gerentes, puesto que "el cliente siempre tiene la razón".

4.8. COMPROMISO ORGANIZACIONAL.

Dentro de este apartado hemos analizado qué tanto las vendedoras de piso se sienten parte de la empresa y cómo la conciben para de esta manera ver si hay un compromiso más estrecho con la cadena de restaurantes Vips.

Así, comenzamos por ver que la gran mayoría de nuestras entrevistadas afirmaron que la empresa para la que trabajan es grande y fuerte:

> *"Es una empresa muy grande pero como en todas, los únicos que se enriquecen son los dueños y los demás somos sus esclavos".*
> *"Es una compañía muy fuerte... la más grande que hay entre Toks, Wings y esos otros restaurantes".*
> *"Una empresa poderosa, líder entre las otras cadenas restauranteras de este tipo de comida ".*

Sin embargo, aquí podemos percatarnos de que aunque opinan que es una empresa grande y sólida, a excepción de dos de nuestras entrevistadas, también opinan que no hay mucho aprecio por la empresa:

> *"Pues es una empresa muy buena, que ha crecido demasiado, le agradezco que me haya dado trabajo y ya porque de los demás no tengo otra cosa que agradecerles".*
> *"Pues te vuelves tan materialista que solo vienes por tu lana y adiós...porque la empresa únicamente te da trabajo, yo le cumplo y nada más. No importa otra cosa de Vips".*
> *"Es una empresa muy grande y fuerte, muy bien cimentada pero nada más".*

En contraste con lo anterior, también encontramos que algunas vendedoras que tienen más antigüedad dentro de la empresa, 9 y 34 años de antigüedad, son las que opinan que Vips es lo mejor:

"Para mí es lo máximo".
"Estoy muy encariñada con la empresa y hasta a veces mi familia me dice que el amor de mi vida ha sido Vips y pues no lo niego... Si yo no valoro a la empresa pues tampoco me valoro a mí".

De igual forma, ellas piensan que los gerentes no las apoyan en su trabajo ni cuando tienen problemas. Ellas sienten que son escuchadas pero que no les hacen caso en las sugerencias que dan para tener una mayor eficiencia en el trabajo:

"Yo una vez... me desmayé y lo único que hizo el gerente fue meterme a la cocina y a los tres minutos de que había recuperado el conocimiento me dijo que me levantara y me fuera a trabajar porque ya se me habían juntado las mesas... Ese mismo día, antes de irme el gerente me mandó llamar y me dijo que si no estaba bien o que si iba a seguir así pues que mejor renunciara".
"Cuando sugiero algo sí soy escuchada, pero no tomada en cuenta".

Por otra parte, algunas de las vendedoras con más años de antigüedad opinan que Vips siempre las ha apoyado, sintiendo especial aprecio por la empresa:

"En algunas ocasiones difíciles me han apoyado, me han dado la oportunidad de seguir adelante".
"Sí nos toman en cuenta nuestras opiniones, si tenemos alguna duda o algún problema y acudimos al gerente, sí nos da solución a los problemas".

Por último, en lo que se refiere a la valoración de su trabajo por la empresa, encontramos que al igual que en los dos casos anteriores, la gran mayoría de las

vendedoras entrevistadas sienten que nos son valoradas y que lo único que le interesa a la empresa es que trabajen más:

> *"Dudo que nos valoren, soy un objeto más, como un salero o una mesa".*
> *"yo pienso que la empresa planea objetivos para crecer hacia ellos, pero nunca para elevar la calidad de vida de las vendedoras".*
> *"No valoran nuestro trabajo, creen y nos lo han dicho, que nosotras vamos y venimos, que hay muchas que quieren nuestro trabajo y que si no lo aprovechamos otra ya lo hará".*

De igual forma, las dos vendedoras que opinan lo contrario nos afirmaron que:

> *"Lo valoran mucho porque ellos siempre están al pendiente de nosotras".*
> *"Yo honestamente pienso que Vips sí ha valorado mi trabajo porque si no, no llevaría tantos años aquí".*

Con esto, podemos ver que la edad no influye en la percepción que las vendedoras tienen con respecto a la empresa. La gran mayoría de las vendedoras entrevistadas tienen perspectivas semejantes, las cuales se han ido formando de acuerdo a las experiencias y circunstancias que han tenido en su área de trabajo. Por lo que, se puede decir que hay cierto grado de compromiso organizacional de parte de las vendedoras hacia la empresa.

4.9 IDENTIDAD OCUPACIONAL

La identidad ocupacional involucra la subjetividad que interiorizan las vendedoras de piso a través de ese proceso de trabajo con sus propias normas y reglas que repercuten en cómo se perciben sobre su ocupación. Como lo dice Jiménez (1993), la

identidad se construye simbólicamente a partir del entorno que les rodea y de sus propias condiciones de trabajo.

Las vendedoras de piso sé autoperciben sobre su puesto que desempeñan, de la siguiente manera:

> *"Yo pienso que es un puesto muy importante porque el trabajar para personas, el dar este servicio es muy difícil, entonces es muy importante saber hacerlo, saber conllevarte con muchas personas de diferente carácter feliz, que tú le des gusto con lo que le sirvas por mínimo que sea y entonces no es fácil si no equilibras bien tu manera de pensar, nos enseñaron a concentramos en el puesto, como una doctora, como una enfermera, para hacer lo que se debe hacer y que no se este haciendo o pensando en otra cosa, pero es un puesto bonito, aprendes de la gente y damos un servicio muy importante."*

> *"El puesto me agrada, me gusta lo que hago y lo hago con una actitud de servicio"*

Podemos decir, entonces, que las vendedoras de piso, perciben su ocupación con una actitud primordial de servicio, ya que la atención hacia al cliente, es una manera, de relacionarse y convivir, que les permite disfrutar e identificarse con su puesto de vendedoras de piso en Vips.

Dentro de su ocupación se encuentran tareas que perciben como agradables o desagradables. Pero no se refieren a las tareas que desempeñan, sino, al trato que tienen con los clientes, que lo perciben como una tarea agradable, en donde pueden relacionarse conociendo a sus clientes y las tareas que se perciben como desagradables, serían esa presión y cansancio con lo cual tienen que realizar sus actividades que les repercute en su salud. Entre las tareas agradables se encuentran:

> *"A mí me gusta mucho la comunicación con las personas, ahí entonces conoces mucha gente, me gusta mucho tener relación con los clientes, se desenvuelve uno bastante".*

> *"Lo que más me agrada es poder servir a los clientes y desempeñar mi trabajo con agrado".*

Dentro de las tareas desagradables nos dicen:

"Pero me desagrada porque estoy sometida a mucha presión y estrés que repercute en mi salud física"

"Pero me desagradan que esta misma calidad implica esfuerzo y cansancio como llevar las charolas que son bastante pesadas y tenemos que estar atentas a lo que hacemos para no sufrir algún accidente."

De lo anterior, las vendedoras de piso hacen una valoración personal de su ocupación, haciendo ver su ocupación como importante por los beneficios (ropa, artículos eléctricos, algunos viajes, independencia económica), obtenidos a través de él. En algunas ocasiones ellas se sienten identificadas con la empresa, por la oportunidad que les da de tener un trabajo y gozar de cierta independencia, así como, sentirse útil para la empresa.

En ocasiones los clientes contribuyen a subir su autoestima sobre su ocupación, cuando las felicitan o piden su mesa para ser atendidos por la vendedora frecuente. Los beneficios de una valoración positiva de su ocupación y en algunas ocasiones de su persona se ven reflejados de la siguiente manera:

"Los beneficios han sido que puedo valerme por mí misma, soy independiente, puedo mantener a mi hija, he aprendido mucho de los clientes, soy un poco más madura y responsable, sé que soy importante y que soy útil".

"El ser mesera es una profesión tan importante y respetable como cualquier otra. Yo pienso que también depende de uno, de damos nuestro valor porque este servicio que damos es honesto y bueno".

Respecto a la identidad ocupacional como lo describe Figueroa (1994), involucra la subjetividad, que resulta importante para comprender los motivos y el sentido de los sujetos individuales y colectivos que dan a sus acciones. Ya que a partir de cómo ellas se

valoren se definen a sí mismas y se diferencian de otros individuos o grupos ocupacionales.

En cuanto a la ocupación que desempeñan les permite describirse como vendedoras de piso que ofrecen un servicio para la satisfacción del cliente. Toda la satisfacción que puedan tener se canaliza a través de la valoración que el cliente da a su trabajo, pero esto, es un incentivo importante para ellas ya que están consientes que no siempre el cliente va a respetar y valorar su trabajo.

Las expectativas que ellas puedan tener de su trabajo, no se relacionan con tener un mejor puesto, ya que la mejoría o el ascenso a otro puesto es percibido por las vendedoras de piso con más responsabilidad y trabajo, además que el salario sigue siendo bajo. Esto se observa cuando una de nuestras entrevistadas nos contesta:

"Pero francamente no me interesa subir de puesto, si así no tengo tiempo, imagínate con más responsabilidad".

Las expectativas que ellas tienen sobre su trabajo están en función del logro personal que puedan tener fuera de la empresa, como se puede observar en las siguientes líneas:

"Siento que me buscaría otro trabajo, a mí me gusta la contaduría, estudiar una carrera técnica de contador".

"Creo que buscaría ocuparme en otra cosa, ya que es muy rutinario lo que haces y al paso de los años, cansa de hacer lo mismo siempre."

Las expectativas del trabajo son realmente limitadas y pocas, ya que si analizamos el grado escolar que tienen muchas de ellas, observamos que tienen en el mejor de los casos, secundaria, algunas preparatoria incompleta, otra preparatoria completa y sólo una tiene la licenciatura de enfermería. Su campo de movilidad laboral no les permite insertarse en ese mercado de trabajo cada día más exigente y que exige grados de estudios mucho más altos.

4.10. MERCADO INTERNO DE TRABAJO DE LAS VENDEDORAS DE PISO.

Las mujeres para poder ingresar al mercado interno de trabajo de la cadena de restaurantes Vips como vendedoras de piso, en primera instancia, deben cubrir con los siguientes requisitos: 1) tener entre 18 y 27 años de edad, 2) tener la secundaria terminada, 3) medir como mínimo 1.60 mts., 4) pesar como máximo 57 kgs., 5) disponibilidad de horario, 6) tener cabello corto y no usar lentes. Los mecanismos de ingreso más comunes al restaurante son los anuncios afuera de los mismos. Después de haber pasado por una entrevista y algunos exámenes, las mujeres que son aceptadas son enviadas a la unidad donde trabajarán para recibir capacitación (formación en el trabajo) por parte del gerente, chef y por sus mismas compañeras vendedoras de piso. De esta forma, las vendedoras de piso que capacitan a las nuevas compañeras juegan un doble papel: como instructoras y subordinadas.

Al ingresar a este mercado interno de trabajo, las vendedoras de piso firman un contrato por tres meses, es decir, su trabajo se considera temporal. Si después de esos tres meses la vendedora de piso es apta y realiza bien su trabajo, y además la vendedora de piso quiere permanecer laborando ahí, entonces firma un contrato por tiempo indefinido. El gerente decide si la vendedora de piso puede seguir laborando ahí basándose en exámenes que se le aplican sobre las tareas que realiza una vendedora de piso.

La formación en el trabajo conlleva a que las vendedoras de piso tengan muy poca autonomía sobre su trabajo debido a las muy específicas tareas que éstas realizan. Estas tareas son: preparar la mesa para recibir a los comensales, mostrar la carta o menú, tomar el pedido y llevarlo a la cocina, llevar los platillos a los comensales, servirlos, retirar utensilios y sobrantes de la mesa durante y al término del servicio, presentar la cuenta a los comensales y en algunos casos, las vendedoras de piso pueden cobrar directamente a la clientela.

Por ser las cualificaciones requeridas en este puesto muy específicas, es muy difícil que las vendedoras de piso empleen sus conocimientos adquiridos en otro puesto de trabajo.

La ley consuetudinaria (costumbres) de este mercado interno de trabajo se manifiesta desde su ingreso al mismo. Es decir, cuando llega una nueva vendedora de piso, el horario es asignado por parte de los gerentes, teniendo el turno de la tarde. Más adelante, la antigüedad juega un papel muy importante debido a que las vendedoras de piso que tienen más tiempo laborando en la empresa tienen el horario de la mañana, además de que la antigüedad les ofrece la oportunidad de conocer las actividades de los demás puestos de trabajo. Los gerentes toman decisiones sobre las capacitaciones, horarios, ascensos y despidos no sólo en base al contrato o al reglamento interno de trabajo(criterios formales), sino también por cuestiones personales (criterios informales).

Formalmente, el mercado interno de trabajo está diseñado para favorecer a la plantilla interna, sin embargo, las condiciones de trabajo de otros puestos no ofrece ventajas reales para las vendedoras de piso. Los puestos a los que formalmente las vendedoras de piso pueden aspirar son: cajeras, auxiliares administrativas, jefas de piso y gerentes, no obstante, es muy difícil que una vendedora de piso, por ejemplo pueda llegar a tener un puesto de gerente. Los motivos y trabas son tanto formales como informales: falta de escolaridad (para ser vendedora de piso solo se necesita tener la secundaria terminada, para ser gerente se necesita tener una carrera universitaria), falta de cualificaciones, falta de antigüedad, rechazo por parte del gerente, etc. Esto hace que se dé una discriminación deliberada bajo el argumento de que el puesto vacante necesita ser cubierto por una mano de obra verdaderamente competente.

La capacitación que se les da a las vendedoras de piso es muy limitada debido a que solamente se les capacita para desempeñarse en su propio puesto de trabajo, con esto se les ascender. De igual manera, formalmente para poder ocupar el puesto de gerente, el o la candidata, deben tener una licenciatura, pero la plantilla interna puede solicitar este puesto si tiene antigüedad en la empresa.

Por otro lado, se tiene que, los asensos no traen consigo mejores condiciones laborales. Un ascenso se traduce en un horario de trabajo más amplio, mayores responsabilidades, mayor desgaste físico y mental, el salario diario que gana una cajera o auxiliar administrativa no es mucho mayor al que gana una vendedora de piso*

* La vendedora de piso gana $34.45 más propinas. La cajera gana $44.50 y la auxiliar administrativa $47.90. Contrato Colectivo de Trabajo de la cadena de restaurantes Vips.

CONCLUSIONES

Como lo hemos podido constatar a lo largo de esta investigación, la inserción de las mujeres al mercado laboral no ha sido sencilla ya que las mujeres en su vida cotidiana y a través de sus papeles históricamente asignados han establecido relaciones sociales diferentes a aquellas que han establecido los hombres.

Para el caso de las vendedoras de piso, hemos podido ver que se encuentran inmersas en un sector del mercado laboral que en las últimas décadas ha venido creciendo, el sector servicios. Sin embargo, sus oportunidades de obtener mejores condiciones de trabajo y por ende una mejor calidad de vida no se han manifestado.

A manera de comentarios finales de este trabajo exploratorio damos paso a nuestras conclusiones, las cuales analizamos en temas centrales en nuestro estudio: Condiciones de trabajo y, compromiso organizacional e identidad ocupacional.

1. Condiciones de trabajo.

a) Percepciones generales sobre las condiciones de trabajo.

