

Las ventas multinivel

Análisis de las formas de trabajo asociadas

Octavio Maza Díaz Cortés



LAS VENTAS MULTINIVEL
ANÁLISIS DE FORMAS DE TRABAJO ASOCIADAS

(Versión preliminar)

Octavio Maza Díaz Cortés

Universidad Autónoma de Aguascalientes

Universidad Michoacana de san Nicolas de Hidalgo

Pimere Edición marzo 2006

Impreso en México

ISBN 970 728 031 X

Índice

ÍNDICE.....	1
PRÓLOGO.....	6
CAPÍTULO I EL TRABAJO, UNA LECTURA DESDE LOS PROCESOS DE PRECARIZACIÓN	10
INTRODUCCIÓN	10
I.1 LAS NUEVAS FORMAS DE TRABAJO	17
I.2 LAS DIFERENTES LECTURAS DEL TRABAJO.....	19
I.3 LOS LÍMITES DEL TRABAJO	22
I.4 EN TORNO A LAS COLECTIVIDADES.....	25
I.5 CAMBIOS DE FORMA LABORAL	28
<i>I.5.1 La precariedad y el futuro del trabajo</i>	<i>29</i>
<i>I.5.2 La flexibilidad como factor explicativo.....</i>	<i>32</i>
<i>I.5.3 El trabajo y la exclusión.....</i>	<i>34</i>
I. 6 ¿PARA QUE TRABAJAN LOS SERES HUMANOS?	36
<i>I.6.1 El trabajo y la mujer</i>	<i>39</i>
CONCLUSIONES.....	42
CAPÍTULO II LOS ESPACIOS DEL TRABAJO FEMENINO.....	45
INTRODUCCIÓN	45
II.1 LAS DIMENSIONES DEL GÉNERO	47

II.2 EL TRABAJO DOMÉSTICO	50
II.3 EL GÉNERO Y EL MERCADO DE TRABAJO	56
II.4 EL TRABAJO A DOMICILIO Y LAS ESTRATEGIAS.....	58
<i>II.4.1 Algunos datos en torno a las estrategias</i>	<i>61</i>
<i>II.4.2 Los estudios sobre las mujeres y el trabajo</i>	<i>63</i>
CONCLUSIONES.....	66
CAPÍTULO III LAS EMPRESAS: EL RE—CUENTO DE UNA ESTRATEGIA	68
INTRODUCCIÓN.....	68
III.1 EMPRESAS MULTINIVEL	68
<i>III.1.1 La historia de las ventas multinivel.....</i>	<i>70</i>
<i>III.1.2 Empresas para mujeres</i>	<i>76</i>
<i>III.1.3 El factor subjetivo.....</i>	<i>80</i>
III.2 LAS EMPRESAS, UNA DESCRIPCIÓN.....	83
<i>III.2.1 Avon llama: ¿La tradición?.....</i>	<i>84</i>
<i>III.2.2 Mary Kay y lo que cuesta trabajar</i>	<i>86</i>
III.2.2.1 Los valores.....	86
III.2.2.2 La conformación.....	89
<i>III.2.3 Jafra Cosmetic’s.....</i>	<i>91</i>
III.2.3.1 La historia.....	93
III.2.3.2 La organización de los linajes	94
III.2.3.3 El ciclo Jafra	101
CONCLUSIONES.....	104
CAPÍTULO IV ENTRE LA MUJER DOMÉSTICA Y LA LABORAL	108

INTRODUCCIÓN	108
IV. 1 LA MUJER LABORAL.....	109
IV.2 LA MUJER DOMÉSTICA.....	114
CONCLUSIONES GENERALES	120
ANEXO I LA REFLEXIÓN METODOLÓGICA	135
AI.1 LAS TRAYECTORIAS DE VIDA	146
<i>VII.1.1 Datos demográficos.....</i>	<i>146</i>
AI. 1.1.1 Los hijos	150
<i>AI.1.2 Trayectos educativos y laborales.....</i>	<i>151</i>
<i>AI.1.4 Perfil de las vendedoras.</i>	<i>156</i>
<i>AI.1.5 Los niveles Jafra</i>	<i>165</i>
AI.2 LA CARRERA.....	167
<i>AI.2.1 Concepto de las ventas</i>	<i>167</i>
AI.2.1.1 Planes de productividad.....	173
<i>AI.2.2 Formas de entrada.....</i>	<i>174</i>
AI.2.2.1 Características del trabajo	175
<i>AI.2.3 Las carreras.....</i>	<i>179</i>
AI.2.3.1 Clasificación de las carreras	182
<i>AI.2.4 Tiempo</i>	<i>185</i>
<i>AI.2.5 Espacio.....</i>	<i>187</i>
<i>AI.2.6 La jornada de trabajo doméstico.....</i>	<i>189</i>
<i>AI.2.7 Opiniones.....</i>	<i>192</i>

<i>AI.2.8 Datos de bienestar</i>	192
<i>AI.2.9 Otros Trabajos remunerados</i>	194
AI.2.9.1 Si tienen otro trabajo remunerado	195
AI.2.9.2 No tiene otro trabajo remunerado.....	197
CONCLUSIONES AL ANEXO.....	199
BIBLIOGRAFÍA	203

Prólogo

If you want to keep your husband excited, stay thin and make bank deposits

Esta investigación aborda una forma de trabajo que a pesar de ser muy común no ha sido estudiada por las investigaciones: las ventas de cosméticos. El reto que representa la reflexión sobre este tema resulta relevante pues nos permite responder a preguntas como: ¿qué sucede con el trabajo actualmente? ¿Cuáles son las características que distinguen al trabajo femenino? Y, de manera específica, ¿qué características toman las ventas directas?

El estudio de las formas que adquiere el trabajo ha devenido en un gran reto, de modo que lo que parecía indiscutible —el asalariado como modelo fundamental de trabajo—, hoy hace correr torrentes de tinta en buena parte del mundo. Situación que se explica porque la modalidad que ha adoptado la actividad laboral de los seres humanos ha cambiado con suma rapidez asumiendo una amplia variedad de formas. Modificaciones que conllevan distintos contenidos y resultados de acuerdo al lugar social que ocupan los sujetos analizados.

Por su parte el trabajo femenino requiere una reflexión aparte; ya que existen una serie de características que lo hacen diferente: de manera sucinta la articulación entre el trabajo doméstico, el extradoméstico y, en algunos casos, entre diversos trabajos extradomésticos.

Las ventas directas de cosméticos se realizan en horarios que elige la propia trabajadora. Se regulan mediante un contrato de distribuidor independiente, sin seguridad de ingresos, sin prestaciones, para una empresa sin rostro ni una figura patronal evidente. Lo anterior nos lleva a pensar que estamos ante un trabajo distinto a lo que tradicionalmente hemos conocido como el asalariado. Diferencias que se suman a las relativas a la configuración de la jornada y se traducen en la posibilidad de vender, al mismo tiempo que se realizan labores domésticas, se convive con otras personas, o en su caso, se trabaja en otra actividad. Lo que genera que el mundo del trabajo y el resto de la vida aparezcan mezclados o confundidos, sin fronteras claras, generando transformaciones en diferentes dimensiones de la vida

El objetivo que nos hemos planteado implica conocer la configuración que adquiere el trabajo femenino en las ventas de cosméticos, atendiendo a la relación entre trabajo doméstico y extradoméstico; así como, en su caso, conocer el modo en el que se articulan con otros trabajos remunerados. En tal sentido hemos buscado los recursos teórico—metodológicos para captar el movimiento y la transformación de dichas formas de trabajo; mismas que, entre otras tendencias, conducen a ocupaciones que trastocan los límites conocidos del trabajo. Derivamos, de lo anterior, dos ejes analíticos centrales: la relación trabajo doméstico—extradoméstico y los procesos de precarización del trabajo.

Como hipótesis de trabajo se considera que existe un tipo de precariedad la cual se manifiesta en la transposición de los límites del mundo del trabajo con otros espacios, mismos que pueden ser el TD u otras formas de trabajo, con características tales como la incertidumbre, la inestabilidad y la desprotección laboral. En este sentido cabe aclarar que reconocemos que las condiciones mencionadas no afectan de igual manera a todas las personas que participan en la escala de la ocupación que estamos analizando.

El trabajo femenino es un campo de estudio con especificidades tales que lo hacen muy complejo; de manera particular debemos destacar la presencia de la dualidad TD y TED; aunada a la condición de segregación que en términos generales se traduce en la dificultad de acceder a ciertos puestos de trabajo o las relacionadas con la calificación. Algunas manifestaciones de tal situación se expresan en afirmaciones tales como: “es un trabajo complementario” y, en su visión extrema, como “una actividad que difícilmente se puede llamar trabajo”.

El enfoque de género ha permitido construir los puentes para analizar dos componentes del trabajo femenino: el TD y el TED y sus múltiples relaciones. La condición de la mujer conlleva formas de segregación que repercuten en las posibilidades laborales y de obtención de ingresos. El trabajo en Jafra responde a la condición del trabajo femenino, en tanto aprovecha la condición históricamente impuesta de llevar la carga del trabajo doméstico y el cuidado de la prole.

