

Consolidación de las tiendas de conveniencia y sus condiciones laborales

Ilse Badillo Hernández*

Resumen:

Las tiendas de conveniencia son fácilmente reconocidas en la actualidad, pues debido a su rápido desarrollo dominan su categoría comercial. Al ser establecimientos de amplio alcance es de suma importancia examinar los elementos que hasta el momento se han estudiado respecto de su constitución, desarrollo y funcionamiento, ya que, esto nos permitirá identificar con más facilidad las problemáticas que se pueden suscitar en materia laboral. El objetivo de este trabajo es conocer la situación actual de las tiendas de conveniencia, en cuanto a su operación, funcionamiento, procesos de contratación y condiciones laborales a través de las principales investigaciones que existen hasta el momento al respecto, con la finalidad de determinar el campo conocido y el pendiente por conocer en cuanto a las formas de contratación que se dan en estas tiendas.

Abstract:

Convenience stores are easily recognized nowadays, as they dominate their commercial category due to their rapid development. Being establishments of wide scope it is of the utmost importance to examine the elements that have been studied so far regarding their constitution, development and operation, since this will allow us to more easily identify the problems that may arise in labor matters. The objective of this work is to know the current situation of convenience stores, in terms of their operation, functioning, hiring processes and working conditions through the main investigations that exist so far in this regard, in order to determine the known field and the pending to know in terms of the forms of hiring that occur in these stores.

Sumario: Introducción / I. Tiendas de conveniencia / II. Estrategias de éxito / III. El trabajo en las tiendas de conveniencia / IV. Posibles problemáticas laborales identificables / V. Conclusiones / Fuentes de consulta

* Licenciada en derecho por la UAM-A.

Introducción

Para el desarrollo de la investigación se buscará proporcionar una visión general respecto de todas las cadenas comerciales que conforman tiendas de conveniencia, posteriormente, se tomará como referencia principal una de las cadenas comerciales más reconocidas dentro del territorio nacional, en la que se emplean contratos laborales para algunos de sus establecimientos y contratos mercantiles para otros.

El objetivo principal es recopilar datos que precisen como se ha constituido hasta el momento la operación comercial de las tiendas de conveniencia en México, lo cual, permitirá, identificar con mayor facilidad las condiciones laborales que se generan antes y durante los procesos de contratación de sus trabajadores. Además, se podrá concluir si existen ciertas irregularidades o deficiencias dentro de este sector comercial, principalmente en materia laboral.

En cuanto a la metodología utilizada en este trabajo de investigación, será de naturaleza cualitativa, utilizando un razonamiento inductivo respecto a la dinámica del fenómeno social planteado. La temporalización de la investigación se realizará con base en un periodo sincrónico con métodos transversales respecto del estado actual de los procesos de contratación en las tiendas de conveniencia. Asimismo, será una investigación exploratoria debido a que este fenómeno social no ha sido abordado ni estudiado lo suficiente, por lo que, algunas condiciones que reflejan su operación habitual aún no se han determinado claramente.

La hipótesis sostenida es que existe información actualizada y completa sobre las formas de contracción y los derechos laborales que tienen los trabajadores en tiendas de conveniencia de la Ciudad de México. La investigación tendrá como punto de partida sus estrategias de posicionamiento y la forma de implementación de contratos mercantiles. El resultado de la información obtenida en lo que respecta a las formas de contratación y prestaciones laborales dará como resultado los posibles problemas laborales que se deben continuar investigando dentro de estos establecimientos.

I. Tiendas de conveniencia

Las tiendas de conveniencia son cadenas comerciales dedicadas principalmente a ofrecer productos y servicios requeridos habitualmente por las perso-

nas, por lo que, forman parte del comercio al por menor. Su principal objetivo es permitir el fácil acceso a sus productos y aunque cuentan con áreas pequeñas, estas, se encuentran bien organizadas.

Son estructuras comerciales que comenzaron a operar como una tienda de abarrotes tradicional, pero que con el tiempo lograron ofrecer mayor cantidad y variedad en sus productos y servicios. Además, un factor fundamental para su consolidación es el establecimiento de una marca con varias sucursales.

Es indudable que la existencia y crecimiento de las tiendas de conveniencia impacta y modifica las relaciones comerciales, económicas y laborales que se generan dentro del sector de productos y servicios. Al tener una amplia aceptación por parte de los consumidores, se fomenta el crecimiento de estos modelos de distribución y consumo, razón por la cual, claramente requieren cada vez más de fuerza laboral para concretar su funcionamiento.