En general encontramos que las condiciones de trabajo que tienen las vendedoras de piso no son buenas. Ellas no poseen autonomía sobre las tareas que realizan, porque cada actividad está establecida por normas y reglas dentro de manuales de procedimientos creados por la misma empresa. Este es un elemento de la rigidez que tiene este mercado interno de trabajo y de las costumbres (ley consuetudinaria) que se han establecido, es decir, las vendedoras de piso no pueden tener decisiones sobre sus actividades, sino que deben seguir las indicaciones que el gerente les ordena, basándose siempre en las normas y reglamentos. Las vendedoras siempre realizan la misma rutina de trabajo: tener las mesas con el servicio básico, recibir a los clientes, sugerir algún platillo, tomar la orden, llevar la orden a la cocina, servir los platillos, recoger los muertos y dar la

cuenta a los clientes. En resumen, se trata de un segmento de mercado bastante vertical en el sentido de que las vendedoras de piso tienen poca ingerencia en la definición de tareas.

La jornada laboral no dura las 8 horas estipuladas en el contrato, sino que puede durar de 9 a 10 horas; esta ampliación de la jornada laboral se debe a que deben terminar de atender a los clientes que llegaron antes de terminar su turno, después de esto deben limpiar su estación, y deben hacer el corte y chequeo de cuentas (comandas). A la par de esto han tenido que reducir los tiempos de cada tarea que realizan, y por ende ha aumentado la intensidad con la cual realizan sus actividades, llevando a una carga excesiva de trabajo.

Esta excesiva carga de trabajo lleva a crear una cadena negativa para las vendedoras, en donde la excesiva carga de trabajo repercute en su salud y a su vez en su desempeño laboral. Las enfermedades que se generan por esta carga excesiva e intensiva son: várices, gastritis, espolones, gripa, dolores de cabeza, pérdida del sistema auditivo, entre otros. Por lo que, como lo señalan Neffa (1989) y Wether (1992) las malas condiciones de trabajo y ambiente laboral que tienen las vendedoras influyen en su salud física.

Por lo que se refiere a las relaciones laborales podemos concluir que las relaciones con los gerentes no son satisfactorias, ya que por la información obtenida pudimos observar en las entrevistas que los gerentes tienen actitudes poco éticas e irrespetuosas. En tanto que, las relaciones con otras vendedoras de piso y con compañeros de trabajo son mucho mejores, aunque también, como en cualquier relación humana, pueden surgir conflictos. Sin embargo, para que el servicio sea eficiente, tanto entre vendedoras como con los demás compañeros de trabajo, las relaciones deben ser de cordialidad y apoyo mutuo, más como una condición que como resultado del proceso de trabajo.

Kossen (1983) afirma que es responsabilidad de todos en la organización, pero principalmente de los *Managers,* es establecer un clima de relaciones favorables, sin embargo, esto no se da, ya que encontramos que son de mayor calidad las relaciones de trabajo entre compañeros y entre las mismas vendedoras, que con los gerentes.

En lo referente al hostigamiento sexual podemos concluir que ninguna vendedora está exenta de esto, sea una mujer joven o madura. Los gerentes pueden tratar de presionar a cualquier vendedora si no aceptan lo que ellos les piden; de igual forma sucede con algunos clientes, y esto puede ocasionarles temor a perder su empleo. Así que ellas han tenido que soportar esta clase de situaciones, aunque se vea afectada su integridad física y moral, con tal de no quedarse sin empleo.

b) Remuneraciones.

Las remuneraciones en su conjunto (salario, prestaciones y propinas) son percibidas como buenas, teniendo en general un total de $4,800.00 mensuales, sin embargo, la percepción del salario es mala. Las vendedoras ganan el salario mínimo ($1,033.00), y en general perciben que si sólo ganaran esto, no les alcanzaría para cubrir sus necesidades básicas, además consideran que el salario es muy bajo para el tipo de trabajo que realizan.

De esta manera, como afirman Doeringer y Piore (1985), las normas que generan los mercados internos de trabajo, en este caso la cantidad de tareas y su intensidad, no son coherentes con el precio y la distribución del trabajo que habría en un mercado competitivo.

Las prestaciones que en general nos reportaron fueron: seguro, préstamos en efectivo, infonavit, aguinaldo y vacaciones, sin embargo, no las perciben como importantes.

Las propinas son la parte que viene a constituir lo más importante de sus ingresos, entre más experiencia tengan, mayor es el monto de las propinas. En general, ganan de propinas un promedio de entre $100.00 y $150.00 diarios y es gracias a ellas que pueden solventar sus necesidades básicas.

En resumen, estamos frente a un mercado con remuneraciones poco flexibles en la medida en que no se reconocen otras formas de remuneración como son los estímulos por productividad.

c) Movilidad horizontal y vertical.

En cuanto a la movilidad horizontal encontramos que las vendedoras nuevas, por "regla" ingresan en el turno de la tarde y después de dos años de antigüedad, por "regla" las ubican en el turno de la mañana; dándose una movilidad horizontal y concediendo "un mejor turno" a las que tienen más antigüedad. Hay que tomar en cuenta que el cambio de turno puede representar una "mejoría" en tanto que tienen más propinas, pero esto está relacionado con una mayor carga de trabajo.

En lo concerniente a la movilidad vertical, la antigüedad también juega un papel importante. La costumbre es ofrecer ascensos a las vendedoras con más de dos años de antigüedad, sin importar tanto el grado de escolaridad que se tenga.

Además los cursos de capacitación que ellas reciben son muy específicos, ya que sólo se les capacita para realizar mejor las tareas que ellas desempeñan, por lo que las cualificaciones son tan específicas que las que se necesitan para trabajar en otros puestos son diferentes y no pueden desarrollarlos. Sin embargo, cuando tienen ya varios años de antigüedad, las vendedoras van conociendo las actividades que se desempeñan en otros puestos, y de esta forma, pueden ocupar puestos de mayor escala jerárquica con solo tomar cursos de capacitación referentes al puesto que desean ocupar, cumpliéndose la norma de que el mercado interno de trabajo favorece a la plantilla interna para cubrir los puestos de la misma empresa. Sin embargo, a pesar de que las vendedoras tienen posibilidades de tener ascensos, no existen elementos que puedan traerles mejoras en sus condiciones de trabajo, al contrario, según sus declaraciones, el obtener un ascenso, conlleva mayores responsabilidades, más carga de trabajo, más horas de trabajo y el salario no es mucho mayor al que se gana como vendedora.

En esto, Reynolds (1964) afirma que la movilidad ascendente está dada en el sentido de progreso por mejores condiciones de trabajo y mejores remuneraciones, sin embargo, como lo hemos podido constatar, las condiciones de trabajo no mejoran al obtener un ascenso y su calidad de vida, en lugar de mejorar, se vuelve más deficiente.

Es dentro de este panorama que podemos observar que la antigüedad (norma no escrita dentro de las costumbres del mercado interno de trabajo) ofrece "ventajas" sólo para poder ganar en ocasiones mejores propinas o poder ascender a un puesto mayor en la escala jerárquica, pero el hecho de ascender, como ya lo dijimos, no trae consigo mejores condiciones de trabajo. Con la antigüedad no mejora la jornada laboral, se padecen más enfermedades, el salario sigue siendo el mínimo, las relaciones con los gerentes no mejoran, ni se está exenta de sufrir hostigamiento sexual.

Ante todo esto, podemos reafirmar que las vendedoras de piso se encuentran situadas dentro de un mercado de trabajo secundario (Doeringer y Piore, 1985) y segmentado por sexo (Gordon, Reich y Edwards, 1986), teniendo las siguientes características: tienen sueldo bajo, deficientes condiciones de trabajo, disciplina dura y a menudo arbitraria; sin embargo, diferimos de las variabilidad en el empleo y las pocas oportunidades de promoción debido a que existe una tendencia marcada a la permanencia en el empleo y existen muy frecuentemente las promociones para ascender, pero estos ascensos no traen consigo mejoras en las condiciones de trabajo ni en la calidad de vida de las vendedoras.

2. Compromiso organizacional e Identidad ocupacional.

En lo referente al compromiso organizacional concluimos que las vendedoras, independientemente de que tengan poca o mucha antigüedad, no tienen muy arraigado el sentimiento del compromiso organizacional, debido a que sólo ven a la empresa como alguien que les da trabajo. Para que exista un compromiso organizacional, las vendedoras de piso deben visualizarse a sí mismas inscritas en el sistema y percibir los actos de la empresa a través de su propia acción individual. Sin embargo, ellas no se llegan a sentir parte de la empresa debido a que sienten que ésta no las valora ni las involucra como parte de la misma. Por último, en cuanto a la identidad ocupacional, tenemos que a las vendedoras les gusta lo que hacen, sienten que su ocupación es muy importante,

se sienten identificadas con lo que realizan en su trabajo. Así que, la identidad ocupacional de las vendedoras de piso se construye dentro de su espacio físico de trabajo y de sus experiencias cotidianas de trabajo en la que se identifican como sujetos sociales por lo que hacen.

Consideraciones finales.

Hay que recordar que tanto mujeres como hombres son los actores del desarrollo del país y que, por tanto, deben impulsarse acciones que permitan evidenciar cada vez más las discriminaciones y diferencias que se presentan de manera cotidiana y, por esa vía, ir abandonando la arraigada idea de que la mujer ostenta una posición subordinada en la sociedad, y erradicar las desigualdades entre ambos sexos, a efecto de contribuir al establecimiento de condiciones más equitativas para las mujeres, con el fin de que desaparezcan las limitaciones que la mujer encuentra para el caso de igualdad de trato y oportunidades laborales.

Las actividades de las vendedoras de piso siguen siendo consideradas como un trabajo de segunda clase y esto se deriva de la supuesta condición de su supuesta condición de extensión de las tareas domésticas, lo que nos lleva a plantear la necesidad de revalorar socialmente esta situación. Las políticas empresariales de este segmento del mercado deberá reconsiderar estos elementos para generar un ambiente de trabajo basado en los principios éticos y profesionales de un sector laboral eficiente y competitivo, pero sobre todo de revaloración del trabajo femenino, para poder insertarse en una situación de empresa con ventajas competitivas.

De este modo, esta investigación exploratoria realizada deja muchas puertas abiertas para el cuestionamiento permanente y la revisión constante de las relaciones de toda índole entre hombres y mujeres, un esfuerzo constante para hacer evidentes las diferencias de éstas en la vida social, exploración que necesariamente conlleva, cuando menos en lo que concierne al área de nuestro tema de investigación, a evidenciar las condiciones de las mujeres trabajadoras, y de esta manera, generar planes y programas que ayuden a mejorarlas.

ANEXO 1

GUÍA DE ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA CONOCER LAS PERCEPCIONES QUE TIENEN LAS VENDEDORAS DE PISO SOBRE SUS CONDICIONES DE TRABAJO E IDENTIDAD OCUPACIONAL.

Entrevista no.:

Fecha:

Lugar de entrevista:

Hora de inicio:

DATOS GENERALES

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?
3. ¿Cuál es su estado civil?
4. ¿Con quién vive actualmente?
5. ¿Tiene hijos?, ¿cuántos hijos tiene? y ¿de qué edades son?

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

6. ¿Vive en casa propia o rentada?
7. Además de usted, ¿cuántas personas viven en su hogar?
8. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted?
9. ¿A cuánto asciende su salario quincenal y sus propinas diarias?
10. ¿Tiene otro tipo de ingresos?, ¿Cuáles son?

TRAYECTORIA LABORAL ANTERIOR.

11. ¿Cuáles han sido sus trabajos anteriores y en qué han consistido?
12. ¿Cuál fue el motivo por el cual dejó su empleo anterior a este?

INSERCIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.

13. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa y cómo fue su ingreso?

CONDICIONES DE TRABAJO

14. ¿Cuántas horas labora en el restaurante a la semana y cuál es su turno?
15. Describa una jornada de trabajo, desde que llega a su unidad hasta que se retira de ella.
16. Describa qué cambios se han dado en sus tareas en el trabajo en el tiempo que lleva laborando en el restaurante.
17. Para desarrollar mejor su trabajo, ¿recibe cursos de capacitación?, ¿en qué consisten y cómo le han parecido?
18. ¿Cómo se distribuye la carga de trabajo entre sus compañeras y quién decide esto?
19. ¿Cómo percibe que son los tiempos que tiene para realizar sus tareas?
20. ¿Cuántas mesas tiene asignadas, cómo y quién decide esto?
21. De acuerdo al esfuerzo físico que realiza, ¿qué tipo de enfermedades se generan y con qué frecuencia?
22. Explique cómo el deterioro físico repercute en la realización de su trabajo y en su vida familiar.
23. Cuando hay poco personal, ¿está usted sujeta a ser llamada a trabajar fuera de sus horas normales de trabajo?, ¿cómo percibe este tipo de situaciones?
24. ¿Cómo son y en qué consisten los alimentos que recibe por parte de la empresa?
25. ¿Cuáles son sus expectativas sobre su trabajo, piensa permanecer trabajando en la empresa o piensa dejarlo?
26. De las tareas que realiza, ¿cuáles son las que más le agradan, cuáles son las que más le desagradan y por qué?

RELACIONES LABORALES

27. Describa cómo es el trato dado por parte del gerente y superiores.
28. ¿Se siente a gusto con la forma que la tratan sus superiores?
29. ¿Qué problemas ha tenido con sus superiores?

30. ¿Cómo percibe que es tomada su opinión cuando sugiere algo para mejorar el trabajo?
31. Describa cómo es su relación con sus compañeras vendedoras de piso?
32. Describa cómo es su relación con sus demás compañeros de trabajo (cocineros, garroteros, cajeras) y ¿cómo éstas relaciones favorecen o complican la realización de sus tareas?
33. Describa cómo es su relación con los clientes.

HOSTIGAMIENTO SEXUAL

34. ¿Alguna vez se ha sentido hostigada sexualmente por parte de sus superiores, compañeros de trabajo o clientes?, ¿cómo se ha dado esto?
35. ¿Cómo es su trato con los clientes (son respetuosos o suelen decirle piropos, tocare la mano o los hombros, o le hacen insinuaciones)?
36. Si los clientes son irrespetuosos y usted lo menciona a sus superiores, ¿qué respuestas le dan a usted?
37. ¿Cómo ha resuelto las situaciones incómodas que ha tenido con los clientes?

MOVILIDAD

38. ¿Cómo ve usted la posibilidad de ascenso dentro de su empresa?
39. Mencione cuáles son los puestos a los que puede ascender y cuáles son los mecanismos para poder obtener ascender.
40. ¿Considera que con las habilidades que usted tiene puede ocupar en estos momentos otros puestos de mayor jerarquía?, ¿cuáles?. Explique.
41. ¿Qué pros y contras cree que puede obtener al obtener un ascenso?
42. En el tiempo que lleva laborando en esta empresa, ¿ha recibido alguna propuesta para ascenderla?, ¿en qué consistía?, ¿cuál fue su respuesta?

REMUNERACIONES

43. ¿Cómo considera que es el salario que percibe en relación con su trabajo?
44. Explique ¿cómo y quién determina las remuneraciones que usted percibe?

45. Mencione ¿qué es lo que tiene para usted mayor importancia de sus remuneraciones y explique por qué?
46. Mencione ¿cuáles son las prestaciones que otorga la empresa, cómo las considera y con qué frecuencia las utiliza usted?
47. ¿Recibe algún incentivo por realizar bien su trabajo?, ¿con qué frecuencia? Y ¿quién determina esto?