Las ventas de productos cosméticos mediante el esquema multinivel resultan una ocupación común en la sociedad contemporánea. Comparte rasgos con lo que se ha discutido como procesos de precarización del trabajo, lo cual nutre esta investigación de marcos interpretativos que resultan enriquecedores analíticamente hablando.

Recientemente se han desarrollado en el mundo diversas formas de trabajo, a partir de los procesos de reestructuración productiva, los cuales se basan en la necesidad de mayor competitividad y calidad; situación que ha provocado, entre otras muchas consecuencias, la reducción del número de trabajadores ocupados y de la estabilidad en el trabajo. A partir de dicho proceso el trabajo se ha estructurado y concebido de manera distinta. Esta nueva

organización exige revisar en los espacios académicos las formas de ocupación que se han desarrollado al margen del trabajo asalariado: trabajo a tiempo parcial, en periodos segmentados, eventual, por hora, por temporada, etc. Se requiere entender la forma en la que se vive el trabajo, y lo que significa en el ámbito de la experiencia la incertidumbre propia de los empleos precarios.

Finalmente, asumimos la necesidad de reflexionar en torno a las posibilidades de construcción de subjetividades y de nuevos sujetos sociales, en estos espacios en los que el trabajo reviste diversas formas. Es, pues, fundamental preguntarnos por el tipo de sujetos que se constituyen en estos nuevos espacios sociales, y cuáles son las posibilidades para la articulación de transformaciones sociales.

Finalmente, este documento tiene dos intenciones fundamentales: por un lado establecer el diálogo con quienes nutrieron esta experiencia de investigación; es decir las mujeres que laboran en este tipo de empresas. Y, por otra parte, una aportación al debate sobre el mundo del trabajo y el diálogo con los investigadores que se interesan por estos temas.

Capítulo I El trabajo, una lectura desde los procesos de precarización

Introducción

El proceso de precarización del trabajo y, con ello, a la forma en la que los riesgos han sido trasladados a los trabajadores se han convertido en elementos fundamentales para la explicación comprensión del mundo laboral. Este aspecto cobra mayor relevancia en virtud de que una de las singularidades que reviste dicho proceso implica que las empresas se deshagan de los costos sociales que significan los trabajos asalariados. En tal sentido conviene reflexionar sobre los cambios que se han producido en cuanto al lugar que el trabajo ocupa en la vida actual y las posibilidades que esto genera en la vida social.

Reconocemos, con todo esto, un proceso en el cual los trabajadores se ven afectados por condiciones que impiden acceder a formas de trabajo estable. Lo que se conjuga con cambios culturales que pueden hacer deseable la inestabilidad, misma que se convierte en un estilo de vida. Ya que las determinaciones que afectan el mundo del trabajo también generan cambios culturales.

Hemos integrado una revisión de los discursos sobre la reestructuración productiva, de manera particular cuando se les aborda con enfoque de género, así como los cambios que se han producido en el mercado de trabajo. La revisión permitirá explicar el modo en que estos cambios han generado el aumento de trabajos distintos al asalariado y la forma en que se distribuyen estas ocupaciones según el género. Cabe aclarar que las ventas directas de cosméticos no son un producto de la reestructuración, sino que ésta resulta un marco

interpretativo del significado y contenido de una forma de trabajo que representa una estrategia empresarial distinta al asalariado.

De acuerdo con lo expresado en páginas anteriores establecimos dos ejes analíticos fundamentales para el análisis que hemos realizado: el trabajo y el género, campos que figuran como dimensiones centrales de nuestra observación. En las páginas siguientes hacemos un recorrido en torno a estos dos espacios de análisis.

El trabajo está en relación con diversos factores de la vida social, es decir, que no es un mundo aparte (Salles, 1999). De tal forma que se encuentra integrado a otras esferas constituyentes de la vida de las personas y funciona como un ámbito organizador de ellas. En este sentido con el cambio de la actividad laboral se ven afectados diversos campos de la cotidianidad, entre ellos factores que resultan fundamentales como el tiempo y los recursos económicos de las personas y los hogares (Heller, 1977). En algunos modelos analíticos tradicionales, la actividad laboral es un factor que ordena el tiempo y genera identidades. Pero este orden se trastoca en tanto aparecen configuraciones de trabajo con formas diversas y llega a su extremo cuando se experimenta la carencia de una actividad laboral que permita obtener los recursos para la sobrevivencia, lo que genera una modificación de los vínculos sociales, pues las posibilidades de la vida y el tiempo liberado se reconfiguran y toman diversos sentidos.

Si bien es cierto que el trabajo es un factor fundamental y necesario para la subsistencia de la gran mayoría de los seres humanos éste está cubierto de diversos significados y contenidos, además de variar en términos de su importancia para las personas dependiendo de factores sociales e históricos. Por ello, la relación que el trabajo tiene con el resto de la vida toma diversas conformaciones según cada caso concreto y de las particularidades que puede revestir

cada situación particular. Existe una gran variedad de sentidos que se construyen con respecto al trabajo, así como acuerdos que se construyen a partir de esto.

En los estudios sobre el tema existe una tendencia a equiparar el trabajo con el asalariado, por lo que consideramos importante rescatar una serie de elementos que permitan definir de manera más amplia la actividad laboral. Acorde con esta intención integramos una breve revisión de las características del trabajo propuestas por Applebaum (1992), autor que analiza las generalidades del trabajo y se refiere a una serie de características que han acompañado al trabajo a través de los distintos momentos de la historia. Lo que permite afirmar que el trabajo asalariado es la parte menos común del trabajo humano y, no como se ha querido observar, es la forma típica de trabajo. Algunas de las características del trabajo son:

En suma el trabajo es una actividad humana que a lo largo de la historia ha tomado distintas características y que en una relación dialéctica transforma el mundo y es determinada por él. Genera distintas conformaciones que darán lugar a nuevos modos de vida lo que produce cambios diversos, a título de ilustración mencionamos los relativos a la vivienda (y sus atributos), a las rutinas cotidianas de convivencia, a la organización del tiempo dedicado a otras actividades etcétera¹. Referiremos con mayor precisión algunas visiones sobre los cambios en

1. Las transformaciones en el trabajo y en su ejercicio inciden igualmente en la subjetividad de las personas (Williams, 1958, citado por Salles, 1999). En términos afines con la anterior cuestión cabe también destacar que el sentido social se construye por una serie de factores, dentro de los que podemos encontrar el trabajo. Si consideramos las transformaciones que está teniendo el trabajo en la actualidad, podemos encontrar que con él se modifican las ideas de tiempo —pasado y presente— y de espacio. En consecuencia, el trabajo está contribuyendo a la conformación de nuevos sentidos sociales (Salles, 1999).

el mundo del trabajo. Para lo cual partimos de la revisión propuesta por De la Garza, cuando discute las cuatro tesis fundamentales (De la Garza, 1998):²

- La **primera tesis** implica un cambio en la estructura ocupacional. Desde esta perspectiva los servicios tienen un crecimiento de mayores proporciones con respecto a la industria. Se plantea el incremento de los trabajadores calificados, así como el de los trabajos atípicos. En este último renglón están los trabajos precarios, por hora, por cuenta propia y los eventuales. Espacios ocupados, principalmente, por las mujeres y las minorías étnicas.

Los cambios descritos generan una nueva forma de heterogeneidad de los trabajadores, donde el aislamiento de éstos genera una gran variedad de identidades. La diversidad que se produce da lugar a nuevas posibilidades de construcción de sujetos sociales, con nuevas características y demandas (Touraine, 1999).

- La **segunda tesis** plantea el fin de la centralidad del trabajo como estructura ordenadora de las identidades tanto individuales como colectivas. Esta tesis considera que el mundo extralaboral ha tomado mayor importancia en la conformación de identidades.

En este sentido resulta interesante preguntarse por el lugar del trabajo cuando, en su realización, está mezclado con una serie de actividades que no entran en la categoría tradicional de trabajo; formando, no obstante, parte de la reproducción de las personas, sus hogares y sus familias. Esta inquietud nos conduce a retomar los argumentos, ya mencionados en este apartado, relativos a que el espacio del trabajo no puede observarse separadamente del resto de

2. Reconocemos que la discusión sobre los cambios en el mundo del trabajo representan un amplio debate, mismo que no incluimos aquí por exceder los límites de nuestro objetivo.

las otras actividades que conforman la vida cotidiana. Lo mismo ocurre con los procesos identitarios, toda vez que su conformación tiene múltiples referentes que pueden trasladarse — por lo menos en parte— del mundo del trabajo a otros espacios vitales.

Es relevante que tanto la primera y como la segunda tesis hacen patentes que los cambios que se observan en el trabajo tienden a la precarización del mundo del laboral.