Los primeros asentamientos de los modelos comerciales que hoy en día conocemos como tiendas de conveniencia en México fueron en carreteras y gasolineras, en donde el flujo vehicular es constante las 24 horas, en la actualidad permanecen localizadas en dichos puntos por la misma razón. “Además, se establecieron estratégicamente en lugares que la sociedad ya reconoce con facilidad, es decir, se sitúan en plazas comerciales, vialidades principales, esquinas con mayor tránsito peatonal, aeropuertos e incluso en conjuntos habitacionales”.¹

La cadena comercial, en tiendas de conveniencia, más reconocida a nivel nacional e internacional forma parte de grupo FEMSA, la cual “abrió en 1978 en Monterrey, en la colonia Lindavista y, a partir de 1979, inició su expansión a nivel nacional. En 2004 existían 4,300 tiendas distribuidas en 29 estados de la república”.² La referencia a esta cadena comercial es de suma importancia, ya que conformará el punto de referencia para el estudio del presente trabajo de investigación en cuanto a sus contrataciones y condiciones laborales.

Este tipo de comercios basan el éxito de sus operaciones en brindar al consumidor el mayor confort posible, con operatividad las 24 horas del día, ofreciendo cercanía y manteniendo, el constante abastecimiento de sus pro-

¹ Óscar Alcocer García y Juan Campos Alanís, “El formato de tiendas de conveniencia como medio de proximidad de servicios y abastecimiento en áreas urbanas”, pp. 63-84.

² Camilo Contreras Delgado, *Geografía de Nuevo León*, pp. 191-192.

ductos y servicios.³ Mientras que algunos comercios independientes luchan con dificultad para continuar operando, las tiendas de conveniencia lograron mantenerse y crecer en el mercado, por lo que, se consolidaron a pesar de no ofrecer en su totalidad precios competitivos.

Encontraremos como punto de partida que los estudios realizados hasta el momento respecto de las tiendas de conveniencia se centran en sus estrategias de posicionamiento y estos indican que principalmente se ubican en zonas urbanas donde su crecimiento ha sido exponencial.⁴ Ahora bien, sumado a lo anterior tenemos que su implementación se ha adaptado a los hábitos de consumo de la población y a logrado cubrir satisfactoriamente la necesidad de abastecimiento de productos y servicios.

Las tiendas de conveniencia tienen gran cantidad de establecimientos comerciales y un factor determinante para esto fue el crecimiento y geolocalización de la población, ya que estos comercios ubican estratégicamente sus sucursales conforme a la densidad de la población: “datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) señalan que, en México a nivel nacional, el 79% de la población vive en localidades urbanas, mientras que el otro 21% se encuentra habitando en zonas rurales”⁵.

Así mismo, a nivel estatal también encontramos que las tiendas de conveniencia se convirtieron en la nueva normalidad dentro de la dinámica comercial de las ciudades, contribuyendo, en gran medida, a fortalecer su desarrollo económico. “Conforme al INEGI, específicamente en Ciudad de México la mayoría de las personas habitan en zonas urbanas, constituyendo así el 99% de la población, mientras que solo el 1% vive en localidades rurales”⁶.

Es indudable que las localidades urbanas están en constante movimiento y se caracterizan por tener gran concentración de personas, por lo que su crecimiento contribuyó a generar nuevos modelos de comercio como lo son las tiendas de conveniencia, establecimientos que se han desarrollado en el intercambio de productos y servicios con éxito. Con lo anterior, podemos deducir que las tiendas de conveniencia son una de las consecuencias del urbanismo,

³ José M. Mira Bernabéu *et al.*, “Tiendas de conveniencia localizadas en estaciones de servicio: un nuevo formato comercial para nuevos usos del territorio”, pp.102-113.

⁴ Alcocer García y Campos Alanís, *op. cit.*

⁵ INEGI, “Rural y urbana”.

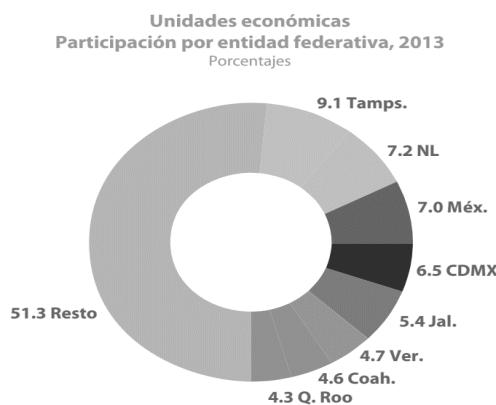
⁶ *Ibid.*, p. 5.

ya que surgieron como una oportunidad para el sector privado de cubrir una necesidad básica y creciente de la población.