IDENTIDAD OCUPACIONAL

48. ¿Cómo percibe que es el puesto de vendedora de piso?
49. Explique por qué le agrada o le desagrada el puesto de vendedora de piso.
50. ¿Qué pros y contras le ha traído a su vida personal el ser vendedora de piso?
51. Explique cómo la empresa para la que usted trabaja valora el trabajo que usted desempeña como vendedora de piso.
52. ¿Cómo ve a la sociedad en general en cuanto a la valoración de las tareas que usted desempeña como vendedora de piso?
53. ¿Se identifica con las labores que desarrolla en su puesto?, ¿por qué?
54. ¿Alguna vez se imaginó ser vendedora de piso?, ¿cómo se dio esto?
55. ¿Cuál es la percepción que tiene de la empresa para la que usted trabaja?
56. Si usted tuviera que dejar el trabajo de vendedora de piso por algún motivo, tiempo después ¿trataría de reingresar a la empresa?, ¿a otra empresa?, o ¿buscaría otro trabajo distinto?. Explique.

ANEXO 2
PREPARACIÓN PARA EL ANÁLISIS CUALITATIVO

Condiciones de Trabajo e Identidad Ocupacional de las Vendedoras de Piso de la Cadena de Restaurantes Vips.

Campo 1	Entrevista	Consecutivo
Campo 2	Edad	1. 18-27 2. 28-37 3. 38-47 4. 48-57
Campo 3	Escolaridad	1.1. Primaria completa 2.1. Secundaria Incompleta 2.2. Secundaria Completa 3.1. Preparatoria Incompleta 3.2. Preparatoria Completa 4.1. Superior Incompleta 4.2. Superior Completa
Campo 4	Estado Civil	1. Soltera 2. Casada 3. Divorciada
Campo 5	Personas con las que vive	1. Padres 2. Esposo 3. Familiares 4. Padres y familiares 5. Esposo y familiares 6. Hijos
Campo 6	Hijos	1. Sí 2. No
Campo 7	Personas que dependen económicamente de la vendedora de piso	1. Ninguna 2. 1-3 3. 4-6 4. Más de 6
Campo 8	Ingresos adicionales	1. Sí 2. No
Campo 9	Tema específico	1. Empleos anteriores 2. Mecanismos de ingreso 3. Antigüedad en el empleo 4. Jornada Laboral 4.1. Tareas que realiza 4.2. Mesas que atiende 4.3. Horas de trabajo 5. Carga física 5.1. Exigencias de la empresa 5.2. Tiempos para realizar tareas 5.3. Cambios en intensidad de tareas 5.4. Esfuerzo físico 5.5. Enfermedades ocasionadas por su trabajo

		6. Remuneraciones 6.1. Sueldo 6.2. Prestaciones 6.3. Propinas 6.4. Concepción del salario 6.5. Concepción de las propinas 6.6. Incentivos 7. Movilidad 7.1 Posibilidades de ascenso 7.2 Puestos a los que puede ascender 7.3 Propuestas de ascenso 7.4 Mecanismos de ascenso 7.5 Autopercepción de la capacidad para ocupar otros puestos 7.6 Percepción sobre otros puestos 7.7 Cursos de capacitación 8. Relaciones laborales 8.1 Relaciones con gerentes 8.2 Hostigamiento sexual por gerentes 8.3 Relaciones con otras vendedoras 8.4 Relaciones con demás compañeras(os) de trabajo 8.5 Relaciones con clientes 8.6 Hostigamiento sexual por clientes 8.7 Llamadas de emergencia 9. Identidad ocupacional 9.1 Autopercepción sobre su ocupación 9.2 Tareas agradables 9.3 Tareas desagradables 9.4 Valoración personal de su ocupación 9.5 Expectativas de trabajo 10.Compromiso organizacional 10.1 Percepción sobre la empresa 10.2 Valoración del apoyo dado por empresa/gerente a su trabajo 10.3 Valoración de su trabajo por la empresa 11. Espacio físico

Campo 10	Actitud hacia el tema específico 1-10 Nivel de aceptación y/o compromiso 11-12	1. Positivo 2. Indiferente 3. Negativo 1. Alto 2. Medio 3. Bajo 4. Nulo
Campo 11	Comentario personalizado hacia	11 Ella misma 12 Ella y familia 13 Ella y empresa 14 Ella y gerente 15 Ella y clientes 16 Ella y compañeras(os) de trabajo 17 Ella y otras vendedoras
Campo 12	Manejo de la situación	1. Favorable 2. Desfavorable

ANEXO 3

TRANSCRIPCIÓN DE ALGUNAS ENTREVISTAS

Entrevista no.: 1

Fecha:12/05/00

Lugar de entrevista: El Portón (Aeropuerto)

Hora de inicio: 5:00 p.m.

DATOS GENERALES

1. Edad: 57 años.
2. Escolaridad: Primaria completa
3. Estado civil: Casada
4. ¿Con quién vive actualmente? Esposo, hijas, nietos y yerno
5. ¿Tiene hijos?, ¿cuántos hijos tiene? y ¿de qué edades son? Sí; 3 hijos; 31, 29 y 19.

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

6. ¿Vive en casa propia o rentada? Propia
7. Además de usted, ¿cuántas personas viven en su hogar? 7 personas
8. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted? Esposo, hija menor y mamá.
9. ¿A cuánto asciende su salario quincenal y sus propinas diarias? $592.50 y $150.00
10. ¿Tiene otro tipo de ingresos?, ¿Cuáles son? Algunas veces vendo caballos para mis compañeras y pants.

TRAYECTORIA LABORAL ANTERIOR.

11. ¿Cuáles han sido sus trabajos anteriores y en qué han consistido? A los 14 años entré de vendedora en una fonda, a los 15 en un café de chinos también como vendedora.

12. ¿Cuál fue el motivo por el cual dejó su empleo anterior a este? Quebró el restaurante donde estaba trabajando.

INSERCIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.

13. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa y cómo fue su ingreso? Cuando quebró el café de chinos el segundo Vips estaba iniciando operaciones y muchas de mis compañeras me informaron que estaban solicitando vendedoras de piso. Yo entré a este trabajo en el año de 1966. Hice mi solicitud de empleo y me aceptaron. En ese entonces solamente pedían el certificado de primaria, pero no sé por qué motivo cuando yo entré, tal vez porque me llevaron otras personas que ya habían hecho solicitud no se tomaron en cuenta mucho que yo no tenía certificado de primaria, para eso, la señora con la que yo tenía el trabajo anteriormente me hizo la solicitud y ella tenía la letra muy bonita, entonces desde allí la verdad valoran realmente cómo eres o quién eres y para más ayuda recibí de otra compañera que ya había hecho su examen me pasó un acordeón de todas las abreviaturas de la carta y de todo lo que preguntaban y yo me las aprendí, o sea que sí tenía era buena memoria, entonces todo eso me ayudó y cuando me entrevistaron y me hicieron el examen de todo lo que yo tenía que saber lo contesté muy bien, entonces ya entré, Nos entrenaban en el primer Vips para ir al segundo Vips que había ya para trabajar. Las compañeras del primer Vips te entrenaban, te enseñaban cómo poner las cosas y prepararlas para poder ir al otro Vips a trabajar. Siempre han pedido uniforme, uñas cortas, maquillaje discreto, aretes pequeños, y en ese entonces no pedían cabello corto sino peinado de salón, podían traer el cabello largo pero bien recogido, traíamos cofia; la estatura y el peso no les importaba.

CONDICIONES DE TRABAJO

14. ¿Cuántas horas labora en el restaurante a la semana y cuál es su turno? De 48 a 60 hrs., lo estipulado son 8 hrs. Diarias, pero depende de la rapidez con la que hagas tus cortes y entregues las notas. Trabajo de 7:00 a.m. a 3:00 p.m., en el turno matutino.

15. Describa una jornada de trabajo, desde que llega a su unidad hasta que se retira de ella. Mi hora de entrada es a las 7:00 a.m. pero tengo que entrar al diez o cuarto para las siete porque a esa hora se abre esa unidad y tengo que llegar a ver que mi área esté bien con el servicio básico, a llenar mis jarras de café, limpiar mis mesas y tener todo listo para recibir a mis clientes, obviamente, al llegar yo ya saludé a mi jefe, me da mi block de notas, ya sabe qué estación tengo y ya después van llegando los clientes, los saludo, les ofrezco el desayuno del día, les sugiero qué darles, les doy un momento para que piensen qué van a ordenar, o les tomo la orden, regreso en 3 ó 4 minutos para tomarles la orden, llevo la orden a la cocina, checas tu jugo o preparas el pan, checas la nota en el reloj checador para meterla a trabajar que la prepare el chef, si no está el chef tú la cantas, cantar significa "trabajan huevos rancheros" por decirlo así o algún platillo, recojo los alimentos, se los llevo a los clientes, les ofrezco algo más después, levanto los muertos, algunos clientes piden las cosas para llevar, nuestro trabajo requiere mucho esfuerzo físico y mental y además tengo que mantener el área de trabajo limpia, algunas veces no puedo mantener eso, porque lo más importante es darle servicio al cliente, para que todas sus necesidades estén cubiertas, pero cuando ya tengo controlados a todos los clientes y tengo sus notas y veo más o menos quién ya se va a ir le dejo su nota y de todas formas les digo que sigo a sus órdenes y así sigo con todos los clientes. El éxito de una vendedora es que no se desprenda de su ritmo ya que siempre hay algo qué hacer. Ya cuando termina el turno que me recibe la relevo sigo atendiendo a los clientes que tengo si son muchos, si son pocos se los dejo al relevo, limpio mi área de trabajo, lleno azucareros, pimenteros, saleros, etc. Las notas ya están en la caja, si falta alguna nota hay que buscarla, se acomodan las notas, saco el consumo por nota, anoto todo lo de promoción o fuera de lo normal al final de la última nota, entrego al gerente mis notas, las que me sobraron, me voy a cambiar, me despido de mi jefe y me retiro del restaurante.

16. Describa qué cambios se han dado en sus tareas en el trabajo en el tiempo que lleva laborando en el restaurante. Nunca ha habido cambios, siempre han sido

las mismas, sólo en algunos casos he tenido que hacerle de garrotero porque en ocasiones faltan, pero nada más.

17. Para desarrollar mejor su trabajo, ¿recibe cursos de capacitación?, ¿en qué consisten y cómo le han parecido? Sí he recibido cursos muy buenos, nos han dado cursos de cómo preparan las cosas, cuánto pesan las carnes, de qué tamaño son las porciones, de cómo se hacen las salsas y los aderezos; otros cursos de superación personal, de belleza. Varios cursos relacionados con lo mismo pero en ocasiones más intensos. Los cursos se dan por separado, ya que las cajeras no pueden ser como yo ni yo como las cajeras, los garroteros si llegan a tomar cursos con nosotras ya que el garrotero tiene que ir de la mano de la vendedora. Las cajeras toman sus cursos, los cocineros otros y así.

18. ¿Cómo se distribuye la carga de trabajo entre sus compañeras y quién decide esto? Nuestro trabajo es muy laborioso y muy pesado y todos debemos contribuir a dar un buen servicio, si la cocina no funciona bien nosotras por ende damos un mal servicio, y por eso todos debemos contribuir. Todos ya tienen sus tareas asignadas, entre nosotros debemos tener buenas relaciones para que todo salga bien y no tengamos problemas. Todos tienen mucha responsabilidad, no puedes decir que alguien se la pasa muy contento. En la mañana hay como 18 vendedoras y en la tarde igual. Hay 13 estaciones pero como son muchas vendedoras reparten y se hacen como 15 ó 16. Si son normales las estaciones, a las vendedoras les tocan de 5 a 7 mesas. Cuando se hacen chiquitas mínimo tienen 4 ó 5 cada una. Yo en la barra tengo 16 asientos.

19. ¿Cómo percibe que son los tiempos que tiene para realizar sus tareas? Yo creo que está bien porque se puede hacer así, se han catalogado 4 minutos pero tú lo puedes hacer más rápido si quieres. A mí en una época me criticaban mucho que aunque fuera con una mesa yo iba rápido pero era por mi bien porque si yo no atendía rápido es mesa al rato yo ya tenía otra, otra y otra, y puede ser que los últimos que llegan quieran más rápido porque ya se les hizo tarde y si tú ya flojeaste con las primeras al rato a esos pobres son a los últimos que les sirves, entonces ahí estás mal al rato te reportan, entonces el chiste es que tú te organices a ti misma, que no olvides ningún detalle.

20. ¿Cuántas mesas tiene asignadas, cómo y quién decide esto? Yo estoy en la barra con 16 asientos. Esto lo decide el gerente, pero es más carga de trabajo ya que aunque estás más cerca de la cocina, tienes todo a la mano, tienes un garrotero que te ayuda más pero el cliente quiere más rápido, se sienta y se levanta, se sienta y se levanta, entonces cuando tú tienes controlados a unos otros ya se te fueron y entonces toda la vida te la pasas más rápidamente.

21. De acuerdo al esfuerzo físico que realiza, ¿qué tipo de enfermedades se generan y con qué frecuencia? Bueno, pueden surgir que te den várices por tanto caminar, que te duela la espalda, te buscas muchas enfermedades en este aspecto, si tú no comes bien, no te cuidas, si fumas eso te genera deficiencias, tu cuerpo se debilita, te puedes buscar una gastritis si no comes a tus horas, si eres muy enojona, el estrés es una enfermedad que te genera muchas enfermedades, todo es organizarte en tu vida, todo depende de tu estado, si eres casada, soltera, si tienes hijos si no tienes estabilidad en tu casa, y no trabajas bien.

22. Explique cómo el deterioro físico repercute en la realización de su trabajo y en su vida familiar. Sí porque no haces bien tu trabajo ni atiendes bien a tu familia, porque llegas muy cansada del trabajo y a veces no puedes descansar, e igual llegas al trabajo cansada y tienes que hacer un super esfuerzo para hacer bien el trabajo.

23. Cuando hay poco personal, ¿está usted sujeta a ser llamada a trabajar fuera de sus horas normales de trabajo?, ¿cómo percibe este tipo de situaciones? Si es una necesidad pues sí tienes la obligación porque tú dependes de ese trabajo entonces tú también tienes que dar algo a parte de tus horas de trabajo porque eres parte de la compañía porque a lo mejor algún día tú tienes la necesidad de ese tiempo y no te van a dar permiso. Fíjate que tú te vas haciendo una imagen dentro de la compañía y ven de qué eres capaz y de qué no eres capaz entonces en algún momento dado te apoyan o no te apoyan, si ven que tú eres una persona que solo hace lo que te toca, que no das más; el día que ven que no eres positivo te quitan, sí o sea sí te catalogan en ese aspecto.

24. ¿Cómo son y en qué consisten los alimentos que recibe por parte de la empresa? Realmente yo creo que estamos bien a nivel que en otros lados no te

dan eso. Siempre he valorado que nos den comida, algunas pensamos que nos deben de dar más pero si nos ponemos a pensar que hay lugares que no te dan nada de eso pues yo sí valoro las comidas. Hay varios platillos, hay un menú especial para vendedoras, otro para cajeras, para gerentes, según la jerarquía es la comida ya que dicen que nosotras ganamos mucho.