- La **tercera tesis** arguye que la riqueza actualmente se crea en el sector financiero global y comercial; por lo que, en consecuencia, ya no depende tanto del trabajo industrial como anteriormente. La riqueza se genera mediante acciones especulativas que realizan organismos que resultan ser entidades a las que resulta imposible enfrentar, ya que de hecho no tienen cara (Meda, 1998).

La segunda y la tercera tesis pretenden restar importancia al trabajo tanto en la vida de los sujetos como elemento indispensable en la producción de la riqueza. En oposición a dichos argumentos encontramos diversos desarrollos teóricos que asumen que el trabajo sigue siendo factor fundamental para la vida de los sujetos y para la creación de la riqueza.

- Por último, la **cuarta tesis** considera que la crisis del trabajo es un problema político que implica que la clase obrera fue derrotada en los años ochenta. Ahora las empresas buscarán los espacios donde se garantice la ausencia de conflictos, mano de obra dócil, barata y calificada. Razón, ésta, por la que las actividades se orientan en función de la lucha por los mercados (Ozaki, 1996 y Jurgens, 1995, citados por De la Garza, 1998).

Una de las tesis centrales de nuestra investigación es que el trabajo femenino implica una serie de configuraciones en cuanto a la relación entre trabajo doméstico y el extradoméstico con

diversas manifestaciones de éste último. Dicho de otra manera el trabajo por una remuneración convive con otros tipos de trabajo tanto remunerados como no, éstos remitidos al trabajo denominado doméstico. Lo que provoca que se generen nuevas conformaciones sociales, mismas que remiten a estructuras laborales con carácter precario.

Recientemente se ha incrementado el interés por labores que exceden los límites del trabajo asalariado industrial. Sin que esto niegue que sigue habiendo un predominio de estudios sobre trabajos “típicos” -aquí referidos de modo puntual a aquellos trabajos que se realizan en una empresa, con la presencia de un sindicato, con horarios determinados, etcétera-. Por lo que creemos que se deben abrir espacios para conocer aquellos trabajos considerados atípicos, que ocupan a buena parte de la población. Aunado a lo anterior conviene enfatizar que lo que hoy día denominamos trabajo atípico siempre ha existido, aunque bajo modalidades un tanto distintas de las actuales. Proponemos, pues, revisar "el otro trabajo que siempre ha existido, no estable ni organizado que no es analizado".

Si bien el empleo en el sector industrial sigue siendo importante; sin embargo, demuestra la existencia de grandes contingentes que se trasladan al autoempleo y a los trabajos atípicos en general, generando con esto la existencia de grupos que ingresan a un tipo de trabajo que para algunas regiones parece anómalo, pero en países como México es algo con lo que se ha vivido durante mucho tiempo. Lo que exige dedicar esfuerzos encaminados a definiciones más precisas en cuanto a la estructura económica mexicana.

Esta condición extendida en el país afecta de manera diferenciada a diversos sectores de la población. Las mujeres se ven compelidas a combinar el trabajo remunerado con otras actividades. Es este sentido existen empresas que aprovechan las condiciones sociales y

culturales que viven las mujeres. Algunos rasgos distintivos de la conformación del trabajo femenino³ es que tiene como característica primordial la tendencia a crear nuevas articulaciones entre lo que es trabajo, lo que no lo es o entre distintos trabajos. Las fronteras entre el trabajo y las actividades de reproducción doméstica se pierden, debido a que estos espacios se confunden —tanto en el nivel cotidiano como conceptual—.

Los TED que se realizan en el hogar implican relaciones complejas con otras actividades, mismas que requieren explicación. Se vinculan, por ejemplo, con el cuidado de los hijos, la preparación de los alimentos y las diversas actividades cotidianas que no se reducen al trabajo, pero que le sirven de marco indispensable para la realización de esta labor.

Las diversas formas de articulación TD—TED implican que las mujeres vean incrementada la duración o la intensidad de su jornada de trabajo ya que tienen compromisos con ambos espacios. No existen elementos para determinar de antemano cuál de las actividades se torna primordial y, por lo tanto, ordenadora de la vida ya que las conformaciones son variadas. En este sentido resulta ilustrativo el concepto de doble presencia que desarrolla Balbo (1994), quien se refiere a un proceso en el que las mujeres tienen trayectorias laborales y vitales diferenciadas. En un momento se utiliza su fuerza de trabajo en el TD, en otro en el TED y en otros en ambos. Situación que se ve favorecida por la tendencia a diseñar los instrumentos — artefactos y condiciones de consumo— que favorezcan la doble presencia permanente. Ésta última implica que se concentre el TD y se desarrollen formas laborales como el tiempo parcial, lo que se traduce en tensiones que se incrementan para abarcar ambos espacios.

3. Mencionamos el trabajo femenino ya que es el objeto de nuestra investigación, sin embargo podemos reconocer que es una tendencia no exclusiva de este sexo.

Resulta fundamental, por lo tanto, reflexionar sobre las posibilidades analíticas de la perspectiva que apunta la conjunción del trabajo de ventas y el doméstico como recursos y arreglos adoptados para garantizar la reproducción de su vida personal y de la familia, así como una estrategia de capital. Hemos encontrado que la importancia del mundo del trabajo es un factor que estará relacionado con una serie de factores que en este caso hemos definido como el modelo de mujer. El modelo de mujer es una construcción analítica que conformaremos en función de nuestro trabajo empírico y que conlleva un proceso de tipificación que nos permitirá reconocer los rasgos generales de diversos segmentos de la población, así como la forma de comportarse con y para el trabajo. Lo que conlleva formas de dar sentido y de ubicarse en el mundo. Aspectos que remiten a maneras de interpretar y de actuar ante las diversas situaciones de la cotidianidad.

I.1 Las nuevas formas de trabajo

El empleo formal y típico (asalariado, estable y protegido) ocupa una proporción cada vez menor de la humanidad, el resto se ubica en formas de trabajo distintas⁴ a ésta. Las anteriores son formas de trabajo que deben ser comprendidas en toda su complejidad e implican diversos tipos de respuesta por parte de la población, mismas que están determinadas por factores tales como la clase social, la posición económica y el sexo.

Estudiar el mundo del trabajo —en la concepción amplia que estamos asumiendo— plantea problemáticas en dos niveles: a) Por un lado, se maneja la idea tradicional de que el trabajo por

4. Este proceso implica formas de trabajo que son consideradas como informales los datos nos muestran que en México el 29.2% de la población ocupada se encuentra en el trabajo asalariado. Por otra parte existen amplios porcentajes de trabajadores sin prestaciones: el 50.52% de los ocupados y el 26.03% de los asalariados (ENEU, 2003).

excelencia es el trabajo típico asalariado industrial, donde todos los otros tipos quedan fuera; lo que se traduce en que existan relativamente pocos estudios que abordan trabajos diversos, atípicos, etc. b) Por otro lado, se plantea la necesidad de construir instrumentos de análisis para captar lo específico de cada modalidad de trabajo. Esto último resulta fundamental ya que muchos de ellos tienen características que los hacen de muy difícil ubicación y reconocimiento.

Algunos factores que contribuyen a lo que estamos mencionando son la forma en que se compra la fuerza de trabajo, que no se adquiere de manera continua (como sucede en el trabajo típico), sino que se hace en tiempo discontinuo y con labores que no realizan en un lugar determinado explícitamente. Esta forma de organizar la jornada hace que la fuerza de trabajo se comprometa más que cuando la jornada tiene una duración lineal —con un inicio y un fin claramente especificados—, ya que esto implica distintas formas de presión. Lo que se traduce en que se establece una colonización del tiempo, donde el trabajo invade más espacios y relaciones, pues de esto depende obtener mayores ingresos. Lo anterior se expresa en cuestiones tales como la necesidad de usar las relaciones sociales o la importancia que reviste el estado de ánimo como un factor del trabajo.

En conclusión los cambios son en formas de contratación, conformación de la jornada, lugares de trabajo, modalidades de pago, las formas de control, garantías sociales y estabilidad del vínculo laboral. Por otra parte, la propia imagen de la vendedora, su estado de ánimo y sus saberes son recursos que se movilizan para la obtención de beneficios económicos.

I.2 Las diferentes lecturas del trabajo

A pesar de que los estudios sobre el trabajo han abordado de manera preferente los temas de trabajo típico industrial encontramos que ya existen diversos debates sobre el trabajo atípico. En las líneas siguientes presentamos algunas de las miradas analíticas que nos han parecido más relevantes.

Bourdieu afirma que actualmente la precariedad está en todas partes, ya que existe un proceso (flexibilización del trabajo) que pretende convertir a casi todos los trabajadores en precarios. Pone especial atención en los efectos de este fenómeno “La precariedad genera invisibilidad, porque desarticula y presiona, hace que los seres humanos vivan en constante incertidumbre. Es una inseguridad administrada que destruye todo lo que toca (Bourdieu, 1999).” En este sentido es exagerado pensar—desde una perspectiva pesimista— que el efecto de la inseguridad es la desarticulación de la sociedad de hecho los efectos son nuevas formas de organización social, nuevos sentidos de la vida y la conformación de los sujetos. Basta decir que al mismo Bourdieu le sorprende ver como se han generado movimientos en los que los desempleados se organizan. Si bien es probable que las formas de construir colectividades se estén modificando, es también cierto que se construyen nuevas alternativas de transformación social.