Ahora bien, la concentración de este tipo de comercios en zonas urbanas refleja su capacidad para aprovechar factores sociales. Mientras la sociedad continúe construyendo grandes edificaciones, aumentando el número de habitantes y fomentando la competitividad comercial; será aún más necesario consolidar y mejorar los sistemas económicos, comerciales y laborales.

Las tiendas de conveniencia han tenido un incremento considerable, tan solo de 2009 a 2014, aumentaron el número de sus sucursales un 84%, configurando uno de los incrementos más altos respecto al clasificador de actividades económicas, único para la región de América del Norte (SCIAN).⁷ Entre los datos más actualizados que podemos encontrar señalan, que la Ciudad de México representa uno de los cuatro estados con mayor cantidad de tiendas de conveniencia, como se puede observar en la siguiente gráfica.⁸

Gráfica 1.
Unidades económicas. Participación por entidad federativa, 2013.



Nota. La gráfica 1 muestra los principales estados de la República mexicana donde existe mayor concentración de tiendas de conveniencia.

Como ya se mencionó, las tiendas de conveniencia son unidades económicas que forman parte del comercio al por menor en México. “Conforme

⁷ INEGI, “Tiendas de conveniencia en México”.

⁸ *Ibid.*

al censo económico realizado en 2019 nacionalmente se cuantifican 53,553 establecimientos denominados como tiendas de conveniencia; el comercio al por menor se posicionó arriba de servicios privados no financieros, industrias manufactureras, comercio al por mayor, entre otros, al contar con mayor cantidad de unidades económicas”⁹

II. Estrategias de éxito

Delimitar las principales estrategias utilizadas por los establecimientos comerciales que conforman las tiendas de conveniencia es importante, puesto que dará una idea más clara respecto de cómo lograron tener su influencia actual. Como punto de partida podemos mencionar que la principal estrategia empleada por este tipo de establecimientos comerciales se basa en la conformación de su marca, que va acompañada de una campaña de mercadotecnia minuciosamente estructurada y persistente, la cual, se refleja en cada una de sus sucursales y genera dependencia en los consumidores.

Asimismo, la tienda de conveniencia más reconocida en territorio nacional, posicionó su marca como la primera opción para los consumidores que buscan abastecerse de productos y servicios esenciales, por lo que su implementación en este formato comercial emergente, ha sido un éxito rotundo. “Si sumamos a lo anterior su estrategia para establecerse en varios puntos de distribución dentro del territorio nacional y lograr tener amplia disponibilidad al operar con diversidad de horarios, tenemos como resultado una gran estructura comercial”¹⁰.

Continuando con la estrategia de mercadeo utilizada por las tiendas de conveniencia tenemos entonces que, ésta se basa fundamentalmente en estructurar su marca e incorporarla en todos sus establecimientos de manera visible. Usualmente su mayor signo distintivo son sus logotipos y eslogan, los cuales, logran tener un impacto positivo y continuo en la población, debido a que son atractivos para los consumidores de dicho sector comercial, además, complementan dicha sensación con la incorporación de ciertos colores característicos e incluso incluyendo y ofreciendo productos propios de la cadena comercial.

⁹ INEGI, “Subsistema de Información Económica”.

¹⁰ Mira Bernabéu *et al.*, *op. cit.*

Debido a que, cada una de sus sucursales sigue el patrón correspondiente al diseño de su marca, actualmente su conformación y establecimiento es fundamental para el desarrollo de las actividades de las tiendas de conveniencia. La marca es el signo distintivo de este tipo de comercios, conforma su identidad, permite su fácil difusión y posibilita inferir al consumidor con facilidad los productos y servicios que se ofrecen.

De acuerdo con la legislación mexicana las marcas son susceptibles de protección en cuanto a su uso y estas pueden estar constituidas por combinaciones de signos como: letras, números, colores, hologramas, formas tridimensionales, o una mezcla de estos; a su vez, pueden incluir su nombre comercial, denominación o razón social, nombres propios, incluso pueden registrarse sonidos y olores. Dentro de la solicitud para el registro de marca se puede especificar para su protección el tamaño de los signos utilizados, así como, el proceso de empaquetado o cualquier otro elemento que, al combinarse, distingan los productos y/o servicios prestados.¹¹

El establecimiento de la marca es fundamental para que las tiendas de conveniencia se logren mantener en el mercado; como ya lo vimos, la legislación federal posibilita una gran cantidad de elementos para su conformación. En la actualidad el consumidor ha aceptado consumir con normalidad en los establecimientos de las tiendas de conveniencia, llegando a ser incluso parte fundamental en su vida diaria al considerarlos como establecimientos a los que pueden acceder con gran facilidad y seguridad.