25. ¿Cuáles son sus expectativas sobre su trabajo, piensa permanecer trabajando en la empresa o piensa dejarlo? Bueno, a estas alturas, el tiempo que yo tengo y a mi edad pues realmente a mí me gustaría continuar en mi trabajo, pero todo depende de lo que diga la compañía, por la edad que tengo.

26. De las tareas que realiza, ¿cuáles son las que más le agradan, cuáles son las que más le desagradan y por qué? Bueno, pues en sí, fíjate que he aprendido, que en algún momento dado todas te desagradan si tú dices ¡hay qué horror hacer esto!, pero me puse una meta un día en decir que si me cae gordo esto de todas formas lo tengo que hacer y entonces mejor lo voy a ver con gusto. A mí me agrada hacer todo, si tú quieres hasta lavar el piso.

RELACIONES LABORALES

27. Describa cómo es el trato dado por parte del gerente y superiores. Ellos ya saben lo que tienes que hacer y si en un momento dado tú no estás atenta a tu puesto pues te llaman la atención, te pueden regañar porque llegas tarde, te pueden llamar la atención por estar platicando, pero te preguntan si tienes algún problema pero si ven que ya eres constante con esos detalles prácticamente te ponen un ultimátum, no hay consentimientos.

28. ¿Se siente a gusto con la forma que la tratan sus superiores? Yo he visto que como tú seas te van a tratar, si tú te das a respetar con ellos y te dedicas a lo que eres ellos así te van a tratar, pero si tu posición es relajada hacia ellos, pues no sé, es muy difícil contestarte esa pregunta, pero en lo personal siempre he sido respetuosa con ellos, he acatado sus órdenes y no me han tratado mal. Me siento a gusto, es una buena relación.

29. ¿Qué problemas ha tenido con sus superiores? En dos ocasiones y han sido con gerentes que no me han tomado en cuenta.

30. ¿Cómo percibe que es tomada su opinión cuando sugiere algo para mejorar el trabajo? Pues sí, en algunas ocasiones sí han sido tomadas en cuenta mis sugerencias. Una vez sugerí que quitaran la alfombra porque se ensuciaba mucho a la entrada, y no sé si halla sido por mí o el gerente ya lo había visto pero al poco tiempo quitaron de la entrada la alfombra y pusieron loseta.

31. Describa ¿cómo es su relación con sus compañeras vendedoras de piso? Bueno con mis compañeras siempre he tratado de llevarme bien, yo respeto sus vidas, sus puntos de vista y no se meten conmigo. En todo el tiempo en el que he estado en este trabajo, en 2 ocasiones he tenido fricciones con algunas personas porque como que se dedicaban a estar molestando, pero salí adelante, con el tiempo se dan cuenta de quién eres realmente. En un momento dado me hago a un lado, marco límites, yo busco solución.

32. Describa cómo es su relación con sus demás compañeros de trabajo (cocineros, garroteros, cajeras) y ¿cómo éstas relaciones favorecen o complican la realización de sus tareas? Yo veo que son muy buenas, porque vuelvo a mencionarte que yo trato de respetar a cada quien y yo sé que respetándolos no voy a tener problemas con ellos, porque yo necesito de todos ellos y para mí sería tonto que yo me esté peleando con ellos si yo estoy necesitándolos, de hecho debemos hacer un equipo positivo porque es bueno para todos. Si alguien te agrede mejor luego hablar con ellos, platicando, nunca reclamando y analizando los puntos del problema, con tratos buenos. Como tú los trates mejoras tu trabajo.

33. Describa cómo es su relación con los clientes. Me he sabido ganar a muchos clientes, de hecho cuando muchos clientes les gusta como los trato me vuelven a buscar, o sea, es buena.

HOSTIGAMIENTO SEXUAL

34. ¿Alguna vez se ha sentido hostigada sexualmente por parte de sus superiores, compañeros de trabajo o clientes?, ¿cómo se ha dado esto? No pues fíjate que no, yo pienso que no tengo ese tipo de persona atrayente de símbolo sexual y yo en ningún momento me he sentido así. Claro que he tenido algunos pretendientes y eso han sido de clientes, pero no fui hostigada sexualmente

nunca. De cualquier forma qué puedes ganar con decirle al gerente que estás siendo hostigada, pienso que son detalles secundarios. En un momento dado, fíjate, qué ganaba yo con decirle a mi jefe, no pueden decirle nada a los clientes que te estén hostigando, nos enseñaron en los cursos que tú tienes que ser amable con los clientes y no coqueta; ser atenta pero no coqueta; muchas veces tal vez uno los provoca, a lo mejor uno los insinúa, yo creo que ahí depende de uno.

35. ¿Cómo es su trato con los clientes (son respetuosos o suelen decirle piropos, tocare la mano o los hombros, o le hacen insinuaciones)? En la actualidad, como ya soy grande, son muy respetuosos conmigo, como que me tienen cariño y consideración. Me platican, me comentan que yo puedo. Cuando me voy de vacaciones y regreso me dicen que que bueno que ya regresé porque ya me extrañaban mucho.

36. Si los clientes son irrespetuosos y usted lo menciona a sus superiores, ¿qué respuestas le dan a usted? Algunas ocasiones sí me tocaron, cuando era más joven, clientes groseros. Una vez hasta una pistola me sacaron, pero ni modo, lo tenía que servir porque era un cliente. La compañía siempre ha defendido al cliente, pero en un caso extremo la compañía si ha dado la cara por ti.

37. ¿Cómo ha resuelto las situaciones incómodas que ha tenido con los clientes?

Marcando mis límites y hablando con ellos de una forma respetuosa y tranquila.

MOVILIDAD

38. ¿Cómo ve usted la posibilidad de ascenso dentro de su empresa? Bueno, sí hay ascenso siempre y cuando tú estés preparada y quieras hacerlo, tú de vendedora te puedes volver cajera, luego contadora, luego supervisora o jefe de piso, pues sí, todo depende de ti.

39. Mencione cuáles son los puestos a los que puede ascender y cuáles son los mecanismos para poder obtener ascender. De vendedora a cajera, de cajera a supervisora a contadora a supervisora de contadora, a jefa de piso y tal vez a

gerente pero no sé realmente cuáles son los pasos para poder ascender, lo único es que la empresa cada tres meses da promociones para las vendedoras que quieran ascender.

40. ¿Considera que con las habilidades que usted tiene puede ocupar en estos momentos otros puestos de mayor jerarquía?, ¿cuáles?. Explique. No, a estas alturas ya no porque no tengo la preparación, no me esforcé por seguir la secundaria y la prepa, si yo lo hubiera podido hacer, tal vez tendría un puesto más alto pero muchas veces la necesidad económica no te deja cambiar de puesto porque de vendedoras recibimos diario dinero y para que se tenga otro puesto se debe tener algo de dinero para poder sostenerse mientras le pagan y yo no tuve esa oportunidad y tampoco he tenido la preparación y ahorita yo no sé si hay algún puesto para mí, a lo mejor de capacitamiento, pero no sé.

41. ¿Qué pros y contras cree que puede obtener al obtener un ascenso? Bueno, en la actualidad ya ninguno porque pienso que haya otro ascenso. Los pros es que debería ser benéfico para mí, debería de ganar más o menos lo que yo ahorita gano y cansándome menos de lo que me canso, y sería una buena oportunidad para mí. De otra forma, los contras es que con mi edad, como mencioné al principio, dudo mucho que me puedan ofrecer algo mejor.

42. En el tiempo que lleva laborando en esta empresa, ¿ha recibido alguna propuesta para ascenderla?, ¿en qué consistía?, ¿cuál fue su respuesta? Sí me las hicieron pero no las acepté porque no podía dejar de ganar de dinero diario además en otros puestos se requiere mucho más tiempo y la paga no es buena. Me ofrecieron ascender a cajera pero como te digo, no me convenía ni me conviene.

REMUNERACIONES

43. ¿Cómo considera que es el salario que percibe en relación con su trabajo? Pues yo realmente pienso que está muy pobre nuestro salario, si sólo ganáramos eso pues la verdad no nos serviría para nada porque con lo que ganamos sólo se va y se viene; no alcanzaría para mantener a la familia, el salario es mucho muy

bajo y la carga de trabajo es mucha, es mucho esfuerzo físico el que realizamos, la verdad es que sí trabajamos mucho.

44. Explique ¿cómo y quién determina las remuneraciones que usted percibe? Es algo que ya está estipulado por parte de la empresa, dicen que como nosotras ganamos dinero extra pues por eso nos pagan el mínimo.

45. Mencione ¿qué es lo que tiene para usted mayor importancia de sus remuneraciones y explique por qué? Lo que más importancia tiene para mí son las propinas porque es de donde más dinero obtenemos, el salario es muy poco, no nos beneficia ni nos resuelve los problemas.

46. Mencione ¿cuáles son las prestaciones que otorga la empresa, cómo las considera y con qué frecuencia las utiliza usted? Seguro, aguinaldo, utilidades, se puede obtener crédito para una casa. Las prestaciones me parecen buenas pero no las ocupo, no ocupo lo de la casa ni el seguro porque me organizo con lo de mis propinas, es decir, si necesito ir al doctor pues voy a un particular.

47. ¿Recibe algún incentivo por realizar bien su trabajo?, ¿con qué frecuencia? Y ¿quién determina esto? Sí, de hecho se dan premios, se dan estímulos por no recibir reportes, por ser buena vendedora, dar muy buen servicio, por quedarse más tiempo a trabajar, porque nunca dices que no a lo que te ordenan hacer. Los estímulos consisten en algún reloj o diploma, generalmente no son estímulos económicos, son estímulos morales que hacen que te esfuerces por hacer mejor el trabajo.

IDENTIDAD OCUPACIONAL

48. ¿Cómo percibe que es el puesto de vendedora de piso? Yo pienso que es un puesto muy importante porque el trabajar para personas, el dar este servicio es muy difícil, entonces es muy importante saber hacerlo, saber conllevarte con muchas personas de diferente carácter, cómo las vas a entender tú, no nada más le digo ¿qué quiere o qué le sirvo? Y ya sino hacer que el cliente se sienta bien, que se sienta feliz, que tú le des gusto con lo que le sirvas por mínimo que sea y entonces no es fácil si no equilibras bien tu manera de pensar, nos enseñaron a concentrarnos en el puesto, como una doctora, como una enfermera, para hacer lo

que se debe hacer y que no se esté haciendo o pensando en otra cosa, pero es un puesto bonito, aprendes de la gente y damos un servicio muy importante.

49. Explique por qué le agrada o le desagrada el puesto de vendedora de piso. Me agrada porque es como una carrera que yo tengo, es como un oficio que yo adquirí y que aprendí. Me agrada porque me da la oportunidad de resolver mis problemas económicos, porque de allí he sostenido a mi familia, porque ahí en algunas ocasiones difíciles me han apoyado, me han dado la oportunidad de seguir adelante, incluso porque cuando yo entré, como ya te había dicho, yo no tenía el certificado de primaria y la empresa me ayudó a sacarlo y pues por eso lo valoro y respeto a la empresa y al puesto de trabajo que tengo, y si yo no valoro a la empresa pues tampoco me valoro a mí.

50. ¿Qué pros y contras le ha traído a su vida personal el ser vendedora de piso? Bueno, al principio el ser mesera era muy criticable, era muy censurado porque incluso a mi mamá una señora le llegó a decir que si tuviera una hija que fuera mesera le daría vergüenza y yo una vez le dije - mira mamá, que no te da pena que te diga eso, dile mejor que a ti sí te daría pena tener una hija drogadicta, borracha o vaga - porque esa señora así tenía unas hijas y a mi mamá si le daba pena porque antes no le daban el valor necesario. El ser mesera es una profesión tan importante y respetable como cualquier otra. Yo pienso que también depende de uno, de darnos nuestro valor porque este servicio que damos es honesto y bueno. Los beneficios que me ha traído es que puedo sostener a mi familia, sé que soy importante y me respetan por el buen servicio que doy, creo que esta carrera que tengo, porque el ser mesera es ahora mi carrera, me ha traído más pros que contras. Los contras nada más fueron al principio, cuando empecé a ser mesera pero nada más.

51. Explique cómo la empresa para la que usted trabaja valora el trabajo que usted desempeña como vendedora de piso. Yo honestamente pienso que Vips sí ha valorado mi trabajo porque si no, no llevaría tantos años aquí. Yo pienso que si ellos vieran que no les sirvo, que no vale mi trabajo, que no funciona mi manera de ser pues yo pienso que ya no me tuvieran porque ellos hacen eso. Vips no te perdona nada, siempre y cuando ellos vean que tú les sirvas, no eres

indispensable y tú tienes que demostrar que haces un buen trabajo, que das un excelente servicio, si yo quiero continuar aquí pues debo respetar y seguir las normas que me han dado, no me salgo de la línea, no me pongo a pedir cosas, no me salgo de lo que debo de hacer. Como nos han dicho - vendedoras hay muchas en la puerta para entrar - y así que depende de nosotras, Vips nos da la oportunidad.

52. ¿Cómo ve a la sociedad en general en cuanto a la valoración de las tareas que usted desempeña como vendedora de piso? Hay personas que sí saben valorar. Incluso a nivel de compañías, las personas han venido a valorar y a comparar nuestro servicio con el servicio de otras compañías y nos han dicho que nosotras damos un mejor servicio, les gusta mucho como somos nosotras en esta compañía. Estamos en un mundo con mucha libertad de expresión, las personas que nos critican pero no saben que nuestro trabajo también vale aunque no tengamos un título de licenciatura, yo aprendí a valorar mi trabajo y no hago caso a las personas que me critican, no voy a vivir de ellos y además nunca le vas a dar gusto a la gente y pues tú tienes tu criterio y valoras lo que tienes en las manos, pero en general todas las personas nos valoran y felicitan por nuestro servicio y pues nosotras le sacamos provecho a eso dando un mejor servicio.

53. ¿Se identifica con las labores que desarrolla en su puesto?, ¿por qué? Fíjate que una vez me puse a pensar que no había estudiado una carrera que escasamente había terminado la primaria y como que me dolió, y me puse a pensar en que por qué no pensaba que esta era mi profesión y mi carrera que yo estudié, lo vi de esa manera, es como si fuera licenciada o arquitecta, tal vez yo sola me lavé el cerebro, entonces lo tomé positivo y lo vi como una carrera y ya me gustó. Fíjate que para que me gustara mi trabajo pasaron 10 años, después ya le tomé cariño, lo vi de otra manera y me gustó. Si la empresa me liquida puedo poner un puesto de sopes; con esto te digo que sí me identifico con las labores que desempeño. Nuestro objetivo además de servir es vender y me identifico con eso, ahora quiero mucho a mi trabajo y hago mi mejor esfuerzo, me pongo metas y me digo que sí puedo hacerlo y pues lo logro.

54. ¿Alguna vez se imaginó ser vendedora de piso?, ¿cómo se dio esto? No, nunca me lo imaginé, mi objetivo era trabajar y trabajar, como te dije, al principio no me gustaba ni quería mi trabajo, además de que era muy censurado, además se sufre mucho. Yo le doy gracias a Dios por darme fuerza y aguante por tantos años, te digo, nuestro trabajo es muy bonito pero lo más difícil es conllevarte con tantas personas adentro de tu trabajo.