Desde otra perspectiva, aunque niega en principio las posibilidades de otras articulaciones, se discuten la transformación del trabajo y la necesidad de distribuirlo; buscando, además, un nuevo concepto del tiempo y su uso (Jaureguí, 1999). Se niega el contenido político de este amplio debate sobre el trabajo humano y lo que en él se juega, en tanto la subsistencia de los sujetos individuales y de las familias. La idea de distribuir el trabajo parece muy lejana para la

mayoría de las sociedades en el mundo, ejemplo de lo cual son las sociedades pobres en las que, para la mayoría de la gente, no es una alternativa reducir la jornada y por los efectos que tiene esto en los ingresos.

Por otra parte, algunos autores plantean el surgimiento de una nueva clase de servidores no calificados que realizan trabajo precario y cuya función es servir a los que tienen algún empleo y que conforman la nueva clase privilegiada. Condición que tiene un referente empírico claro, aunque no aporta muchos elementos para explicar la nueva conformación del mundo del trabajo (Castells, 1999). Sin embargo, estas aportaciones nos permiten observar formas de trabajo con diversas configuraciones, mismas que son nuestro objeto de estudio. De lo que se deriva su utilidad más descriptiva que explicativa.

Tras hacer una revisión de la situación del trabajo y el constante aumento del desempleo en el mundo, existen propuestas que contemplan al trabajo como un bien en extinción. Lo que repercute en la creciente marginación para el gran número de personas que no encuentran un empleo. De manera que se plantea que en un mundo donde buena parte de la población ha dejado de ser útil para los empleadores, se requiere un nuevo orden y nuevos sentidos para el trabajo (Forrester, 1999). Ciertamente existe la posibilidad de que el trabajo devenga en nuevos sentidos aunque por lo pronto no podemos negar que el sentido que tiene para la mayoría de la población es obtener los recursos para la sobrevivencia y el no tener una ocupación remunerada sigue siendo causa de exclusión social y es impensable un mundo sin trabajo.

El trabajo vivo pierde importancia en el proceso de producción—ya que la maquinaria desplaza mano de obra—, lo que obliga a un inmenso número de personas a permanecer en el desempleo y vivir en la miseria. El desempleo se torna un problema fundamental del mundo

moderno, si bien los grandes números muchas veces lo ocultan mediante diversas formas de medir el desempleo. Tal vez un indicador más confiable sea el número de empresas que cierran o reducen su personal contratado.

A decir de algunos autores la tecnología es causa fundamental de este creciente desplazamiento de la mano de obra (Rifkin, 1996), proceso en el que los mismos empleos de alta tecnología terminan por ser eliminados por sus propios descubrimientos y aportaciones (Aronowitz, 1994). Sin embargo, este planteamiento hace pensar en los movimientos obreros que destruían las máquinas por considerarlas el elemento opresor. En tal sentido podemos afirmar que es el uso y aprovechamiento de la tecnología en el marco de una racionalidad expresada en la búsqueda de la ganancia lo que deriva en el desplazamiento de la mano de obra. La fuerza laboral pierde importancia para las organizaciones en tanto éstas hacen uso del trabajo acumulado que implica la existencia de la tecnología o implementan estrategias que se traducen en de la intensificación de jornadas con un reducido número de trabajadores, mediante los nuevos paradigmas gerenciales.

De lo anterior se derivan dos consideraciones: a) no podemos negar que existen campos en los se mantiene el uso intensivo de la mano de obra, ejemplo de lo cual son algunos tipos de maquiladoras; y, 2) es imposible el desplazamiento absoluto de la mano de obra, ya que el trabajo humano siempre será necesario, pues se requieren operadores de los equipos, aun los de alta tecnología. En suma, resulta posible reconocer la concurrencia de una serie de aspectos que se conjugan para explicar la situación actual del trabajo: crisis económicas, cambios en los mercados, razones demográficas, intensificación del trabajo, lo que se traduce en un incremento de los desplazados del mundo del trabajo.

A dichos cambios se integran modificaciones en el significado del trabajo, así como la forma en la que se realiza esta acción y las posibilidades que se generan cuando los límites entre el trabajo y el no trabajo —en sus múltiples esferas— se rompen o diluyen (De la Garza, 1998). Con esto se generan nuevas posibilidades de acción de los sujetos sociales. En esos espacios liberados surgen las nuevas respuestas, las salidas construidas por los individuos, que al hacerse conscientes de su historicidad se constituyen nuevos "sujetos" (Touraine, 1999)⁵.

Finalmente, el trabajo se transforma y con éste los sujetos que lo realizan. Lo que nos compele a observar a los sujetos que se conforman como un producto de esta realidad cambiante. Las formas que adquiere la jornada, el significado y sentido del trabajo deben ser interpretados en el proceso que sigue cada grupo y las determinaciones a las que es sometido. Ya en párrafos anteriores mencionamos que una de las características principales de estos cambios en el trabajo es la relacionada con la transposición de los límites del trabajo, aspecto que analizamos a continuación.

I.3 Los límites del trabajo

En las páginas anteriores hemos planteado que uno de los rasgos principales de la precariedad es la confusión de los espacios de la vida. Estamos considerando confusión como la dilución de los límites, su trastrocamiento o traslape. Lo que se traduce en que, en términos llanos, los sujetos no puedan distinguir claramente donde empieza uno y donde termina el otro, así como los recursos obtenidos e invertidos.

5. Touraine (1999) define sujeto como "el paso del yo al ello, el control ejercido sobre la vivencia para que haya un sentido personal, para que el individuo se transforme en actor que se inserta en las relaciones sociales a las que transforma, pero sin identificarse nunca completamente con algún grupo, alguna colectividad". El actor

Por lo que resulta importante hacer una revisión teórica que nos permita comprender la forma en la que se rompen los límites tradicionales del trabajo, en su relación con otros espacios de la vida. Hemos ordenado la reflexión en 4 grandes apartados: los límites entre trabajo remunerado y otras actividades, entre racionalidades, entre usos del tiempo y entre espacios físicos.⁶

El límite entre **trabajo remunerado y otras actividades** se pierde, cuando no se puede reconocer cuando inicia el trabajo remunerado y cuando el resto de la actividades vitales (el cuidado de los hijos, los quehaceres domésticos, la vida social y la convivencia familiar e, incluso, otros trabajos remunerados). En las jornadas de trabajo femenino, particularmente cuando se vinculan a lo doméstico resulta muy complejo establecer los límites temporales, ya que no es sencillo reconocer en que momento se inicia y termina el trabajo, definido como la jornada interminable, con múltiples consecuencias tanto sociales como políticas (Durán, 1986).

En cuanto a las **racionalidad**, encontramos que conviven actividades con distintas finalidades, lo que se traduce en una conjunción de las actividades relacionadas con la cooperación, las redes sociales y los afectos; con actividades encaminadas a la obtención de un beneficio económico. Con lo anterior se produce un espacio donde conviven lógicas distintas y, en ocasiones, contradictorias, la lógica de la ganancia, y otra que, por ahora, llamaremos la la solidaridad.

es aquel que modifica el ambiente material y sobre todo social (208).

6. Resulta interesante encontrar la forma en la que estas condiciones objetivas afectan y son asumidas por los sujetos de acuerdo a su historia, tradiciones y sentimientos (Para mayor información véase Melgoza, 1990).

El **tiempo** de trabajo se confunde con el resto de la vida diaria. Las ventas de cosméticos permiten dedicar tiempo al cuidado de los hijos, a las labores domésticas o puede realizarse al mismo tiempo que otro trabajo remunerado. La flexibilidad del tiempo parece ser un logro en el sentido de otorgar mayor libertad a los trabajadores; pero, al mismo tiempo, con efectos en las posibilidades de articulación entre los sujetos sociales.

Los cambios que se producen con respecto al tiempo implican modificaciones tanto en la forma de ordenar la vida y el trabajo como en el nivel de la experiencia laboral y subjetiva de los trabajadores (Supiot, 1999). Entendemos dichas transformaciones como las expresadas en los cambios en los horarios (de comida, de descanso, de sueño) y en la diversidad de extensión de la jornada. Este tipo de horario flexible implica, antes que nada, el incremento de la intensidad y la existencia de múltiples compromisos más allá del mismo trabajo.