Sin duda, como lo vimos en los párrafos anteriores, la marca comercial de las tiendas de conveniencia forma parte de su plan principal de ventas y ha logrado reflejar claramente, para el consumidor, el funcionamiento de estas unidades económicas. Así mismo, otra estrategia que se implementó para identificar estos establecimientos, es mediante la gran variedad de productos y servicios que proporcionan, los cuales, sin duda favorecen al consumidor.

En la actualidad han incrementado los productos que ofrecen, entre estos podemos encontrar: comida rápida, papel higiénico, jabón, bebidas, bebidas alcohólicas, cigarros, aceite, lácteos, golosinas, comidas enlatadas, incluso algunos medicamentos de venta libre que no requieren receta médica. Entre otros productos y servicios se pueden mencionar los siguientes:

¹¹ Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, artículos 170-178.

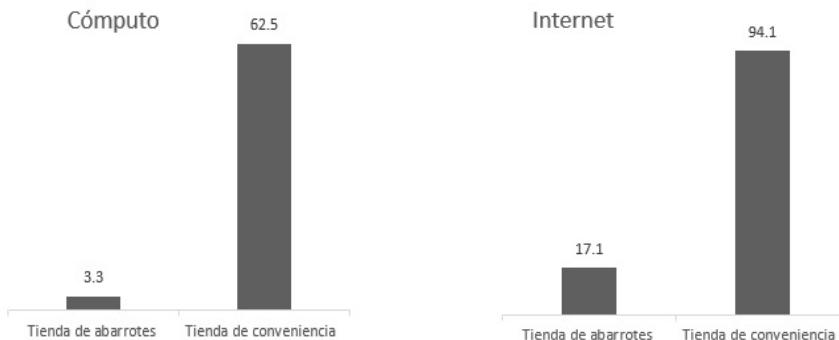
- Venta de productos de consumo general.
- Retiro de efectivo.
- Depósitos bancarios.
- Envíos de dinero a nivel nacional e internacional.
- Pago de servicios como: agua, luz, predial, teléfono, cable, créditos, colegiaturas, boletos de avión, entre otros.
- Pago de multas y tenencia.
- Recargas telefónicas.
- Chips telefónicos propios de la cadena comercial.
- Tarjeta digital.
- Tarjetas de regalo.
- Venta de boletos de autobús.
- Venta de terminales de pago.
- Venta de teléfonos celulares.

Las tiendas de conveniencia se han consolidado al punto de rebasar por mucho la operatividad de las tiendas convencionales en las colonias, ya que gran parte de la población prefiere consumir los productos básicos que se brindan en este tipo de establecimientos comerciales. Entre las ventajas principales encontramos la amplia variedad de productos que ofrecen, incluso con promociones y descuentos. Además, los servicios que brindan los distinguen como establecimientos versátiles.

Las tiendas de conveniencia, a diferencia de las tiendas de abarrotes tradicionales, buscan ofrecer al consumidor una experiencia más acercada a los establecimientos de mayor tamaño. Estos establecimientos se caracterizan por ofrecer gran cantidad de productos y servicios con la intención de hacer sentir al consumidor un ambiente más actualizado.

Otro factor determinante que logró posicionar a las tiendas de conveniencia como la primera opción para los consumidores, fue su implementación tecnológica en la venta de sus productos y servicios. En comparación con las tiendas de abarrotes tradicionales, sus establecimientos cuentan en mayor cantidad con equipos de cómputo con acceso a internet, terminales bancarias, sistemas de seguridad, depósitos bancarios, retiro de efectivo, pago de servicios, entre otros.

Estadísticamente las tiendas de conveniencia en México tienen más facilidad para implementar equipos de cómputo en sus sucursales y acceder a internet para facilitar las transacciones realizadas con los consumidores, mientras que las tiendas de abarrotes cuentan con estos servicios en menor cantidad como se puede ver en la siguientes gráficas.¹²



Nota. Las gráficas muestran una comparación, con cifras en porcentaje, de los equipos de cómputo y acceso a internet que tienen por un lado las tiendas de abarrotes y por otro las tiendas de conveniencia.