55. ¿Cuál es la percepción que tiene de la empresa para la que usted trabaja? Yo pienso que Vips es una gran compañía, muy bien organizada, muy preparada desde su principio, muy bien fortalecida, que aunque algunos gerentes no sean muy buenos Vips siempre ha salido adelante. Estoy muy encariñada con la empresa y hasta a veces mi familia me dice que el amor de mi vida ha sido Vips y pues no lo niego, porque de ahí he ayudado a sacar adelante a mi familia, catalogo a Vips como mi casa. Vips nos ha educado bien, ha sido como otros padres que nos han disciplinado y nos han dado mucho. La verdad estoy muy agradecida y si me liquidan no guardo ningún resentimiento porque ya obtuve todo lo que quise.

56. Si usted tuviera que dejar el trabajo de vendedora de piso por algún motivo, tiempo después ¿trataría de reingresar a la empresa?, ¿a otra empresa?, o ¿buscaría otro trabajo distinto?. Explique.

Si yo fuera joven regresaría a la empresa, pero a mi edad yo sé que ya no podría regresar. Mentalmente yo estoy preparada para salirme en el momento que sea necesario, en el momento en que yo deje de servirle a la empresa yo no diría nada, pero si definitivamente yo regresaría a ser vendedora en esta empresa porque es muy buena compañía.

Hora Final: 6:50 p.m.

Entrevista no.: 3

Fecha: 15-05-00

Lugar de entrevista: casa particular

Hora de inicio: 17 hrs.

DATOS GENERALES

1. ¿Cuántos años tiene? 24 años
2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad? Preparatoria incompleta
3. ¿Cuál es su estado civil? divorciada
4. ¿Con quién vive actualmente? papás
5. ¿Tiene hijos?, ¿cuántos hijos tiene? y ¿de qué edades son? Sí, una niña de 4 años

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

6. ¿Vive en casa propia o rentada? propia
7. Además de usted, ¿cuántas personas viven en su hogar? Mis papás, mis dos hermanos y mi hija. En total somos 6.
8. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted? Sólo mi hija
9. ¿A cuánto asciende su salario quincenal y sus propinas diarias? Recibo el salario mínimo y de propinas de $100.00 a $150.00 dependiendo de cuántas personas atienda.
10. ¿Tiene otro tipo de ingresos?, ¿Cuáles son? No.

TRAYECTORIA LABORAL ANTERIOR.

11. ¿Cuáles han sido sus trabajos anteriores y en qué han consistido?

Este es mi primer trabajo.

12. ¿Cuál fue el motivo por el cual dejó su empleo anterior a este?

INSERCIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.

13. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa y cómo fue su ingreso?

Llevo aquí un año. Cuando pasé frente a la unidad vi un cartel que decía que se solicitaba personal y entre ellos estaba el de vendedora. Pregunté, hablé con el gerente, hice solicitud, me hicieron exámenes y como a la semana me hablaron para decirme que me presentara en la unidad. Estando en la unidad firmé un contrato temporal de tres meses, me capacitaron y ya después comencé a trabajar.

CONDICIONES DE TRABAJO

14. ¿Cuántas horas labora en el restaurante a la semana y cuál es su turno?

Se supone que son 8 hrs., serían 48 hrs. pero en realidad a veces estamos hasta 10 hrs. en la unidad. Entro a las 3:00 p.m. y salgo a las 11:00 p.m., es decir que tengo el horario vespertino.

15. Describa una jornada de trabajo, desde que llega a su unidad hasta que se retira de ella.

Al llegar a la unidad lo primero que hago es saludar al gerente, él me da un block en el que tengo las notas, firmo de recibido y después voy a la estación en la que voy a estar. Veo en lugar de quién me voy a quedar y cuántos clientes le faltan porque se retiren, acomodo lo que voy a ocupar y comienzo a atender a los clientes. Voy a la mesa, les doy la bienvenida, les pongo los manteles y cubiertos y les doy la carta, les sugiero qué comer y me retiro. Aproximadamente en 3 minutos regreso y les tomo la orden. Llevo la orden a la cocina y checo mi orden, mientras se prepara lo que pedí pues sirvo el pan y los refrescos o lo que me hayan pedido de tomar, lo llevo a la mesa, regreso a la cocina y si ya está lista mi orden pues la llevo a la mesa. Conforme vea que van terminando pues les retiro los platos, nosotras les llamamos muertos. Me doy mis vueltas para ver si no les hace falta algo más o para sugerirles algún postre o café. Si no les falta otra cosa y si hay mucha gente esperando pues les dejo la cuenta y les digo que sigo a sus órdenes. Y así es con todos los clientes. Cuando termina mi turno comienzo a ver que no me hagan falta notas y que todos los consumos estén correctos. Voy a la caja y pido mi listado de notas. Ya que me las dan y veo que no falta nada, que todo está correcto, voy a mi estación, limpio todo, veo que todo haya quedado en

orden y entonces me voy a cambiar. Después me despido del gerente y ya me puedo retirar de la unidad. Otra cosa que se me olvidaba es que en la tarde, casi al llegar, como en la unidad. Hay una vendedora que se encarga de cubrirnos mientras comemos. Nos dan 45 minutos para comer y en ese lapso nuestra compañera cubre nuestras mesas. Ya después de comer continuo atendiendo mis mesas.

16. Describa qué cambios se han dado en sus tareas en el trabajo en el tiempo que lleva laborando en el restaurante.

Pues hasta ahorita no he notado algún cambio, tal vez porque llevo poco tiempo trabajando de vendedora.

17. Para desarrollar mejor su trabajo, ¿recibe cursos de capacitación?, ¿en qué consisten y cómo le han parecido?

Sí, de hecho cuando entré me dieron unos cursos de capacitación para saber atender al cliente, un curso de cómo debíamos maquillarnos y de todo lo relacionado con el funcionamiento de la cocina. Me parecieron cursos buenos porque eso nos ayuda a hacer mejor nuestro trabajo, para dar un buen servicio.

18. ¿Cómo se distribuye la carga de trabajo entre sus compañeras y quién decide esto?

Cada quien sabe lo que tiene que hacer. En sí, todas las vendedoras hacemos las mismas tareas, hay veces que si no hay suficientes garroteros pues nosotras tenemos que limpiar, pero eso no es siempre. Cuando tú ingresas a la unidad el gerente o el jefe de piso te dicen qué tareas debes hacer y eso es lo que hacemos siempre.

19. ¿Cómo percibe que son los tiempos que tiene para realizar sus tareas?

Francamente son tiempos muy apretados, nos traen como máquinas. No tenemos tiempo ni de respirar, todo aquí pasa muy rápido. Ha habido veces en que yo siento que ya no puedo, es tanto el cansancio que a veces se me cierran los ojos cuando estoy de pie y más porque hay ratitos en donde no hay mucha gente, pero no puedo dejar el trabajo por mi hija.

20. ¿Cuántas mesas tiene asignadas, cómo y quién decide esto?

Tengo de 5 a 6 mesas, todos los días nos cambian de estación y esto lo decide el gerente. El es quien nos acomoda.

21. De acuerdo al esfuerzo físico que realiza, ¿qué tipo de enfermedades se generan y con qué frecuencia?

Es demasiado el trabajo físico que hacemos y es un cansancio muy grande. Todo el tiempo estamos de pie. Esto nos ocasiona diferentes enfermedades. Una de ellas son las várices, imagínate, yo no tengo mucho tiempo trabajando aquí y sin embargo ya comenzaron a salirme. Así que ya podrás imaginar cómo están las compañeras que llevan más de 10 años trabajando aquí. El estrés es muy fuerte y llega a perjudicar nuestra salud en todos los sentidos. Yo me he enterado de crisis nerviosas que han tenido compañeras y que hasta al hospital han llegado a parar. A la empresa no le importa si te estás muriendo, tú tienes que venir a trabajar pase lo que pase. Yo una vez, después de cuatro meses de que entré me desmayé y lo único que hizo el gerente fue meterme a la cocina y a los tres minutos de que había recuperado el conocimiento me dijo que me levantara y me fuera a trabajar porque ya se me habían juntado las mesas y no había quién las atendiera. Ese mismo día, antes de irme el gerente me mandó llamar y me dijo que si no estaba bien o que si iba a seguir así pues que mejor renunciara. Otra enfermedad muy común son los resfriados por el aire acondicionado que hay en toda la unidad. Yo creo que el estrés, las várices y los resfriados son las enfermedades más comunes y las más frecuentes.

22. Explique cómo el deterioro físico repercute en la realización de su trabajo y en su vida familiar.

Pues el cansancio ocasiona que uno no pueda desempeñar bien su trabajo. De verdad hay ocasiones en que ya no podemos y los gerentes en lugar de alentarnos nos regaña y hasta con groserías nos han llegado a hablar. Esto hace que nos desanimemos. Con los resfriados pues no tenemos muchas fuerzas, quisiéramos sentarnos aunque sea un minuto y ni eso podemos hacer. Las compañeras que llevan muchos años trabajando de repente me dicen que les duelen mucho las piernas o que las traen muy hinchadas. Todas las enfermedades que aquí se dan hacen que en todos los sentidos nuestro trabajo se

vea afectado y en nuestra vida familiar pues a mí en lo particular me ha afectado mucho porque no puedo rendir al cien por ciento para mi niña. Hay veces que estoy tan cansada que no tengo ánimos de jugar con ella, o de salir con mis papás, lo único que a veces quiero es dormir y eso me hace sentir muy mal. Ya casi no salgo de mi casa y eso de repente es muy deprimente. A veces pienso que no soy buena mamá por descuidar tanto a Mariana.

23. Cuando hay poco personal, ¿está usted sujeta a ser llamada a trabajar fuera de sus horas normales de trabajo?, ¿cómo percibe este tipo de situaciones?

Sí, en algunas ocasiones han hecho que yo vaya a trabajar al día siguiente temprano y pues es mucho desgaste, además porque no puedes decir que no si no al rato te cargan la mano. Aunque esto no es muy seguido, yo lo veo muy mal porque nuestro trabajo es muy desgastante y si somos llamadas a trabajar tenemos menos horas de recuperación.

24. ¿Cómo son y en qué consisten los alimentos que recibe por parte de la empresa?

Los alimentos que recibimos son malos porque no están bien balanceados, son altos en colesterol y muy calóricos y pues nos piden que estemos delgadas pero ellos no hacen nada para ayudarnos, sino al contrario, pareciera que nos tienen en engorda con lo que nos dan y nosotras haber cómo le hacemos pero no debemos subir de peso, a parte de que los alimentos no son muy nutritivos que digamos, pero de alguna forma se les agradece porque nos dan de comer. Nosotras tenemos un menú especial el cual es tomado de la carta para los clientes, pero nosotras no tenemos mucho de donde escoger.

25. ¿Cuáles son sus expectativas sobre su trabajo, piensa permanecer trabajando en la empresa o piensa dejarlo?

Quisiera dejarlo, es bonito atender a la gente, pero la verdad es que nos tratan muy mal, además es un trabajo muy desgastante. Sin embargo, por el momento tengo que continuar, al menos hasta que encuentre un mejor trabajo que pueda darme lo suficiente para mantener a mi niña.

26. De las tareas que realiza, ¿cuáles son las que más le agradan, cuáles son las que más le desagradan y por qué?

Me gusta lo que hago, además porque no es difícil, son cosas que sabemos hacer desde la casa, es decir, que nos enseñan desde pequeñas. Lo que no me gusta es la presión tan grande que tenemos por parte de los gerentes, nos exigen vender más y hacer todo más rápido pero eso sí con muy buena calidad, debemos dar un servicio de primera.

RELACIONES LABORALES

27. Describa cómo es el trato dado por parte del gerente y superiores.

No muy agradable. Cuando haces lo que te ordenan, como te lo ordenan y en el instante mismo en el que te lo piden pues te tratan bien, no tienes ningún problema, pero si algo no les parece, por muy mínimo que sea, te regañan, te gritan y hasta con groserías nos llegan a hablar. Todo el día se la pasan presionándonos de que debemos vender más.

28. ¿Se siente a gusto con la forma que la tratan sus superiores?

Me es indiferente, ya me acostumbré pero no me gusta como nos tratan, sin embargo no puedo hacer nada al respecto.

29. ¿Qué problemas ha tenido con sus superiores?

Problemas?...una vez que el gerente me habló con groserías y yo no me dejé me suspendieron dos días seguidos de la unidad. Así que ya aprendí a no decir nada cuando nos hablen feo.

30. ¿Cómo percibe que es tomada su opinión cuando sugiere algo para mejorar el trabajo?

De repente, cuando el gerente está de buen humor pues sí te toman en cuenta si sugieres algo, pero si ellos no están de buenas pues es mejor no decir nada porque ni nos hacen caso, sólo para regañarnos nos dirigen la palabra.

31. Describa cómo es su relación con sus compañeras vendedoras de piso?

Yo no he tenido problemas con ninguna, creo que es una buena relación, mientras no te metas con nadie te la llevas muy tranquilo. Si cada quien se concreta a hacer su trabajo y no te metes en las mesas de las demás o en las cosas que estén utilizando pues no tienes problemas.

32. Describa cómo es su relación con sus demás compañeros de trabajo (cocineros, garroteros, cajeras) y ¿cómo éstas relaciones favorecen o complican la realización de sus tareas?

Creo que es buena, si tú no te llevas bien con los demás simplemente tus mesas van a ser las peor atendidas. Somos un equipo y tenemos todos que poner nuestro granito de arena. Si no te llevas bien con el cocinero pues no te dan la comida bien o no te la decoran o te dan menos o frío. Y así con las demás personas que laboran en el restaurante. Para poder desempeñar bien tu trabajo, para dar un buen servicio, debes llevarte bien con todos para que el cliente se vaya satisfecho y a ti te dejen una buena propina.

33. Describa cómo es su relación con los clientes.

En general es buena, excepto con las personas que en ocasiones se han querido pasar de listos conmigo. Ha habido ocasiones en que los clientes me han insinuado cosas o se han portado muy groseros porque creen que nosotras somos sus sirvientas, pero estas son excepciones.

HOSTIGAMIENTO SEXUAL

34. ¿Alguna vez se ha sentido hostigada sexualmente por parte de sus superiores, compañeros de trabajo o clientes?, ¿cómo se ha dado esto?

Sí, por parte de un cliente. Él siempre llegaba alrededor de las 9:30 p.m., pedía mi mesa y siempre lo único que consumía era café. Varias veces me llegó a tomar la pierna y a decirme que me esperaba a la salida para ir a algún lugar más cómodo. Yo al principio pues trataba de disculparme de la manera más atenta, le decía que no podía porque vendrían por mí, o que ya tenía otro compromiso, pero un día me dijo que si no aceptaba le iba a decir al gerente que lo estaba atendiendo muy mal y que la que se le estaba insinuando era yo. Ese día le dije al gerente que había un cliente que siempre pedía mis mesas, que se me estaba insinuando y que era una situación muy incómoda, que no me quería portar grosera con él pero que ya no sabía qué hacer, que le pedía su ayuda para arreglar la situación pero la única respuesta que recibí del gerente fue que era mi problema, que tenía que aguantarme porque tal vez yo era la que había incitado al cliente, y que si prefería

podía renunciar. Ese día terminé de atender al cliente y le dije que no importaba que me reportara, que ya le había dicho la situación al gerente, que yo siempre había sido amable con él y que no queríamos problemas. Yo no sé si el cliente me creyó o no pero ese día se terminó su café y hasta el momento no lo he vuelto a ver, pero la verdad es que yo salía todas las noches de la unidad con temor, no sabía de lo que era capaz de hacer ese cliente.