Al vender cosméticos los **espacios** toman una nueva conformación: la casa o el lugar de trabajo —en los casos en los que se tiene— se transforma en centro de trabajo, bodega, oficina y espacio para recibir a las compradoras. Los recursos dedicados antes al servicio de la familia —el teléfono, el automóvil, etc. — pasan a formar parte de los medios de trabajo. Lo que se puede ver con mayor claridad en los casos de las mujeres que se encuentran insertas en negocios de carácter familiar (mismo que se analiza adelante). Finalmente, la estructura de este trabajo dificulta la posibilidad de encontrarse con otras mujeres que realizan este mismo trabajo, por lo menos en la forma en la que sucede entre quienes tienen un trabajo en un espacio determinado. Por lo tanto, se hacen más complejas y variadas las configuraciones identitarias que se conforman.

I.4 En torno a las colectividades

Consideramos que la forma en que se realiza el trabajo impide pensar en los espacios de encuentro tradicionales entre las trabajadoras; ya que realizan el trabajo en sus propios espacios: el hogar, el centro de trabajo, etc. Sin embargo, los encuentros se realizan en las reuniones mensuales o en las juntas de área se constituyen como espacios de encuentro. Si bien es cierto podemos asumir que existen vendedoras que laboran fuera de todo grupo y difícilmente se conocen con las otras, también existen algunas que logran establecer nuevos vínculos sociales.

Nuestra investigación permitió reconocer que en las juntas semanales, las vendedoras tienen la posibilidad de compartir experiencias. Es un espacio de integración, de hecho para muchas el vender cosméticos les permite obtener el “permiso” de sus cónyuges para tener vida social. Esto nos obliga a pensar en las transformaciones sociales y los significados que estas asumen en la vida de los sujetos individuales. Es decir, que los cambios son distintos para cada grupo social y se configuran mediante la conjunción de múltiples aspectos tanto estructurales como subjetivos.

Al buscar explicaciones sobre lo que cambia en la cotidianidad encontramos recursos explicativos en el concepto de los cambios moleculares (De la Garza, 1998) (Zemelman, 1997)⁷. Donde se reconoce la posibilidad de cambios en los sujetos individuales sin dejar de considerarlos como producto de las determinaciones sociales. Transformaciones que son parte de un proceso de cambio y reconfiguración de lo social, donde intervienen factores

7. La idea de los cambios moleculares aparece como una forma de resolver la dialéctica entre lo individual y lo colectivo. Es el espacio en el que se articulan las necesidades, experiencias y utopías.

relacionados con la conformación subjetiva de los diversos actores. Al revisar este concepto buscamos entender los condicionantes individuales y sociales que influyen en la entrada y permanencia en este trabajo. Por citar algunos ejemplos de los cambios sociales que nos interesan mencionamos los que guardan relación con el ingreso de las mujeres al mercado de trabajo, las nuevas formas de organización de la familia y la relativa autonomía que pueden obtener las vendedoras debido al ingreso que reciben (Benería, 1992) (García, 1999), además de la valoración, por parte de la misma mujer, de sus propias actividades, y de su contribución al sostenimiento del hogar (Benería, 1992).

Los datos de la encuesta realizada como parte de esta investigación nos muestran que la gran mayoría de las mujeres reconocen profundos cambios en su vida cotidiana entre los que resaltan los relativos a la libertad económica y al reconocimiento por parte de su familia.⁸ Asumimos una relación en la que la vida en su conjunto (género, raza, clase) influyen en el trabajo al que se puede acceder; es decir, la manera en la que se observan las situaciones y las posibilidades y lo que se considera deseable para cada grupo social y sujeto (Bourdieu, 1990).

En párrafos anteriores se observó que los cambios en el trabajo producen nuevos sentidos y relaciones sociales (Salles, 1999). Con esto se transforma, además, el uso del espacio, el tiempo y la organización de la familia, lo que implica nuevos acuerdos y equilibrios de poder (Jelin, 1999). Al estudiar el trabajo de las mujeres se les debe ver, no como sujetos pasivos, sino como actores que transforman su propia realidad e ingresan a un mercado de trabajo con los recursos

8. La encuesta se realizó mediante una muestra representativa de las vendedoras de Jafra Cosmetic's en Morelia Mich. El 69% está entre acuerdo y totalmente de acuerdo en que tienen más capacidad de decidir en el hogar, 83% en que reciben más reconocimiento, 85% que reciben más ingresos, 82% en que son más independientes, 86% en que tienen más vínculos sociales.

que les brinda su propia biografía. Historia personal con una serie de características y contenidos que trascienden la mera lógica de trabajo o que le dan sentidos diversos⁹.

El trabajo que analizamos es una ocupación que al igual que el trabajo a domicilio implica bajos costos sociales, en tanto no se requiere negociar con la familia la salida a trabajar. Sin embargo, los costos pueden aumentar —en otro sentido— de forma considerable debido a que esto significa aumentar la jornada de trabajo total (trabajo doméstico y extradoméstico) (García, 1999). De este modo tenemos trabajadoras que aprovechan los espacios de libertad que se producen en su propia realidad para ingresar a este trabajo. En esos espacios se generan intercambios, como la cooperación, y se abren posibilidades para que las mujeres se sientan satisfechas con su trabajo. Nos encontramos con sujetos individuales que se enfrentan a condicionamientos sociales propios, que actúan con la posibilidad de romper convencionalismos, lo que podría generar sujetos capaces de enfrentarse al poder y, por lo tanto, generar cambios culturales.

De este modo abrimos el camino para considerar las especificidades que se producen en los distintos tipos de trabajo: asalariado, doméstico, por cuenta propia, independiente, a destajo, a domicilio, de maquila, de servicios, de ocupación, subordinado, informal, precario, inestable, etc. de desempleo. Lo que nos lleva a afirmar que se requieren nuevos conceptos de trabajo para, en virtud de eso, redefinir la relación con el resto de las actividades.

9. De hecho en la discusión sobre la invisibilidad del trabajo femenino se plantea el problema del sentido con el que se realiza el trabajo (Benería 1992:111).

I.5 Cambios de forma laboral

La reestructuración productiva implica una reformulación del trabajo, la redistribución de las ganancias y de prestaciones tales como la seguridad social. Condiciones en las que los trabajadores tienden a verse desfavorecidos. Una de las consecuencias de este cambio es que genera incertidumbre y desigualdad sociales. Dicha situación aumenta el trabajo remunerado que se realiza en el hogar y propicia una transformación que deja sin sentido, al menos de forma parcial, la idea del empleo, para dar lugar a un nuevo concepto de trabajo que aún se está empezando a reconocer y falta investigar a profundidad.

Las nuevas formas de trabajo ubican a la incertidumbre como una de las características que ha pasado a ser elemento fundamental en el espacio de la discusión sobre lo social y, además, una de las principales características para definir el trabajo precario. Dicho componente no sólo está presente en el trabajo, sino en la sociedad en su conjunto. Giddens afirma que el mundo actual es más incierto que el que vivieron las generaciones anteriores, un mundo lleno de incertidumbre que los propios seres humanos hemos creado. El cual tiene su origen en la necesidad del hombre de cambiar el rumbo de la historia y de alterar los límites de la naturaleza (Giddens, 1995). Pero esta incertidumbre no sólo se relaciona con las grandes cantidades de información accesibles, tiene que ver con un proceso económico que se traduce en cada vez peores condiciones para quienes viven de su trabajo.

Quien ingresa a los trabajos precarios, de manera particular a las ventas, no conoce el monto de las ventas que realizará, desconoce el mercado y, en consecuencia, carece de información que le permita elegir y conocer los segmentos del mercado a los que se dirigirá. Corre el riesgo de dirigirse a un mercado saturado. De tal forma que se genera aquí una ventaja para quienes

son capaces de manejar mayor información y quienes están en posibilidad para consumir en mayor escala. Lo anterior se conforma como un elemento diferenciador de los tipos de carrera como analizaremos posteriormente.

El riesgo se puede definir en oposición al peligro. El primero, tiene que ver con el conocimiento de las posibilidades de éxito y fracaso, es decir, es producto del conocimiento. Por su parte, el peligro implica el desconocimiento de las probabilidades de algún efecto distinto al esperado (Douglas, 1996). El riesgo es una característica moderna; el peligro, una antigua, pues se le relaciona con lo desconocido. No existe una decisión libre de riesgo; de hecho, a mayor información, mayor incertidumbre y riesgo, pero menor peligro (Luhmann, 1998). Las actividades de alto riesgo se caracterizan por la duración de los contratos, las jornadas y porque el monto de los ingresos no está predeterminado y no existen garantías de cómo y cuando recibirlo.

1.5.1 La precariedad y el futuro del trabajo

En líneas anteriores hemos utilizado el concepto de trabajo precario, mismo que consideramos conveniente definir en este momento. En algunos textos se define el trabajo precario como aquél en el que no existe ningún tipo de prestación social (García, 1999). Otros consideran que la característica fundamental para el trabajo precario es la falta de estabilidad, ejemplo de lo cual son el trabajo a domicilio, la subcontratación, actividades con contrato temporal y por tiempo determinado. Esto no se contradice con nuestra primera afirmación, ya que la acción de cancelar prestaciones a los trabajadores se vincula con los trabajos inestables (Zenteno, 1999).