Un parámetro fundamental para afirmar que la población tiene accesibilidad para consumir frecuentemente en estas tiendas, se refleja en la alta cantidad de compras que realizan durante la semana, esto se debe “en gran medida a que la mayoría de las personas interesadas en adquirir algún bien o servicio pueden acudir a las tiendas de conveniencia caminando y en cortos periodos de tiempo”¹³.

Podemos establecer que las principales estrategias que incidieron en el crecimiento y éxito actual de las tiendas de conveniencia son:

- Establecimiento de su marca.
- Logotipo y eslogan.
- Campaña de mercadotecnia.
- Variedad en sus productos y servicios.

¹² INEGI, “Tiendas de conveniencia en México”.

¹³ Alcocer García y Campos Alanís, *op. cit.*, pp. 63-84.

- Varios puntos de distribución.
- Operatividad las 24 horas.
- Implementación tecnológica.
- Preferencia de consumo y accesibilidad.

El éxito de las tiendas de conveniencia se evidencia en la recurrencia con la que acude la sociedad a estos establecimientos y sin duda debido a su triunfo, estas requieren realizar una gran cantidad de contrataciones. Por lo tanto, al momento en que sus múltiples establecimientos incrementan su alcance, su continuidad se manifiesta en cada uno de los consumidores que adquieren sus productos, pero aún más, en cada uno de los trabajadores que laboran en sus sucursales.

III. El trabajo en las tiendas de conveniencia

Comenzaremos estableciendo los aspectos básicos, conocidos y estudiados hasta el momento respecto de las condiciones laborales en las tiendas de conveniencia. “Encontramos que estadísticamente, en el 2019, el INEGI señaló que el número del personal ocupado en el comercio al por menor fue de 5,899,045 personas”¹⁴ “Este mismo instituto, puntualiza que las tiendas de conveniencia requieren de en promedio un total de 4 trabajadores por sucursal, a diferencia de las tiendas de abarrotes tradicionales, que pueden desarrollar sus actividades con tan solo 2 personas”¹⁵

Ahora bien, utilizando los datos recabados en el presente trabajo de investigación, señalados en el apartado anterior, tenemos que de 53,553 establecimientos, se requieren de por lo menos 214,212 trabajadores; esto en el supuesto de que cada sucursal solo contrate a cuatro personas, sin embargo, debido a la carga de trabajo que representa la operatividad en una tienda de conveniencia, la cual, abre las 24 horas del día, la cantidad de trabajadores requeridos, idealmente, aumenta para completar adecuadamente su plantilla laboral.

Durante el primer trimestre de 2023 se reflejó:

¹⁴ INEGI, *Subsistema de Información Económica*.

¹⁵ INEGI, “Tiendas de conveniencia en México”.

Que dentro del comercio al por menor en el área de abarrotes y alimentos se contaba con un salario mensual promedio de 4 mil pesos mexicanos y se registró que la escolaridad promedio de las personas que laboran en estos comercios es de 9.39 años escolares, lo cual, equivaldría a un nivel de escolaridad promedio de secundaria o secundaria trunca; así mismo, se estableció que, del total de los trabajadores en este sector, 23.8% eran trabajadores formales mientras que 72% eran informales.¹⁶

De acuerdo a “Indeed”, una página que oferta propuestas laborales en 2023, el sueldo promedio de las personas que son contratadas como trabajadores, en la tienda de conveniencia más reconocida a nivel nacional, para realizar las funciones básicas de operatividad de los establecimientos de tiendas de conveniencia es de \$1,202 a \$1,349 a la semana desempeñando el puesto de cajero o ayudante general; mientras que el sueldo promedio de un líder o jefe de tienda que es contratado como trabajador directo es de \$10,359 mensualmente y los líderes de tienda que tienen contratos de comisión mercantil, de acuerdo a esta fuente, es de \$8,798.¹⁷

Más adelante se profundizará respecto de los contratos, que son manejados por estas tiendas de conveniencia (laborales y mercantiles), sin embargo, es importante precisar que no hay mucha certeza respecto de la información proporcionada en el párrafo anterior, pero es la única página que menciona un aproximado de dichas cifras, por lo que se requiere de una actualización de dichos datos. Ahora bien, por lo que respecta a la oferta laboral dentro de estas tiendas tampoco existe mucha información, encontraremos que normalmente estos establecimientos piden que te contactes con ellos mediante volantes o por medio de su página de internet.

De acuerdo con la página de FEMSA, puedes formar parte de la tienda de conveniencia más reconocida a nivel nacional, bajo el cargo de líder de tienda, por medio de un contrato de comisión mercantil o bajo un contrato laboral. Igualmente, menciona que la mayor parte de sus tiendas operan bajo contratos mercantiles.¹⁸ Lo anterior es de suma importancia para llevar a cabo el análisis respecto del siguiente apartado.