35. ¿Cómo es su trato con los clientes (son respetuosos o suelen decirle piropos, tocare la mano o los hombros, o le hacen insinuaciones)?

Lo que te acabo de decir ha sido la única situación incómoda que he tenido, aunque algunas veces los clientes no son muy amables con nosotras, a veces nos piden las cosas muy groseramente, pero no es siempre.

36. Si los clientes son irrespetuosos y usted lo menciona a sus superiores, ¿qué respuestas le dan a usted?

Como ya te dije, los gerentes no nos apoyan, nosotras tenemos que rascarnos con nuestras propias uñas.

37. ¿Cómo ha resuelto las situaciones incómodas que ha tenido con los clientes?

Pues cuando se portan groseros yo me porto más amable, trato de comportarme diferente a ellos y al final ellos se portan un poco mejor.

MOVILIDAD

38. ¿Cómo ve usted la posibilidad de ascenso dentro de su empresa?

Hasta el momento no me han ofrecido ningún ascenso, pero sé que si lo proponen dependiendo de la antigüedad que se tenga.

39. Mencione cuáles son los puestos a los que puede ascender y cuáles son los mecanismos para poder obtener ascender.

A ciencia cierta no sé cuáles son los mecanismos para que nos den los ascensos pero sé que podemos ser hostess, cajeras, contadoras, jefas de piso y creo que también gerente.

40. ¿Considera que con las habilidades que usted tiene puede ocupar en estos momentos otros puestos de mayor jerarquía?, ¿cuáles?. Explique.

No porque los cursos que me han dado han sido exclusivamente para lo que hago. Cuando te dan cursos no se meten en lo que hacen en otros puestos, sólo se concretan a decirte cómo tratar al cliente y cómo preparar la comida. Además ni siquiera terminé la preparatoria y no sé muchas cosas del restaurante.

41. ¿Qué pros y contras cree que puede obtener al obtener un ascenso?

Por lo que sé no hay beneficios más que el título de tener una categoría más alta pero dicen que las horas de trabajo son mayores y la paga no es mucho mayor a la de nosotras. Además diario llevo dinero a la casa y en los demás puestos te pagan cada quincena.

42. En el tiempo que lleva laborando en esta empresa, ¿ha recibido alguna propuesta para ascenderla?, ¿en qué consistía?, ¿cuál fue su respuesta?

No, nunca me han dicho nada al respecto.

REMUNERACIONES

43. ¿Cómo considera que es el salario que percibe en relación con su trabajo?

Muy bajo, si no fuera por las propinas no valdría la pena. Nosotras trabajamos mucho, el desgaste es mucho y la paga no vale lo que nosotras nos desgastamos.

44. Explique ¿cómo y quién determina las remuneraciones que usted percibe?

Desde que entras a la unidad el gerente te dice cuánto te van a pagar y en el contrato ya está estipulado.

45. Mencione ¿qué es lo que tiene para usted mayor importancia de sus remuneraciones y explique por qué?

Obviamente las propinas porque es de las propinas de lo que vivo y mantengo a mi hija. El salario es muy bajo y eso no alcanza para nada pero con las propinas puedo sobrevivir.

46. Mencione ¿cuáles son las prestaciones que otorga la empresa, cómo las considera y con qué frecuencia las utiliza usted?

Tenemos todas las que marca la ley y la que más utilizo es la del seguro social. De las demás no podría decirte.

47. ¿Recibe algún incentivo por realizar bien su trabajo?, ¿con qué frecuencia? Y ¿quién determina esto?

No, nunca he recibido nada, bueno, solo por parte de los clientes cuando me felicitan por mi buen servicio, o me dejan buenas propinas. Eso me alienta más a hacer mejor mi trabajo, pero por parte de la empresa ni las gracias nos dan.

IDENTIDAD OCUPACIONAL

48. ¿Cómo percibe que es el puesto de vendedora de piso?

Es un puesto bonito e importante porque además de darles de comer a las personas damos un servicio para que ellos se sientan satisfechos y a gusto. Creo que el ser vendedora es una ocupación importante.

49. Explique por qué le agrada o le desagrada el puesto de vendedora de piso.

Me agrada porque en primera puedo mantener a mi hija, porque me gusta atender a las personas, me gusta todo lo que hago aquí, pero detesto a los gerentes, ese es el punto negro de este trabajo.

50. ¿Qué pros y contras le ha traído a su vida personal el ser vendedora de piso?

Los beneficios han sido que puedo valerme por mí misma, soy independiente, puedo mantener a mi hija, he aprendido mucho de los clientes, soy un poco más madura y responsable, sé que soy importante y que soy útil. Los contras es que a veces el cansancio hace que no le preste la atención suficiente a Mariana y a mi familia.

51. Explique cómo la empresa para la que usted trabaja valora el trabajo que usted desempeña como vendedora de piso.

No nos valoran, lo único que les importa es que los enriquezcamos más. A ellos no les importa si renuncias porque afuera hay muchas chavas que quieren nuestro trabajo, eso es lo que nos dicen los gerentes. A la empresa no les importa si estás enferma o si tienes problemas, a ellos les importa que tú vendas, vendas y vendas.

52. ¿Cómo ve a la sociedad en general en cuanto a la valoración de las tareas que usted desempeña como vendedora de piso?

Muchas personas no saben todo lo que implica este puesto, creen que es muy ligero este trabajo, no saben que es pesado estar todo el día de pie y lidiando con

los gerentes, por eso creo que no valoran suficiente nuestro trabajo, pero es por eso, porque no saben cómo es el asunto del otro lado del restaurante. Sin embargo, mucha gente nos agradece lo bien que los tratamos.

53. ¿Se identifica con las labores que desarrolla en su puesto?, ¿por qué?

Sí, me gusta lo que hago, me gusta atender a las personas y hacer que se sientan bien. Además son parte de las cosas que nos enseñan a hacer en nuestras casas.

54. ¿Alguna vez se imaginó ser vendedora de piso?, ¿cómo se dio esto?

No, nunca lo imaginé. Tal vez si no me hubiera casado y no hubiera tenido a Mariana no sabría en este momento qué es ser vendedora.

55. ¿Cuál es la percepción que tiene de la empresa para la que usted trabaja?

Que es una empresa muy grande y fuerte, muy bien cimentada pero nada mas.

56. Si usted tuviera que dejar el trabajo de vendedora de piso por algún motivo, tiempo después ¿trataría de reingresar a la empresa?, ¿a otra empresa?, o ¿buscaría otro trabajo distinto?. Explique.

Regresaría si nos trataran mejor los gerentes, si nos apoyaran más y nos valoraran como personas que somos, me gusta lo que hago pero no me gusta mucho como nos tratan. Si todo fuera igual pues buscaría otro trabajo de otro tipo y en otro lado, pero por desgracia no tengo la preparación suficiente para que pueda conseguir otro tipo de trabajo. No me quejo, pero no es muy agradable que te traten mal.

Entrevista no. : 7

Fecha: 20-05-00

Lugar de entrevista: Casa propia

Hora de inicio: 6:20 p.m.

DATOS GENERALES

1. ¿Cuántos años tiene? 29 años
2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad? Preparatoria
3. ¿Cuál es su estado civil? Casada
4. ¿Con quién vive actualmente? Con mi esposo
5. ¿Tiene hijos?, ¿cuántos hijos tiene? y ¿de qué edades son? Uno de 6 años

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

6. ¿Vive en casa propia o rentada? Rentada
7. Además de usted, ¿cuántas personas viven en su hogar? Mi esposo y mi hijo
8. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted? Mi hijo
9. ¿A cuánto asciende su salario quincenal y sus propinas diarias? Gano el salario mínimo y de propinas gano de $100.00 a $150.00 diarios
10. ¿Tiene otro tipo de ingresos?, ¿Cuáles son? No.

TRAYECTORIA LABORAL ANTERIOR.

11. ¿Cuáles han sido sus trabajos anteriores y en qué han consistido?

Fui recepcionista de una compañía que vende material para construcción.

12. ¿Cuál fue el motivo por el cual dejó su empleo anterior a este?

Porque nació mi hijo y mi esposo y yo decidimos que dejaría de trabajar por un tiempo.

INSERCIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.

13. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa y cómo fue su ingreso?

Llevo tres años trabajando aquí. Un amigo de mi esposo era gerente de un Vips y él me recomendó con el gerente de la unidad a la que yo ingresé. Me entrevisté con el gerente hice exámenes, firmé contrato y me capacitaron para entrar a piso como dos semanas después.

CONDICIONES DE TRABAJO

14. ¿Cuántas horas labora en el restaurante a la semana y cuál es su turno?

Cuando ingresé trabajaba en el turno de la tarde, pero desde hace un año comencé a trabajar en la mañana de 7:00 a.m. a 3:00 p.m. y trabajo en promedio de 8 a 9 hrs. diario con un día de descanso.

15. Describa una jornada de trabajo, desde que llega a su unidad hasta que se retira de ella.

Llego, recojo mi block, voy a mi estación, preparo mis mesas, el café, veo que no haga falta nada del servicio básico. En cuanto a los clientes les pongo los manteles, los cubiertos, les ofrezco café o copa con yoghurt, les doy la carta, les tomo la orden, la llevo a la cocina, preparo el pan o tortillas, según lo que vayan a comer los clientes. Llevo las bebidas, la comida. Voy recogiendo los platos, y doy la cuenta. Al final de la jornada reúno mis notas veo que todo esté completo. Limpio mi estación, entrego mis notas al gerente. Me cambio, me despido y me voy.

16. Describa qué cambios se han dado en sus tareas en el trabajo en el tiempo que lleva laborando en el restaurante.

Las tareas han sido las mismas, lo que ha cambiado es que nos exigen que vendamos más. A veces si estoy cerca de la puerta cuando llega algún cliente y si el gerente me detiene, me manda a que venda, por las mañanas temprano una copa de fruta con yoghurt y si no la vendo me regaña y hace que la pague yo. Ahora es cada vez más la venta y antes lo más importante era solamente dar un servicio de excelencia.

17. Para desarrollar mejor su trabajo, ¿recibe cursos de capacitación?, ¿en qué consisten y cómo le han parecido?

Sí, nos dan cursos de volver a lo básico sirve para saber cómo tratar a los clientes, de autoestima, de maquillaje, y si fallas en tu trabajo y recibes tres reportes te mandan nuevamente al curso que te dan cuando ingresas a la unidad. Creo que los cursos son buenos y te ayudan a desempeñar bien tu trabajo.

18. ¿Cómo se distribuye la carga de trabajo entre sus compañeras y quién decide esto?

Todos en la unidad sabe qué tiene que hacer, somos un equipo y como equipo ya tenemos designadas nuestras tareas para que todo salga bien. Cada quien en su puesto sabe lo que tiene que hacer, por eso nos contratan, yo soy vendedora, firmo contrato de vendedora y hago las tareas de una vendedora, así es en todos los puestos.

19. ¿Cómo percibe que son los tiempos que tiene para realizar sus tareas?

Muy apretados.

20. ¿Cuántas mesas tiene asignadas, cómo y quién decide esto?

De 5 a 7 mesas, esto depende de cuántas vendedoras haya en la unidad y esto lo decide el gerente.

21. De acuerdo al esfuerzo físico que realiza, ¿qué tipo de enfermedades se generan y con qué frecuencia?

Enfermedades respiratorias, problemas en la columna, várices y gastritis. Son muy frecuentes estas enfermedades por las condiciones en las que estamos trabajando. Por el aire acondicionado y los cambios de temperatura se dan las enfermedades respiratorias. Por estar todo el día de pie y cargar cosas los dolores de espalda y las várices y por tanta presión la gastritis.

22. Explique cómo el deterioro físico repercute en la realización de su trabajo y en su vida familiar.

Yo creo que si uno no está sano no puede desempeñar bien su trabajo ni estar bien con la familia. A mí me cuesta trabajo hacer bien mis labores y atender a mi familia cuando estoy enferma. Esto ha sido un poco difícil porque estas enfermedades son muy frecuentes y no nos dan incapacidad, entonces nosotras no podemos reponernos bien y eso nos afecta en todo.

23. Cuando hay poco personal, ¿está usted sujeta a ser llamada a trabajar fuera de sus horas normales de trabajo?, ¿cómo percibe este tipo de situaciones?
Sí, esto no sucede muy a menudo pero sí sucede. Esto es algo que debemos hacer queramos o no y es muy incómodo porque si tú ya tenías planes de hacer otra cosa pues te cambian todo y a veces complican tu vida.

24. ¿Cómo son y en qué consisten los alimentos que recibe por parte de la empresa?
Los alimentos son iguales que los que les servimos a los clientes, lo que sí es que nosotras tenemos un menú especial por lo que no podemos comer cualquier cosa, solo podemos escoger entre pocos platillos. En cuanto a la calidad pues son buenos pero no son alimentos balanceados, tienen mucho colesterol y son poco nutritivos.

25. ¿Cuáles son sus expectativas sobre su trabajo, piensa permanecer trabajando en la empresa o piensa dejarlo?
Me gusta lo que hago y me gustaría continuar trabajando aquí pero quisiera cambiarme de unidad, ya no me gusta estar aquí.

26. De las tareas que realiza, ¿cuáles son las que más le agradan, cuáles son las que más le desagradan y por qué?
Me desagrada vender a la fuerza, que me exijan que venda y que si lo ofrezco y no logro venderlo me hagan pagarlo o casi a la fuerza venderlo. De ahí en fuera todo me gusta, me gusta todo lo que hago.

RELACIONES LABORALES

27. Describa cómo es el trato dado por parte del gerente y superiores.
No es muy bueno, los gerentes son muy prepotentes, déspotas y piensan que son nuestros dueños.

28. ¿Se siente a gusto con la forma que la tratan sus superiores?
No pero no hay mucho qué hacer al respecto.

29. ¿Qué problemas ha tenido con sus superiores?
Por exigir que venda a la fuerza.

30. ¿Cómo percibe que es tomada su opinión cuando sugiere algo para mejorar el trabajo?

No es tomada en cuenta.

31. Describa cómo es su relación con sus compañeras vendedoras de piso?

Me llevo bien con todas, claro que hay personas con las que me llevo mejor, haces buenas amistades aquí.

32. Describa cómo es su relación con sus demás compañeros de trabajo (cocineros, garroteros, cajeras) y ¿cómo éstas relaciones favorecen o complican la realización de sus tareas?

Es buena, todos tratamos de llevarnos bien para que como tú me dices favorezcan la realización de nuestras tareas. Entre mejor nos llevemos más fácil es llevar a cabo nuestro trabajo.

33. Describa cómo es su relación con los clientes.

Buena. Siempre me he llevado bien con ellos.

HOSTIGAMIENTO SEXUAL

34. ¿Alguna vez se ha sentido hostigada sexualmente por parte de sus superiores, compañeros de trabajo o clientes?, ¿cómo se ha dado esto?

Pues... ¿tengo que contestar?, preferiría no hacerlo, no quiero decir nada al respecto.

35. ¿Cómo es su trato con los clientes (son respetuosos o suelen decirle piropos, tocare la mano o los hombros, o le hacen insinuaciones)?

Siempre han sido respetuosos, sí me han dicho piropos pero siempre con respeto.