Otras características que se le atribuyen es que deja de estructurar el tiempo cotidiano, así como la inestabilidad, la volubilidad, flexibilidad, inconsistencia tanto material como inmaterial (Gorz, 1999). Consideramos que el trabajo si estructura el tiempo y la vida cotidiana en tanto es parte fundamental del tiempo de vida, si bien es cierto el uso del tiempo como se le entiende tradicionalmente se transforma, se producen nuevas configuraciones temporales, mismas que pretendemos reconocer en esta investigación.

El trabajo precario, de acuerdo con Mückenberger, es aquél en el que la empresa traslada el riesgo a los empleados, y éstos reciben la parte más pequeña de los beneficios, es decir, el riesgo que corren no es retribuido. Los beneficios se ubican más en lo que se considera la posibilidad de trabajo independiente o mayores opciones de tipo personal (Mückenberger, 1996).

Leiva, desde una perspectiva de género, lo consideran como un producto de la flexibilización del mercado de trabajo. Dando lugar a un proceso en el que han aumentado las nuevas y las viejas formas de trabajos precarios. Las nuevas son: el trabajo a domicilio, eventual y el de medio tiempo mientras que las viejas son: el trabajo doméstico¹⁰ y por cuenta propia.

Por lo que se propone incluir la inestabilidad, la carencia de protección, la inseguridad y las debilidades sociales y económicas; planteando que se trata de una conjunción de factores. Para Todaro las características fundamentales son: la inestabilidad, la falta de seguridad social y el trabajo por cuenta propia con muy poco salario, lo que da lugar a las siguientes clasificaciones i) trabajadores y trabajadoras permanentes sin contrato, ii) trabajadores y trabajadoras

10. Mismo que tiene algunas características de precariedad a pesar de que su sentido puede ser distinto a otros trabajos.

permanentes con contrato sin seguridad social, iii) servicio doméstico permanente sin seguridad social, iv) servicio doméstico no permanentes, v) trabajadores y trabajadoras por cuenta propia que ganan menos de un salario mínimo, vi) familiares no remunerados (Leiva, 2000).

Creemos que para los efectos de nuestro estudio resulta más conveniente remitirnos a la inestabilidad como factor fundamental, considerando el peligro (no pagado) que se corre como otro elemento determinante. Aunque no se perderá de vista la ausencia de prestaciones sociales, el grado de flexibilidad del trabajo; así como, aspectos materiales e inmateriales relacionados con la inconsistencia y la volubilidad. Adicionalmente, debemos considerar las ventajas que brinda a las mujeres, al ofrecer una posibilidad para una organización del tiempo accesible para ellas, lo que representa una ventaja.

En los párrafos anteriores hemos presentado una tendencia que señala cambios laborales a partir de los cuales se reduce la protección (social y laboral) en la que viven los trabajadores. Mediante programas de flexibilización o formas de trabajo que aparentemente son por cuenta propia, las empresas logran deshacerse de los costos y compromisos que significa el trabajo asalariado. Tras lo anterior concluimos que los cambios en el trabajo están produciendo modificaciones en los sentidos sociales, en aspectos tanto objetivos como subjetivos de la vida diaria de los seres humanos. Por lo que en los siguientes apartados reflexionaremos en torno al concepto actual del trabajo.

1.5.2 La flexibilidad como factor explicativo.

La revisión de la literatura permite ver dos formas de entender la flexibilidad: Por un lado, como una oportunidad de hacer más variado y productivo el trabajo. Por otra, la que pretende que han aumentado las técnicas de control del trabajo. Esta última, implica mayor intensidad de las labores y que la inseguridad aumente tanto en el empleo como en el ingreso, rompiendo identidades y relaciones de cooperación (De la Garza, 1998).

Consideramos que la forma en que se aplica la flexibilidad en el trabajo depende de las negociaciones –no siempre evidentes - que se generan en el centro de trabajo. Por lo tanto, pone en juego diversos actores y sus perspectivas de acción. Los procesos que con esto se generan implican modificaciones en los niveles técnicos, organizativos y culturales: estos nuevos diseños tienen como fin mejorar la competitividad, aumentando la productividad o la calidad de los productos, para responder a los procesos de globalización y competencia en mercados cada vez más competidos. Desde lo desarrollado por De la Garza existen una serie de factores a considerar (De la Garza, 1999: 141).

Presiones estructurales. Implica los aspectos del mercado, la distribución, el mercado, la publicidad. Creemos que aquí podemos mencionar las presiones que influyen en la forma de organizar la producción, como puede ser la necesidad de mayores mercados y la competencia. De acuerdo a lo revisado en la historia de las empresas de ventas multinivel, son una serie de factores los que las constituyen, particularmente la conformación del mercado así como los perfiles de consumidoras y vendedoras.

Estrategia empresarial de reestructuración. Cambios técnicos, administrativos y culturales que buscan ante todo elevar la capacidad competitiva de la empresa, aumentando la

productividad y la calidad. Se generan tipos de organización diversos y producto las características del objeto específico en el que estudiamos. Lo que se traduce en programas de productividad. Creemos que empresas como las estudiadas, que nacieron flexibles y con formas de trabajo de otra naturaleza, implementan procesos que se relacionan más con estrategias para incrementar la productividad.

Organización del trabajo. Se refiere a la forma en la que se combinan los recursos técnicos y humanos. Dentro de ésta encontramos: la división del trabajo, categorías de trabajadores, funciones de los puestos, trabajo individualizado o formas grupales, métodos de trabajo, formas de reclutamiento, capacitación, ascensos, salario (ingresos), despido. De manera particular Jafra tiene una política que permite que el flujo de los trabajadores se regule en función del mercado. De tal forma que las políticas de la empresa no sufren modificaciones. Por otra parte, las empresas tienen sofisticadas formas de organizar los equipos de trabajo — linajes— lo que se traduce en formas de control eficientes y que se adaptan a las necesidades de la productividad.

Control. Dimensión que nos permitirá revisar la capacidad de ejercer control que tienen los trabajadores sobre los diversos espacios de la actividad que realizan. Este aspecto se define en relación con las formas que ejerce su poder la gerencia. En el caso que nos ocupa, las formas de control son ejercidas solo de manera indirecta por las gerencias y de manera central por las lideresas de los grupos quienes conforman estrategias particulares de control de los procesos de venta y distribución.

Métodos reales de trabajo. Gestión real de la mano de obra, nuevas formas de organización del trabajo, así como la introducción de la identidad con la empresa, involucramiento,

participación, proposición, compromiso. Las formas reales de la gestión de la mano de obra se vinculan con la estructura misma de la empresa. Cada lideresa aplica diversas formas de políticas para aumentar la productividad de su equipo, así algunos realizan concursos, rifas, dan regalos o no aceptan en el equipo a quienes no cumplen los mínimos establecidos.

Flexibilidad. Debe entenderse como la capacidad que tiene la propia empresa de modificar su planta productiva, en cuanto al número de trabajadores, y sus funciones; además de existir instrumentos para aumentar la calidad y la productividad. En Jafra la flexibilidad pareciera que se regula de manera natural. De forma tal que las mujeres entran y salen del trabajo de una manera simplificada, pues no se requiere de muchos trámites.

E, incluido por nosotros el papel de la **legislación**, ya que se trata de un aspecto que determina las formas válidas de analizar y proteger a los trabajadores. Esto se justifica de acuerdo a lo que se ha detectado, a partir de las crisis de los ochentas, como un proceso mediante el cual se genera en México una modificación de las relaciones laborales, a pesar de que el marco legal permanece sin cambios.

1.5.3 El trabajo y la exclusión

Si bien es cierto existen algunas condiciones en las que la flexibilidad laboral puede beneficiar al trabajador al ofrecer mayores posibilidades para realizar otras actividades; la gran mayoría son trabajos precarios que se realizan sin protección, sin obtener beneficios y siguiendo las fluctuaciones del mercado, lo que representa notables desventajas. Consideramos que uno de los efectos que resulta interesante discutir la existencia de un mundo dual en el que:

Por un lado, encontramos a los que tienen empleo y forman parte de la elite, dando lugar a un mundo hiperactivo, donde las nuevas formas de administración hacen que la presión en el trabajo aumente. Además de la presión que significa saberse fácilmente desplazado por los miles de desempleados (Gorz, 1999).

Por otra parte, están las grandes cantidades de desplazados, lo que representan una masa excluida. Son estos los que quedan fuera de las prestaciones sociales y del vínculo e integración social que significa el trabajo. Éstos se convierten en una reserva de trabajo, para los servicios que requiere la nueva capa privilegiada, debido a que los empleados no tienen tiempo de realizar estas actividades y los desempleados necesitan ocuparse. Las actividades que realizan se clasifican como servicios, los cuales crecen día con día. Personal dedicado a la venta de comida rápida, cuidado de niños, a servicios de belleza y sexuales. Con formas de contratación que no resultan claras y que regularmente son desventajosas para los trabajadores. Con lo anterior, se genera un sector de la sociedad que actúa de forma semejante a los servidores del siglo pasado, con la diferencia de que hoy en día son administrados por una empresa, dando lugar a relaciones de trabajo precario, a destajo, etcétera (Gorz, 1998; Castells, 1999).