¹⁶ Gobierno de México, “Comercio al por menor de abarrotes y alimentos”.

¹⁷ Indeed, “Sueldos de tienda de conveniencia en México: ¿cuánto paga tienda de conveniencia?”.

¹⁸ Careers FEMSA, “Encuentra tu próximo trabajo en Careers FEMSA”.

Como pudimos observar, las principales investigaciones realizadas hasta el momento no abarcan problemáticas laborales, no hay información concluyente que nos permita tener una visión completa de la situación actual de los trabajadores en estos establecimientos. Incluso, respecto al número de establecimientos existentes por cada una de las diferentes cadenas comerciales no hay información actualizada.

IV. Posibles problemáticas laborales identificables

Es indudable la numerosa cantidad de trabajadores que se encuentran laborando en este sector, por lo que es imprescindible incentivar a los investigadores a estudiar las condiciones laborales y contractuales dentro de estos establecimientos. Es por esto, que en este apartado se busca identificar las posibles problemáticas laborales que pueden existir dentro de estos establecimientos, puntuizando que se requiere indudablemente tener más información al respecto.

Se distinguirán principalmente las siguientes problemáticas:

a. Establecimientos de tiendas de conveniencia que operan bajo contrato de comisión mercantil: “De acuerdo con el Código de Comercio, las comisiones mercantiles son aquellas en las que se acuerda un mandato exclusivo para actos concretos de comercio”.¹⁹ Por un lado, tenemos al comitente que es la tienda de conveniencia y por otro al comisionista, que es la persona externa que se encargan de dirigir alguna de sus sucursales.

Si bien, los contratos de comisión mercantil están regulados por la legislación mexicana, por lo que son perfectamente legales, se puede debatir su inadecuada aplicación en tiendas de conveniencia, ya que la implementación de este tipo de contratos, específicamente en este sector, puede ser susceptible de ocultar relaciones laborales bajo supuestas relaciones mercantiles para así evadir obligaciones patronales.

En otras palabras, es importante identificar si en la práctica operacional de estos giros comerciales se pueden reconocer los elementos principales que establece la Ley Federal del Trabajo para considerar la existencia de

¹⁹ Código de Comercio, artículos. 273-308.

una relación laboral, es decir, que los comisionistas (líderes de tienda) están realizando sus actividades, mediante un trabajo personal, por el pago de un salario y, aún más importante, si durante su encargo se actualiza el supuesto de subordinación.²⁰

- b. La implementación dual de contratos laborales y contratos mercantiles:** es muy poco conocida por la población, por lo que es normal que caigan en falsedad y supongan con facilidad que todas las personas que trabajan en estos establecimientos son trabajadores directos de la cadena comercial, lo cual, provoca a su vez que dicha situación sea poco divulgada y estudiada.

La implementación dual parece indicar una clara probabilidad en cuanto a la sustitución de contratos laborales por contratos de comisión mercantil, ya que las personas que son contratadas por la tienda de conveniencia, como comisionistas, claramente podrían ser contratadas como trabajadores directos, como pasa en varias de sus sucursales, ya que en ambos contratos, los líderes realizan las mismas actividades, sin embargo, representa más cómodo emplear contratos de comisión mercantil y reducir obligaciones laborales.

Por lo tanto, la implementación de contratos mercantiles en estos establecimientos permite que las cadenas comerciales puedan evitar tener obligaciones laborales en los establecimientos que los implementan y se puede plantear una evasión de las relaciones laborales, debido a que en todos sus establecimientos el líder de tienda desempeña las mismas funciones, bajo una misma supervisión y las mismas indicaciones, solo que en algunos casos se les ofrece un contrato laboral y en otros un contrato mercantil.

Los contratos mercantiles son sinónimo de libertad para decir horarios, administrar y operar, así como una buena recompensa económica, pero es difícil tener certeza de que estos elementos se otorgan en todos los establecimientos donde se emplean contratos mercantiles cuando los líderes de tienda en ambos casos parecen seguir indicaciones de la misma forma que los líderes que son contratados por medio de contratos laborales, sin duda

²⁰ Ley Federal del Trabajo, artículos. 8º, 20, 21, 24, 25 y 26 en los que se establecen como elementos para acreditar una relación laboral: que el trabajo sea personal, por el pago de un salario y se actualice el supuesto de subordinación. Entendiendo como subordinación la realización de tareas concretas especificando horario y forma de realización.

las tiendas de conveniencia son un ambiente susceptible de actualizar el supuesto de subordinación cuando implementan contratos mercantiles.