36. Si los clientes son irrespetuosos y usted lo menciona a sus superiores, ¿qué respuestas le dan a usted?

37. ¿Cómo ha resuelto las situaciones incómodas que ha tenido con los clientes?

MOVILIDAD

38. ¿Cómo ve usted la posibilidad de ascenso dentro de su empresa?

Creo que sí hay posibilidades de ascender, cada tres meses hacen convocatorias para ascender.

39. Mencione cuáles son los puestos a los que puede ascender y cuáles son los mecanismos para poder obtener ascender.

Podemos ser cajeras, auxiliares administrativas, jefas de piso y hasta gerente pero en cuanto a los mecanismos solo sé que hay que hacer exámenes y que te ponen a prueba, pero a ciencia cierta no lo sé porque no he hecho el intento por ascender.

40. ¿Considera que con las habilidades que usted tiene puede ocupar en estos momentos otros puestos de mayor jerarquía?, ¿cuáles?. Explique.

Tal vez podría ser cajera o auxiliar administrativa, conozco más o menos sus funciones porque tengo amigas ahí.

41. ¿Qué pros y contras cree que puede obtener al obtener un ascenso?

Creo que a mí no me convendría aceptar un ascenso porque por lo que sé, un ascenso conlleva a tener mayores responsabilidades, más tiempo y el salario no es mayor al que gano y si yo aceptara un ascenso tendría menos tiempo de estar con mi hijo.

42. En el tiempo que lleva laborando en esta empresa, ¿ha recibido alguna propuesta para ascenderla?, ¿en qué consistía?, ¿cuál fue su respuesta?

Sí, me han dicho que me pueden capacitar para cajera o auxiliar, pero no he querido por lo que ya te mencioné.

REMUNERACIONES

43. ¿Cómo considera que es el salario que percibe en relación con su trabajo?

Pienso que el salario es muy pobre. Nosotras trabajamos mucho, tenemos un gran desgaste y el salario no compensa en nada lo que nosotras nos agotamos, lo único bueno son las propinas.

44. Explique ¿cómo y quién determina las remuneraciones que usted percibe?

El salario ya está estipulado, va cambiando conforme cambia el salario mínimo pero es algo que ya está dado.

45. Mencione ¿qué es lo que tiene para usted mayor importancia de sus remuneraciones y explique por qué?

Las propinas, ya que de ellas es de donde más contribuyo al gasto de la casa y para comprarle cosas a mi hijo.

46. Mencione ¿cuáles son las prestaciones que otorga la empresa, cómo las considera y con qué frecuencia las utiliza usted?

Tenemos todas las de la ley como el infonavit, utilidades, aguinaldo, imss. La verdad es que hasta ahorita solo he ocupado el seguro porque sin incapacidad no puedo faltar a trabajar y aún con incapacidad a veces nos hacen venir a trabajar. El seguro se me hace una porquería pero solo voy por la incapacidad porque por ejemplo, yo llevo a mi hijo al seguro y luego voy con su pediatra y es particular porque yo en el seguro no confío.

47. ¿Recibe algún incentivo por realizar bien su trabajo?, ¿con qué frecuencia? Y ¿quién determina esto?

No, hasta el momento nada.

IDENTIDAD OCUPACIONAL

48. ¿Cómo percibe que es el puesto de vendedora de piso?

Creo que es un puesto importante y bonito porque es un servicio que brindamos a la sociedad.

49. Explique por qué le agrada o le desagrada el puesto de vendedora de piso.

Me agrada servir a las personas, me gusta todo lo que hago, es un bonito trabajo pero no me gusta, detesto a los gerentes.

50. ¿Qué pros y contras le ha traído a su vida personal el ser vendedora de piso?

Los pros es que soy independiente, puedo ayudarle a mi esposo en los gastos y puedo darme el lujo de comprar cosas para mi familia. He aprendido de los clientes y he encontrado cosas en mí que pensé que no tenía. A mí antes me costaba relacionarme con la gente, a pesar de que antes trabajé como recepcionista yo me sentía insegura al hablar con la gente y pues en este trabajo

se me quitó. Los contras es que estoy tensa en esa unidad y eso me dificulta mi trabajo.

51. Explique cómo la empresa para la que usted trabaja valora el trabajo que usted desempeña como vendedora de piso.

No valoran nuestro trabajo, creen y nos lo han dicho, que nosotras vamos y venimos que hay muchas que quieren nuestro trabajo y que si no lo aprovechamos otra ya lo hará. No nos agradecen lo que hacemos o que elevamos sus ventas pero sí nos regañan cuando algo no sale bien.

52. ¿Cómo ve a la sociedad en general en cuanto a la valoración de las tareas que usted desempeña como vendedora de piso?

Antes me daba pena que supieran que yo era vendedora pero un día me encontré a un cliente en la calle, me reconoció y me agradeció mi trabajo, me dijo que le gustaba ir a ese Vips porque sabía que recibiría un buen trato y desde entonces ya no me da pena decir que soy vendedora, además creo que la sociedad cree que nuestro trabajo vale mucho y que es importante.

53. ¿Se identifica con las labores que desarrolla en su puesto?, ¿por qué?

Me gusta lo que hago pero no es algo que sea mi ideal porque servir comida lo hago también en la casa, claro que no es lo mismo pero sí parecido.

54. ¿Alguna vez se imaginó ser vendedora de piso?, ¿cómo se dio esto?

Nunca antes lo había pensado, pero cuando mi hijo ya estuvo un poco más grande yo ya quería trabajar otra vez y además sabía que lo necesitábamos, así que cuando se dio la oportunidad pues ni lo pensé, lo acepté y aquí estoy.

55. ¿Cuál es la percepción que tiene de la empresa para la que usted trabaja?

Una empresa poderosa, líder entre las otras cadenas restauranteras de este tipo de comida.

56. Si usted tuviera que dejar el trabajo de vendedora de piso por algún motivo, tiempo después ¿trataría de reingresar a la empresa?, ¿a otra empresa?, o ¿buscaría otro trabajo distinto?. Explique.

No lo sé, tal vez sí, son buenas propinas y la verdad sí conviene por ese lado. Si volviera a ser vendedora lo sería de aquí pero con otro gerente porque el que tenemos es imposible. 7:05 p.m.

Entrevista no. : 11

Fecha: 24-05-00

Lugar de entrevista: Casa particular

Hora de inicio: 17:15 hrs.

DATOS GENERALES

1. ¿Cuántos años tiene? 42 años
2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad? Secundaria
3. ¿Cuál es su estado civil? Casada
4. ¿Con quién vive actualmente? Esposo e hijos
5. ¿Tiene hijos?, ¿cuántos hijos tiene? y ¿de qué edades son? Cuatro, el más grande tiene 20, después uno de 18 y unas gemelas de 17 años

SITUACIÓN SOCIOECONÓMICA

6. ¿Vive en casa propia o rentada? Propia
7. Además de usted, ¿cuántas personas viven en su hogar? Somos en total 6
8. ¿Cuántas personas dependen económicamente de usted? Mis cuatro hijos
9. ¿A cuánto asciende su salario quincenal y sus propinas diarias? Gano el salario mínimo y en propinas me llevo entre $100.00 y $150.00 diarios
10. ¿Tiene otro tipo de ingresos?, ¿Cuáles son? No.

TRAYECTORIA LABORAL ANTERIOR.

11. ¿Cuáles han sido sus trabajos anteriores y en qué han consistido?

A los 15 años comencé a trabajar en una lavandería, ahí estuve 4 años. Después trabajé en una fonda por casi tres años.

12. ¿Cuál fue el motivo por el cual dejó su empleo anterior a este? Dejé la fonda porque nació mi primer hijo.

INSERCIÓN EN LA INDUSTRIA RESTAURANTERA.

13. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en esta empresa y cómo fue su ingreso?

16 años son los que llevo aquí. Tengo una amiga que trabajó de vendedora aquí y ella fue la que me trajo. Hablé con el gerente y ni siquiera me hicieron exámenes, solo me entrevisté y a los quince días yo ya estaba trabajando. Nada más me dieron capacitación por una semana.

CONDICIONES DE TRABAJO

14. ¿Cuántas horas labora en el restaurante a la semana y cuál es su turno?

Qué serán, entre 54 y 60 hrs. y tengo el turno de la mañana.

15. Describa una jornada de trabajo, desde que llega a su unidad hasta que se retira de ella.

En el instante en que llego a la unidad voy a saludar al gerente, me da mis notas y me dirijo a mi estación. Debo revisar que mis mesas tengan el servicio básico, lleno mis jarras con café y acomodo todo para cuando empiecen a llegar los clientes. En cuanto a la atención a los clientes pues les acomodo los manteles y cubiertos, les doy las cartas, les tomo la orden, les llevo los alimentos, trato de mantener su mesa limpia, les ofrezco café o algo adicional a lo que me pidieron y les doy sus notas de consumo. Esto es lo que hago todos los días en cuanto a esto. Cuando dan las 3 p.m. comienzo a acomodar mis notas y checo con el listado de la caja que todo esté completo, limpio mi estación y al terminar esto puedo retirarme.

16. Describa qué cambios se han dado en sus tareas en el trabajo en el tiempo que lleva laborando en el restaurante.

Las tareas siempre han sido las mismas, lo que sí es que los tiempos que nos dan para tomar la orden y servir son más cortos, ahora nos exigen vender más y antes lo más importante era dar un excelente servicio.

17. Para desarrollar mejor su trabajo, ¿recibe cursos de capacitación?, ¿en qué consisten y cómo le han parecido?

Sí, nos dan cursos de maquillaje, de autoestima, de cómo tratar al cliente y a las más nuevas las mandan a cursos sobre lo que se hace aquí en la unidad. Me parecen buenos los cursos, nos sirven aunque a veces te aburren.

18. ¿Cómo se distribuye la carga de trabajo entre sus compañeras y quién decide esto?

Aquí nos han enseñado que todos formamos parte de un gran equipo y que si algo no funciona bien todo sale mal. Así que cada quien ya sabe qué es lo que tiene que hacer.

19. ¿Cómo percibe que son los tiempos que tiene para realizar sus tareas?

Muy cortos, cada vez nos reducen más los tiempos. Antes me acuerdo que nos daban casi cinco minutos, ahora ya son 3 minutos.

20. ¿Cuántas mesas tiene asignadas, cómo y quién decide esto?

Varía según el personal que haya, pero en general son de 5 a 7 mesas y esto lo decide el gerente.

21. De acuerdo al esfuerzo físico que realiza, ¿qué tipo de enfermedades se generan y con qué
frecuencia?

Aquí siempre tenemos problemas de várices o de dolores de espalda, esto es lo más común, aunque también nos enfermamos de la garganta, pero como que ya estamos acostumbradas, lo que sí es duro son los dolores de espalda o por las várices en las piernas.

22. Explique cómo el deterioro físico repercute en la realización de su trabajo y en su vida familiar.

Si de por sí es pesado nuestro trabajo, con dolencias pues es más complicado realizar nuestras tareas pero tenemos que aguantar. En mi vida familiar pues nada más que no puedo atender a mis hijos como yo quisiera, pero ellos son muy comprensivos y me ayudan mucho.

23. Cuando hay poco personal, ¿está usted sujeta a ser llamada a trabajar fuera de sus horas normales de trabajo?, ¿cómo percibe este tipo de situaciones?

Sí, pero esto es muy raro. Creo que no puedo negarme porque es parte de lo estipulado en el contrato pero no es muy agradable porque te descontrolan en tus otras actividades.

24. ¿Cómo son y en qué consisten los alimentos que recibe por parte de la empresa?

En la mañana nos mandan a desayunar. No tenemos una hora fija de desayuno, sino que es conforme pase otra compañera que mientras nosotras desayunamos cubre nuestras mesas. Lo que comemos es de la misma calidad que lo que se les da de comer a los clientes pero no es un menú balanceado, se les agradece pero no es muy bueno que digamos.

25. ¿Cuáles son sus expectativas sobre su trabajo, piensa permanecer trabajando en la empresa o piensa dejarlo?

A mi edad creo que no encontraría otro trabajo y además ya me acostumbre y me gusta estar aquí.

26. De las tareas que realiza, ¿cuáles son las que más le agradan, cuáles son las que más le desagradan y por qué?

Todo me gusta, es bonito aunque muy cansado.

RELACIONES LABORALES

27. Describa cómo es el trato dado por parte del gerente y superiores.

Es como en todo, hay rachas de problemas y rachas en las que te la llevas tranquila, mi relación con el gerente solo es de trabajo y me mantengo al margen en todo.

28. ¿Se siente a gusto con la forma que la tratan sus superiores?

Más o menos, no es muy agradable cuando nos gritan o nos regañan delante de todos.

29. ¿Qué problemas ha tenido con sus superiores?

Problemas como todos, nada serio, problemas por no hacer las cosas tan rápido como quiere o por no vender más.

30. ¿Cómo percibe que es tomada su opinión cuando sugiere algo para mejorar el trabajo?

De repente nos hace caso, pero no es siempre.

31. Describa cómo es su relación con sus compañeras vendedoras de piso?

Me trato de llevar bien con todas, de repente como que sí hay fricciones pero hablando se han solucionado las cosas.

32. Describa cómo es su relación con sus demás compañeros de trabajo (cocineros, garroteros, cajeras) y ¿cómo éstas relaciones favorecen o complican la realización de sus tareas?

Me llevo bien con todos, tratamos de resolver los malos entendidos desde un principio para que no se den problemas mayores porque es muy incómodo trabajar con malas caras o que te den mal las cosas que pides para los clientes.

33. Describa cómo es su relación con los clientes.

Buena, hay de todo aquí, hay clientes que te hablan bien, que te tratan bien y hay otros enojones y malhumorados, pero nunca he tenido problemas con ninguno.

HOSTIGAMIENTO SEXUAL

34. ¿Alguna vez se ha sentido hostigada sexualmente por parte de sus superiores, compañeros de trabajo o clientes?, ¿cómo se ha dado esto?

Una vez con un gerente, hace como 8 años este gerente no me dejaba en paz, varias veces vino mi esposo por mí para que viera que en verdad era casada y que no quería problemas, pero no entendía, además varias compañeras vendedoras se llevaban muy pesado con él, no sé bien pero parecía que el gerente salía con varias vendedoras y a ellas parecía no molestarles. Pedí mi cambio de unidad y después de que pasaron 3 meses y no me lo daba porque el gerente ni siquiera lo había mandado a las oficinas, tuve que ir yo personalmente y después de varias vueltas y de que vieron que era una buena vendedora, me dieron mi cambio a la unidad en que estoy ahorita. En cuando a los clientes no he tenido problemas ni con compañeros garroteros, aunque ellos están muy pequeños, podrían ser mis hijos.

35. ¿Cómo es su trato con los clientes (son respetuosos o suelen decirle piropos, tocare la mano o los hombros, o le hacen insinuaciones)?

Son respetuosos, algunos groseros en la forma de hablar pero no he tenido problemas con ninguno.

36. Si los clientes son irrespetuosos y usted lo menciona a sus superiores, ¿qué respuestas le dan a usted?

37. ¿Cómo ha resuelto las situaciones incómodas que ha tenido con los clientes?

MOVILIDAD

38. ¿Cómo ve usted la posibilidad de ascenso dentro de su empresa?

A cada rato hay promociones, sí nos dicen que podemos tener otro puesto, que nos capacitan, que aceptemos el reto.