El mundo dual oculta una condición que hemos podido observar en nuestra investigación: Si bien no podemos negar que existen grupos privilegiados por los cambios en el mundo del trabajo, ocupaciones que se benefician de las nuevas condiciones. Los datos demuestran que la presión que se ejerce sobre algunos grupos afecta al conjunto de la sociedad de forma que las ocupaciones de alto nivel de especialización son también afectadas: los ejemplos en la literatura se pueden observar en los trabajos de Sennett y Aronowitz (Aronowitz, 1994; Sennett, 1998). Si bien es cierto que las condiciones mencionadas no afectan a todos por igual, es el reto de la investigación reconocer las diferencias y explicarlas.

I. 6 ¿Para que trabajan los seres humanos?

Este apartado tiene por intención abordar un aspecto que se ha desarrollado en la bibliografía reciente, el relativo a que el trabajo podría ser una función de la humanidad que se realice más allá de la satisfacción de las necesidades primarias. Ya en líneas anteriores reflexionamos en torno a la definición del trabajo y aprovechamos una descripción que cubre aspectos muy generales del trabajo. Sin embargo entendemos que el trabajo para los seres humanos significa muchas cosas más. Este apartado propone líneas de reflexión para pensar la forma en que vive el trabajo, para lo cual es pertinente rescatar la discusión que nos lleva a reflexionar sobre la forma en la que se vive o experimenta el mundo laboral.

Desde esta perspectiva el trabajo puede ser el espacio donde se realizaran las actividades que permiten la subsistencia de las personas encaminado al consumo, pero no sólo eso, es también, donde se produce lo humano.

Existen algunos análisis que pretenden reducir el trabajo a un medio para obtener el sustento, dejando la construcción de lo humano para otros espacios de la vida como podría ser la política (Jaureguí, 1999). Este es un campo de debate interesante ya que de acuerdo a algunos autores como Antunes no se reconoce la distinción de ambos tipos de trabajo e implica que se generen confusiones (Antunes, 2001).

Frente a quienes sugieren el fin del trabajo, nosotros afirmamos que el trabajo como tal no ha terminado ya que es parte constituyente de la humanidad. El problema radica en las formas de trabajo asalariado que se agotan y se reconfiguran dando cabida a menos seres humanos.

Pero el tiempo libre y la existencia de las máquinas no están exentos de una distinción de clase, así que los beneficios no se distribuyen de manera equitativa. Por lo que el trabajo por el sustento es una preocupación para la mayoría de los seres humanos y el aumento del tiempo libre ha implicado mayor presión para quienes viven de su trabajo.

Se ha construido una utopía en la que se piensa que las posibilidades de los trabajos que ocupan menos tiempo darán como resultado sujetos que puedan dedicarse a actividades que les reditúen mayor satisfacción. Dicha utopía no considera que buena parte de la población no encuentra un trabajo remunerado mientras el resto trabaja con mayor intensidad, lo que implica que ambas condiciones se conjuguen para presionar a ambos segmentos de la población.

Existen una serie de condiciones que se conjugan —disminuye el trabajo asalariado, la producción requiere menos mano de obra, el trabajo exige mayor capacitación— y generan cambios en el conjunto de la sociedad. Se observan nuevas formas de marginación que se expresan en la imposibilidad de emplearse

Interesante y provocador el planteamiento de Gorz (1998), bajo el que sería posible pensar que estamos en el declive de una utopía y en la necesidad de crear otra, que brinde sentido a lo humano, más allá de como lo hemos entendido hasta ahora. El autor se pregunta ¿cómo organizarán su vida las nuevas generaciones, las cuales estarán obligadas a repartirse cantidades menores de trabajo? El mundo sin trabajo, no parece ser una alternativa; sin embargo, podemos afirmar que la sociedad tiende a organizarse de diversas formas: cambia la concepción del tiempo y el trabajo en tiempo lineal deja de serlo y se trabaja en tiempos con múltiples sentidos.

La forma en la que se ve el trabajo se ha transformado, un ejemplo de ello son los *jobber*, quienes transforman la precariedad en un modo de vida, pues sólo aceptan empleos provisionales y trabajan únicamente lo suficiente para cubrir sus necesidades básicas; se trata de *trabajadores por cuenta propia*, quienes laboran con la idea de ser su propio patrón. En este grupo se encuentran los más beneficiados de los recientes cambios en el trabajo, quienes pertenecen a la elite del saber y representan una mínima porción del mercado de trabajo. Junto con ellos están quienes forman parte del alto volumen de mano de obra precaria que las empresas pueden disponer en el momento que lo considere necesario (Gorz, 1998).

Retomando el planteamiento con el que iniciamos este apartado el trabajo es una construcción social y, por lo tanto, tiene múltiples significados para los sujetos, además de que conjuga una serie de elementos, tanto subjetivos como estructurales. En tal sentido, un punto de debate es el planteado a partir de Habermas quien esboza una tesis que vale la pena discutir, relativa a que el trabajo puede ser un factor en la construcción de lo social o se le puede interpretar simplemente como un empleo y, en consecuencia, como una forma de supervivencia. El trabajo puede tener dos acepciones. Por un lado, es la forma en que nos vinculamos con la sociedad. O simplemente, el conjunto de actividades que realizamos para sobrevivir. Esta dualidad permite pensar desde otra perspectiva el trabajo y los problemas relativos al desempleo. Si consideramos la segunda posición el contenido y el peso de tener un tipo de trabajo u otro resultaría poco importante, en función del rescate de una serie de actividades que trascienden la producción.

Desde dicha perspectiva, para estar juntos los seres humanos no sólo cuentan con el trabajo, se tiene, también, la palabra y el diálogo. Si se considera que las relaciones sociales no se limitan a las relaciones de producción, entonces tampoco la política lo hará a la economía, ni el diálogo a

la producción (Meda, 1998). Al considerarlo como un mero instrumento de supervivencia, el trabajo deja de ser entendido como vínculo social y, por ende, podemos trascender el desempleo como un instrumento de exclusión social. La política es el espacio en el que se pueden construir opciones que permitirán la construcción de mayores campos de acción colectiva y es, quizá, donde podría encontrarse la posibilidad de la reducción del espacio del trabajo y los nuevos conceptos que nos permitan conocerlo.

Los argumentos anteriores son debatibles, ya que ocultan la condición del trabajo como un elemento que construye y constituye la propia humanidad. Además de no considerar que la gran mayoría de los seres humanos necesita del trabajo para su sustento y es en función de esas actividades que orientan su vida y los aspectos relativos a la reproducción biológica y cultural.

1.6.1 El trabajo y la mujer

Las diferencias entre el trabajo de las mujeres y el de los hombres se remontan a la división sexual del trabajo y hacen pensar en una historia de exclusión, de asignación de labores de reproducción a las mujeres y de una pobre o nula valoración de la aportación de la mujer a la vida social y económica de la sociedad (García, 1999; Salles, 1999; De la O, 2000).

Este tema es desarrollado ampliamente por Marta Lamas quien ubica el debate feminista en la pretensión de evidenciar un discurso aparentemente asexuado, que en la realidad refiere a lo masculino, situación que niega la diferencia o, en el mejor de los casos, la jerarquiza.

La forma en que se ha estudiado el trabajo ha partido de algunos supuestos que excluyen a las formas distintas a las llamadas “típicas”. De modo y manera que se excluye de la reflexión —ya sea por razones de sexo o de ocupación— a buena parte de la humanidad. Se construye la

imagen ideal de que el sujeto del trabajo es siempre un hombre y que realiza trabajo asalariado (De la, O 2000). Todo esto ha provocado que la misma reflexión excluya a las mujeres y todos los que realizan trabajos que son distintos al trabajo asalariado típico. En lo referente a las miradas que abordan los impactos de la flexibilidad con enfoque de género, De la O reconoce tres líneas, las cuales consideramos importante revisar (De la O, 2000):

Primera Ampliación de oportunidades de empleo, debido a que diversos trabajos antes exclusivos de hombres, exigen ahora menor fuerza física. Por otra parte, influye la existencia de un mayor volumen de trabajo a tiempo parcial y a domicilio. Aunque muchas de estas ocupaciones favorecen a personas con alto nivel de calificación, lo cual no siempre es garantía de mayores puestos de trabajo para las mujeres.