- c. **La desigualdad económica y social:** en el caso planteado, existe entre dos sujetos dentro de la comisión mercantil debe tomarse en cuenta en el análisis de la problemática, ya que puede llegar a ser desfavorable, debido a que una de las partes es una empresa trasnacional y la otra una persona física, conformando así una relación de desigualdad.
- d. **Otra problemática:** se emplean contratos mercantiles se puede llegar a generar cuando, cada uno de los diferentes comisionistas (líderes de tienda), requieren forzosamente realizar contrataciones laborales del personal que estará a su cargo y le ayudará a llevar a cabo lo pactado en el contrato de comisión mercantil dentro del establecimiento que se les delega. Esta situación genera una relación laboral directa entre el comisionista y los trabajadores que contrata, es decir, sin relación alguna con la cadena comercial (tiendas de conveniencia), por consiguiente, cada sucursal manejada bajo contratos de comisión mercantil, tiene un patrón diferente, de los cuales no se tiene certeza que realicen correctamente dichas contrataciones y que, en caso de no ser así, son ellos los responsables y no las tiendas de conveniencia.
- e. **Informalidad:** la implementación dual de contratos mercantiles y laborales se inclina a formar parte en las estadísticas del empleo informal, debido a la incertidumbre que genera. “Los empleos informales, son aquellos en los que las personas trabajadoras (ocupadas), se encuentran total o parcialmente desprotegidas por la falta de aplicación de las leyes laborales”.²¹
- f. **Vulneración de derechos humanos laborales:** de comprobarse las problemáticas planteadas, en el caso de los contratos de comisión mercantil, se estaría transgrediendo el derecho al reconocimiento de la relación laboral, lo cual, consecuentemente vulneraría otros derechos como: seguridad social, garantía del salario mínimo, horas extras, día de descanso obligatorio, etcétera.²²

²¹ Organización Internacional del Trabajo (OIT), Estándares internacionales para medición de informalidad.

²² Los principales instrumentos internacionales que protegen derechos humanos laborales son: la Declaración Universal de Derechos Humanos; el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; el Protocolo facultativo del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo.

g. Aun cuando: se demostrará que los contratos de comisión mercantil son perfectamente aplicables y respetados en la práctica, *tendríamos la misma preocupación en cuanto a la vulneración de derechos laborales*, ya que cada uno de los diferentes comisionistas (líderes de tienda), tendrían que garantizar los derechos laborales correspondientes a las personas que contratan.

Incluso si se demuestra que en alguna sucursal con contrato mercantil no existe subordinación, esto no significaría que en las demás sucursales con esta figura mercantil sea igual, es decir, podemos encontrar sucursales donde si existe una clara relación laboral que se oculta con un contrato mercantil.

La implementación frecuente de contratos mercantiles en tiendas de conveniencia no permite tener un adecuado control de los establecimientos en los que se emplean contratos laborales, por lo que a menos que se garantice una adecuada inspección del trabajo en este sector, se ponen en riesgo los derechos laborales de los trabajadores.

Igualmente, la figura del contrato mercantil en tiendas de conveniencia continúa siendo un sector propenso a vulnerar derechos laborales ya que, cada uno de los líderes de tienda bajo esta figura legal, tienen que emplear de forma independiente trabajadores. Hablamos de distintos patrones por sucursal, de los cuales no se tiene certeza de si emplean diferentes formas de contracción o si respetan adecuadamente los derechos laborales establecidos por ley.

Cada una de las posibles problemáticas planteadas, requieren de un estudio más exhaustivo, que permita identificar las condiciones laborales y procesos de contratación que se generan en tiendas de conveniencia.

V. Conclusiones

El resultado de la investigación realizada, señala que la información existente en cuanto a cuestiones generales y laborales en tiendas de conveniencia, no está actualizada o no hay estudios al respecto, por lo que en la actualidad no se tiene certeza del número de establecimientos que hay por cada una de las diferentes cadenas comerciales, y su alcance a nivel estatal o nacional,

como son sus contrataciones, la cantidad de personal empleado, los salarios proporcionados, las prestaciones laborales garantizadas, la existencia de conflictos laborales, etcétera.