39. Mencione cuáles son los puestos a los que puede ascender y cuáles son los mecanismos para poder obtener ascender.

Podemos ser cajeras, auxiliares administrativas, jefas de piso y gerentes. Y para tener otro puesto es necesario capacitarse, hacer exámenes y estar a prueba un tiempo.

40. ¿Considera que con las habilidades que usted tiene puede ocupar en estos momentos otros puestos de mayor jerarquía?, ¿cuáles?. Explique.

Sí, después de tanto tiempo aquí uno va aprendiendo el manejo del restaurante y las cosas que se hacen. Yo podría ser cajera o jefa de piso y creo que hasta gerente.

41. ¿Qué pros y contras cree que puede obtener al obtener un ascenso?

Creo que un ascenso sería para tener más contras porque es más tiempo de trabajo, más carga de trabajo, más responsabilidades y el salario no varía en mucho.

42. En el tiempo que lleva laborando en esta empresa, ¿ha recibido alguna propuesta para ascenderla?, ¿en qué consistía?, ¿cuál fue su respuesta?

Sí, me han ofrecido que me capacite para cajera y jefa de piso pero como ya te dije no conviene en nada que yo suba a otro puesto.

REMUNERACIONES

43. ¿Cómo considera que es el salario que percibe en relación con su trabajo?

Es poco, muy poco a comparación de todo lo que le damos a la empresa.

44. Explique ¿cómo y quién determina las remuneraciones que usted percibe?

Es algo ya estipulado en el contrato.

45. Mencione ¿qué es lo que tiene para usted mayor importancia de sus remuneraciones y explique por qué?

Las propinas porque todos los días, gracias a Dios, tengo dinero, aunque no me vaya muy bien, pero mínimo $80.00 siempre traigo en la bolsa.

46. Mencione ¿cuáles son las prestaciones que otorga la empresa, cómo las considera y con qué frecuencia las utiliza usted?

Seguro, infonavit, aguinaldo, utilidades, vacaciones con goce de sueldo y pues todo es bien recibido. Lo que utilizo seguido es el seguro social porque es la manera de justificar mis faltas.

47. ¿Recibe algún incentivo por realizar bien su trabajo?, ¿con qué frecuencia? Y ¿quién determina esto?

No, no nos agradecen lo que hacemos.

IDENTIDAD OCUPACIONAL

48. ¿Cómo percibe que es el puesto de vendedora de piso?

Es un puesto importante y alguien de todas formas debe hacerlo. Es una gran responsabilidad porque no nada más damos de comer sino que tratamos de que las personas se sientan a gusto con nuestro servicio.

49. Explique por qué le agrada o le desagrada el puesto de vendedora de piso.

No me desagrada, es muy bonito lo que hacemos, pero no es agradable el ambiente que crean los gerentes con nosotras.

50. ¿Qué pros y contras le ha traído a su vida personal el ser vendedora de piso?

Los pros pueden ser la solución de los problemas económicos de mi familia pero los contras han sido que no puedo estar en mi casa el tiempo que yo quisiera o atenderlos bien.

51. Explique cómo la empresa para la que usted trabaja valora el trabajo que usted desempeña como vendedora de piso.

No valoran lo que hacemos por ellos, es feo pero es la verdad. Ellos no hacen nada por nosotras.

52. ¿Cómo ve a la sociedad en general en cuanto a la valoración de las tareas que usted desempeña como vendedora de piso?

Si no nos valoraran, cuando fueran a comer no regresarían, y es una gran satisfacción saber que un cliente que atiendes regresa a la unidad y te reconoce y te saluda.

53. ¿Se identifica con las labores que desarrolla en su puesto?, ¿por qué?

Sí, es bonito atender a la gente, dar este servicio es muy bonito.

54. ¿Alguna vez se imaginó ser vendedora de piso?, ¿cómo se dio esto?

No. Cuando dejé la fonda pensé que ya no iba a trabajar y mucho menos haciendo esto, pero la vida me condujo hasta acá y me ha gustado.

55. ¿Cuál es la percepción que tiene de la empresa para la que usted trabaja?

En cuanto a empresa es una empresa fuerte pero no valoran a su personal.

56. Si usted tuviera que dejar el trabajo de vendedora de piso por algún motivo, tiempo después ¿trataría de reingresar a la empresa?, ¿a otra empresa?, o ¿buscaría otro trabajo distinto?. Explique.

No lo sé, me gusta lo que hago pero dudo que me volvieran a contratar por la edad porque piden chicas jóvenes para entrar a trabajar, pero si me lo pidieran y si yo lo necesitara, regresaría a trabajar aquí mismo. Esto es algo que ya sé hacer, no buscaría algo distinto si sé que esto lo hago bien.

18:10 hrs.

BIBLIOGRAFÍA.

- Alonso, José A., "Las trabajadoras a domicilio de la maquila del vestido en la metrópoli mexicana y sus relaciones con el capitalismo dependiente", en Estudios de la mujer, Empleo y la mujer, serie de Lecturas III, Secretaría de Programación y Presupuesto, México, 1982.

- Anker, Richard y Hein, Catherine, "Empleo de la mujer fuera de la agricultura en países del tercer mundo", en Desigualdades entre hombres y mujeres en los mercados de trabajo urbano del tercer mundo, OIT, Ginebra, 1987.

- Barbieri, Teresita de, "Mujeres y vida cotidiana: estudio exploratorio en sectores medios y obreros en la ciudad de México", Inédito, UNAM, México, 1980.

- Brenton, R. Aikin, "Manual del mesero y la mesera", Edit. Diana, México, 1980.

- Büchtemann, Christoph F., "Lecturas sobre el mercado de trabajo en la República Federal de Alemania I: Mercado de trabajo, ocupación y desempleo", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1988, p.p. 252-255.

- CANIRAC, "Informe de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados 1997", México, 1997.

- Carrillo, Jorge y Hernández, Alberto, "Mujeres fronterizas en la industria de maquiladora", SEP Cultura, Colegio de la Frontera, México, 1985.

- _____ y Hualde, Alfredo, "Mercados internos de trabajo ante la flexibilidad: análisis de las maquiladoras", COELF, Fundación Ebert, México, 1990.

- Comas D'Argemir, Dolores, "Mercado de trabajo y divisiones sociales: género, raza y etnia en la segmentación laboral", en Trabajo, género, cultura. La construcción de las desigualdades entre hombres y mujeres, cap. III, Editorial Icana, Barcelona, 1995.

- CONAPO, "El trabajo extradoméstico de las mexicanas", Mimeo, México, 1995.

- CONCAMIN, "Del negocio casero a la dinámica industrial", en revista Industria, órgano oficial de la Confederación de Cámaras de la Industria Nacional, vol. 11, no. 109, , México, mayo 1998, p.p. 11-17.

- Cooper, Jennifer, "Cambio tecnológico: organización y resistencia. El caso de las telefonistas", en Cooper, J. Y Barbieri, Teresita de, et. Al., Fuerza de trabajo femenina urbana en México, UNAM-Porrúa, México, 1989.

- De Riz, Liliana, "El problema de la condición femenina en América Latina: la participación de la mujer en los mercados de trabajo. El caso de México", en La mujer y el trabajo en México, cuadernos laborales, no. 31, STPS, México, 1986.

- Derek, Robinson, "Mercados de trabajo externos e internos", EN El mercado de trabajo y la estructura salarial, Ministerio de trabajo y seguridad social, Madrid, 1988, p.p. 345-373.

- Dios de Puente, Delia Selene de, "La mujer en la educación académica en México y una experiencia didáctica", en Tercer Simposium de Estudios e Investigaciones de la Mujer, Universidad Autónoma de Guanajuato, México, 1983.

- Doeringer, Peter y Piore, Michael J., "Mercados Internos de Trabajo y Análisis Laboral", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1985.

- Fernández, Kelly, "Tecnología y empleo femenino en la frontera México-Estados Unidos", en Cooper, J. Y Barbieri, Teresita de, et. Al., op. cit.

- Flores, Jesús y Escalante, "Brevísima historia de la comida mexicana", Asociación Mexicana de Estudios Fonográficos, México, 1994.

- Fraga, Armando, "Historia de la comida en México", Edit. Costa Amic, México, 1968.

- García, Brígida y Oliveira, Orlandina de, "La participación femenina en los mercados de trabajo", en revista Trabajo, CAT, año 1, no. 1, enero-junio, 1998, p.p. 139-157.

- Gastelum Gaxiola, Ma. de los Angeles, "Agenda de Derechos y Obligaciones de la mujer", CONAPO, México, 1987.

- Goldsmith, Connelly, Mary, "El servicio doméstico y la migración femenina", en Trabajo femenino y crisis en México, UAM, México, 1990, p.p. 257-275.

- González Marín, Ma. Luisa (coord.), "Los mercados de trabajo femenino. Tendencias recientes". Edit. Miguel Angel Porrúa, México, 1998.

- González, Salazar, Gloria, "La participación de la mujer en la actividad laboral de México", cuadernos laborales, STPS, Unidad Coordinadora de Políticas, Estudios y Estadísticas del Trabajo, México, 1986.

- Gordon, D., Edwards, R. Y Reich, M., "Trabajo segmentado y trabajadores divididos", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de España, Madrid, 1986.

- Hernández, Licona, Gonzalo, "Efectos de la pobreza familiar sobre la participación en el mercado laboral, las horas trabajadas y el desempleo en México", tesis, 1996.

- Hola, Eugenia y Todaro Rosalba, "Los mecanismos del poder. Hombres y mujeres en la empresa moderna", Centro de Estudios de la Mujer, Grupo editorial Latinoamericano, Colección Estudios Políticos y Sociales, Santiago, Chile, 1992.

- INEGI, "Conteo de población y vivienda 1995", México, 1995.

- ____, "Encuesta Nacional de Empleo 1997", México, 1997.

- ____, "Estadísticas de empleo con enfoque de género", México, 1996, p.p. 155-165.

- _____, "Mujeres y Hombres en México", México, 1999, p.p. 122-136.

- _____ y STPS, "Encuesta Nacional de Empleo y Capacitación en el Sector Turismo", IV Trimestre, México, 1991.

- _____, "Encuesta Nacional de Empleo 1995", México, 1995.

- Kerr, Clark, "Labor Markets: their character and consequences", American Economic Review, XL, USA, may 1980.

- Lovessio, Beatriz, "Las trabajadoras a domicilio: ¿Artesanas o asalariadas?", en el Seminario: Investigación sobre la mujer e investigación femenina en América Latina, Montevideo, noviembre 1984.

- Llamas Huitrón, Ignacio, "Educación y Mercado de Trabajo en México", UAM, México, 1989, p.p. 11-66.

- Martínez, Alicia, "Reconversión en la industria textil", ponencia presentada en el Foro sobre la reconversión industrial y el empleo de la mujer, organizado por Mujeres en Acción Sindical (MAS), México, septiembre 1988.

- _____, "Mujeres latinoamericanas en cifras", FLACSO, Instituto de la Mujer, Ministerio de Asuntos Sociales de España, México, 1993, pag. 73.

- Morelos, José B., "Niveles de participación y componentes de cambio de la población activa de México: 1950-1970", en Estudios demográficos y urbanos, El Colegio de México, vol. VI, no. 3, México, 1972, p.p. 298-302.

- OIT, "Igualdad de Oportunidades para las mujeres en los años 90: Desafíos para la legislación del trabajo", Ministerio de Seguridad Social y Relaciones Laborales,Madrid, 1990.

- ___, "Regulación del Trabajo en América Latina", Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer, Madrid, 1993.

- Oliveira, Orlandina de, "La participación femenina en los mercados de trabajo urbanos: México 1970-1980", en Estudios Demográficos y Urbanos, El Colegio de México, vol. IV, no. 3, México, 1989, p.p. 465-466.

- Osterman, Paul, "Los Mercados Internos de Trabajo", Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1988.
  p.p. 345-373.

- Pacheco, Edith, "PEA femenina en algunas áreas urbanas de México en 1986", Centro de Estudios Demográficos y de Desarrollo Urbano, El Colegio de México, México, 1988.

- _____ y Parker, Susan, "Participación económicamente activa femenina en el México urbano. Un breve recuento y algunos hallazgos recientes", en Revista Latinoamericana de Economía, no. 106, vol. 27, Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM, julio-septiembre, 1996, p.p. 21-33.

- Pollack, Molly, "Reflexiones sobre los indicadores del mercado de trabajo", Serie Mujer y Desarrollo, no. 19, CEPAL, Chile, 1979, p.p. 33-35.

- Ramírez, Bautista, Elia, "Introducción", en Trabajo femenino y crisis en México, op. cit., p.p. 9-27.

- Rendón, Teresa, "La mujer trabajadora", Instituto Nacional de Estudios del Trabajo y Congreso del Trabajo, México, 1976.

- _____, "Trabajo femenino remunerado en el siglo veinte. Cambios tendencias y perspectivas", en Trabajo femenino y crisis en México, op. cit., p.p. 29-52.

- Reygadas, Luis, "Fábricas con aroma de mujer. Las nuevas culturas del trabajo vistas desde la óptica de género", en Genero y Trabalho na sociología latino-americana, Asociación latinoamericana de sociología del trabajo, San Pablo, Brasil, 1998.

- Reynolds, L. G., "Economía laboral y relaciones de trabajo", Fondo de Cultura Económica, México, 1964.

- Rodríguez, Alonso y López Zámarra, C., "Guía práctica del servicio de mesa", Edit. Espasa Calpe, Madrid, 1990.

- Saraví, Gonzalo A., "Condiciones de trabajo de la mujer mexicana en los noventa: desigualdad salarial y segregación ocupacional", en revista El Cotidiano, no. 84, UAM, julio-agosto, México, 1997, p.p. 9-19.

- _____ "Participación de la mujer en el mercado de trabajo en México: situación, enfoques y perspectivas", Fundación Friedrich Ebert Stiftung, México, 1997.

- STPS, "Catálogo Nacional de Ocupaciones: Comercio, Actividad Hotelera, Restaurantera y Servicios Personales", Subsecretaría B, Dirección General de Empleo, México, 1987.

- ____, "Encuesta Continua de Ocupación", Primer trimestre, México, 1979.

- ____, "Más y mejores empleos para las mujeres en México", Memoria del Seminario Nacional Tripartito para el análisis del Plan de Acción, México, 1998.

- ____, "Mujer. Trabajo y Sector Laboral", Dirección General de Equidad y Género, México, 1999.

- ____, "Sistema General de Capacitación y Adiestramiento de la Industria Restaurantera", Subsecretaría B, Dirección General de Capacitación y Productividad, México, 1991.

- Suárez, E., "La industria del vestido y la reconversión industrial", ponencia presentada en foro MAS, México, 1988.

❖ _____, "La fuerza de trabajo femenina en el sector servicios", en Cooper, Jennifer y Barbieri, Teresita de, et. Al., op. cit., p.p. 493-517.

❖ Thurow, Lester, "La competencia por los puestos de trabajo: la lista de contratación de mano de obra", en El mercado de trabajo y la estructura salarial, op. cit.

❖ VIPS, "Diplomado de Formación Para el Desarrollo de Habilidades en la Administración de un Restaurante", OPERADORA VIPS, México, 1997.

❖ Zapata, F., "Condición de vida y conciencia obrera de las trabajadoras de la Volkswagen de México", en Textos y pretextos, PIEM-COLMEX, México, 1991.