Las tiendas de conveniencia pueden utilizar para su funcionamiento diferentes figuras legales, la cadena comercial más reconocida a nivel nacional emplea en la mayoría de sus sucursales contratos de comisión mercantil y en el resto contratos laborales, en este caso, la principal problemática que se requiere estudiar es la posible *sustitución e informalidad* de las relaciones laborales, específicamente, en los establecimientos que se encuentran sujetos al régimen de comisión mercantil.

Lo anterior se puede concluir como una problemática, debido a que la implementación dual de dichos contratos, genera una situación susceptible de actualizar el supuesto de *subordinación*, por lo que, cuando se pacta un contrato de comisión mercantil, pero en la práctica operacional se detalla y exige al líder de tienda las actividades a realizar, su horario, el horario de operación del establecimiento o no hay diferencias entre una sucursal manejada con contrato mercantil y una manejada por contrato laboral, indudablemente se está realizando un trabajo personal y subordinado y por lo tanto es una relación laboral.

Se concluye que este fenómeno, no solo estaría evadiendo el reconocimiento de las relaciones laborales, sino que también, estaría vulnerando la mayoría de los derechos humanos laborales. Además, al no reconocer a los comisionistas (líderes de tienda) como trabajadores, se desencadena también incertidumbre en los procesos de contratación y condiciones laborales de las personas que éstas personas tienen que contratar como patrones directos y a los cuales les tienen que proporcionar contratos laborales físicos, salario, seguridad social y demás prestaciones mínimas establecidas en la legislación mexicana.

Ahora bien, a pesar de que sea un fenómeno social poco conocido o difícil de identificar, no significa que no sea parte de la realidad, por lo que es fundamental continuar con su investigación y difusión. Particularmente, como autora del presente artículo, aseguro que continuaré con el estudio respecto de las contrataciones y condiciones laborales de las tiendas de conveniencia que emplean contratos laborales y contratos de comisión mercantil.

Fuentes de consulta

Bibliográficas

Contreras Delgado, Camilo. *Geografía de Nuevo León*. Gobierno del estado de Nuevo León, 2017.

Electrónicas

Alcocer García, Óscar y Juan Campos Alanís. “El formato de tiendas de conveniencia como medio de proximidad de servicios y abastecimiento en áreas urbanas”. *Quivera*, Vol. 16, Núm. 2014-2, julio-diciembre 2014, México, Universidad Autónoma del Estado de México, pp. 63-84. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40136960004> (consultada el 18 de junio de 2024).

Careers FEMSA. “Encuentra tu próximo trabajo en Careers FEMSA”. 2023. https://careers.femsa.com/?locale=es_MX (Consultada el 16 de septiembre de 2024).

FEMSA. “Quiero abrir una tienda Oxxo”. 2019. <https://www.femsa.com/es/contacto/quiero-abrir-una-tienda-oxxo/> (consultada el 16 de septiembre de 2024).

Gobierno de México. “Comercio al por menor de abarrotes y alimentos”. Data México, 2023. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/industry/retail-trade-of-groceries-and-food> (consultado el 17 de julio de 2024).

Ineed. “Sueldos de tienda de conveniencia en México: ¿cuánto paga tienda de conveniencia?”. 2023. <https://mx.indeed.com/cmp/Tienda-De-Conveniencia/salaries#:~:text=El%20sueldo%20semanal%20prome-dio%20en,en%20los%20%C3%BALtimos%2036%20meses> (consultada el 10 de julio de 2024).

INEGI. “Tiendas de conveniencia en México”. Censos económicos, 2014. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2014/>

_____. “Rural y urbana”. Censo de Población y Vivienda, 2020. <https://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/df/poblacion/distribucion.aspx?tema=me&e=09> (consultada el 5 de julio de 2024).

_____. “Subsistema de Información Económica”. Censos Económicos, 2019. <https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/> (consultada el 12 de julio de 2024).

Mira Bernabéu, José Miguel, Alberto Moreno López y Ana Espinoza Seguí. “Tiendas de conveniencia localizadas en estaciones de servicio: un nuevo formato comercial para nuevos usos del territorio”. *Papeles de Geografía*, Núm. 49-50, España, Universidad de Murcia, 2009, pp. 101-113. <https://revistas.um.es/geografia/article/view/92411>

Legislación

Código de Comercio, publicado del 7 de octubre al 13 de diciembre de 1889 en el *Diario Oficial de la Federación*; última reforma publicada el 28 marzo de 2018.

Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, publicada el 1 de julio de 2020 en el *Diario Oficial de la Federación*.

Ley Federal del Trabajo, publicada el 1 de abril de 1970 en el *Diario Oficial de la Federación*; última reforma publicada el 4 de abril de 2024.