Segunda Reconoce la existencia de discriminación laboral, la cual se ha ampliado con la flexibilidad. Algunos grupos tradicionalmente discriminados, como las mujeres, son los que se ven obligados a aceptar trabajos con malas condiciones, para lo cual la flexibilidad funciona como un factor de justificación de la explotación y segregación (Jaureguí, 1999). Se menciona, por ejemplo, que las ventajas del trabajo por cuenta propia no son las mismas para hombres que para mujeres. De lo anterior debe quedar muy claro que como resultado de la flexibilización se producen trabajos de alto nivel que ofrecen condiciones buenas para los prestadores de servicios de alta tecnología; pero el grueso de la población pasa a formar parte de una nueva clase de servidores sin garantía alguna, quedando excluidos del trabajo asalariado protegido (Castells, 1999). Esto ha generado el aumento de trabajos a domicilio y la maquila informal, tipo de actividades que producen aislamiento social y mayor invisibilidad del trabajo femenino (Benería, 1992).

Tercera La relación entre precariedad y flexibilidad, que es un tema fundamental en nuestra investigación. En tal sentido se afirma que la flexibilización ha generado que aumenten trabajos inestables, que son ocupados en su mayoría por las mujeres y los indígenas ambos grupos tradicionalmente marginados (Gorz, 1998; Jaureguí, 1999). Aunque la inestabilidad carcome diversos campos sociales. La revisión que hemos realizado nos permite reconocer que socialmente se pueden detectar ventajas y desventajas de estas condiciones de trabajo, a saber:

- Se pierde en cuanto a prestaciones, aunque podemos detectar estrategias familiares que permiten subsanar esta ausencia mediante la permanencia de alguno de los miembros de la familia en el mercado de trabajo asalariado (Cortés, 1998). Además de que no todos los trabajos asalariados ofrecen prestaciones y una buena parte de la población no puede acceder a ellos.
- Los trabajadores precarios tienen que trabajar jornadas de mayor duración y arriesgan más que los asalariados. Esto se explica por la constante posibilidad de caer en la extrema pobreza, por la competencia, y por factores que se expresan en afirmaciones como "cuanto más vendas, más ganas". Lo que se traduce en programas de productividad altamente efectivos para las empresas. Además de la multiplicación de la jornada oculta en los variados trabajos.
- El trabajador logra administrar su tiempo, sobre todo en el caso de las mujeres, ya que este tipo de trabajos permiten que se conjugue la atención de las labores domésticas y el cuidado de los hijos con el trabajo de ventas. Lo que no significa una reducción de jornadas antes bien está relacionada con intensificación del trabajo. Aunque la pregunta que resulta obligada es quién se beneficia de esta estructura temporal.
- Menor costo social, se considera que el costo conyugal de un trabajo que no implica un horario ni compromisos formales pudiera ser menor. Ya que se acepta con la condición de no descuidar las labores del hogar o, en su caso, el otro trabajo.
- Se trasciende la necesidad de capacitación y los límites de edad que marca el mercado de trabajo formal. Particularmente con las mujeres que carecen de capacitación formal y que se encuentran en grupos de edad que ya no tienen acceso al mercado de trabajo. Condiciones que las empresas aprovechan. Pero de esta manera el discurso de las empresas es que brinda oportunidades a quien en otro tipo de empresas no las tendría.

Lo anterior deja en claro la necesidad de concebir los diversos tipos de trabajo, tanto los nuevos como los arcaicos, así como la posibilidad de analizar el trabajo como una actividad

productiva en el nivel humano, sin hacer a un lado y dándole la importancia necesaria al trabajo como medio para sobrevivir. Buscamos reconocer el trabajo como una categoría más rica, no limitada al asalariado. Los individuos construyendo las nuevas articulaciones que se han creado con otras esferas de la vida. La forma en que conceptualizamos el trabajo tiene que ver de manera fundamental con el orden de la sociedad, pues al discutir el papel del trabajo está en juego el funcionamiento de la sociedad en su conjunto (Supiot, 1999).

Conclusiones

El objetivo de este capítulo ha sido presentar las discusiones sobre el estado de la discusión actual sobre el trabajo. De manera que podamos captar las transformaciones en este aspecto de la vida social.

En este apartado hemos partido de las discusiones que se han generado en torno a las transformaciones que se pueden ver en el mundo del trabajo. Las ideas que analizamos nos llevan a ver de qué manera el trabajo se articula con otros espacios de la vida y de orientar la acción. Lo que nos permite reconocer que los cambios en la forma de trabajar generan modificaciones en la vida de los sujetos (por lo menos en los espacios que hemos analizado). El trabajo, desde esta perspectiva, no sólo se remite a la búsqueda de la subsistencia; se convierte, además, en una forma de construir sentidos de la vida. Es decir que representa una articulación dinámica entre los aspectos subjetivos y determinantes de corte estructural.

Podemos reconocer que existen diferentes formas de trabajo que van más allá del considerado típico, aquel que se define como trabajo asalariado. De lo que se deriva que el asalariado representa un breve momento de la historia de la humanidad. Por lo que el trabajo requiere ser

definido de una manera más amplia, misma que permita captar aspectos como los trabajos inestables y sin garantías, así como las actividades como el trabajo doméstico. Lo que se vincula con trabajos de nuevo cuño y otros que podríamos considerar arcaicos, en tanto han estado presentes en nuestra realidad por mucho tiempo. Se trata, pues, de un espacio conceptual donde conviven lo nuevo, lo viejo, lo remunerado y lo no remunerado, con el rasgo distintivo de ser actividades que contribuyen a la construcción de la humanidad en su sentido más amplio.

Presentamos, además, las bases teóricas para desarrollar la tesis de que el trabajo precario genera formas de actividad en las que las fronteras temporales, espaciales y de recursos se pierden, lo que se traduce en una nueva forma de precariedad. Condición que no sólo se remite a trabajos precarios, sino a configuraciones precarias¹¹ que afectan la vida en su conjunto ya que implican diversas combinaciones de actividades.

Los cambios en el mundo del trabajo se traducen en modificaciones en diversos ámbitos de la vida, ejemplo de lo cual son las posibilidades de construir colectividades diferentes, ya que las formas de convivencia se transforman. Las personas pueden compartir el trabajo en organizaciones sin siquiera conocerse personalmente. Lo que exige nuevos debates en torno a la construcción de identidades.

La condición del trabajo precario implica un proceso en el que la actividad laboral se torna insegura, inestable y sin garantías para los trabajadores, lo que remite a formas sofisticadas de

11. Configuraciones precarias es un concepto que permite reconocer que la precariedad afecta la totalidad de la vida, no sólo en los aspectos laborales. Este aspecto es relevante en tanto el caso que analizamos nos obliga, de manera central, a revisar los espacios de confusión que se generan entre el mundo laboral y el resto de la vida.

administración del trabajo que logran que se aumente los ritmos e intensidades de la actividad. Todo esto se conjuga con la anulación de todo tipo de prestaciones sociales. El trabajo en condiciones de precariedad se traduce, también, en actividades de alto riesgo en las que los participantes no tienen conocimiento del mercado y arriesgan su capital y trabajo sin garantías.

Se movilizan en estas ocupaciones diversos recursos de los sujetos, donde la venta de la fuerza de trabajo asume formas diversas y de mayor complejidad. Se trata de actividades que engloban variados niveles del espacio de la subjetividad, en los que aspectos como el estado de ánimo o la presencia física se vuelven fundamentales. El pago por la fuerza de trabajo cubre, en ocasiones, diversos aspectos de la vida de los sujetos, como podrían ser sus vínculos sociales y afectivos.

Finalmente, el trabajo se ha transformado y con ello la vida de los seres humanos. Estas nuevas —y no tan nuevas— formas de trabajo implican una condición general de la vida social. Las transformaciones mencionadas no afectan a todas las personas de igual manera; en este sentido nos referimos a las mujeres, quienes están sometidas a condiciones distintas a las de los hombres. Lo que permite introducir un aspecto que explicaremos a partir del concepto de género, mismo que analizamos en el próximo capítulo.

Capítulo II Los espacios del trabajo femenino

Introducción

La forma en la que los seres humanos trabajan se conforma por cuestiones relacionadas con la diferencia entre los sexos y la interpretación que de ésta se hace (Salles, 1999). Mediante dicha distinción se asignan labores, actividades y atribuye valores a éstas. Se trata de categorías socialmente construidas y, como tal, producto histórico que abarca conductas, pensamientos y creencias (Tienda, 1991); por lo que la perspectiva de género permitirá:

a) Comprender los aspectos específicos que recubren la precariedad de acuerdo a las diferencias genéricas, de tal manera que podamos encontrar una explicación que permita reconocer la forma en que las mencionadas diferencias entre sexos llevan a la mujer a una posición de desventaja y subordinación (González, 1996). Buscamos reconocer, además, cuáles son las implicaciones de existan algunas ocupaciones exclusivas de mujeres y que se sustente de manera primordial —en el discurso de las empresas— como una oportunidad que se brinda a las mujeres trabajar sin que desatiendan lo que para ellas “debería ser más importante: el cuidado de su familia”.

b) Asumir el género como una categoría ordenadora de la vida social y económica a fin de reconocer que hombres y mujeres están determinados por diferentes factores culturales y sociales. Distinción que se suma a la de clase, lo que se traduce en condiciones de opresión y explotación (Kergoat, 1994).

El enfoque de género nos permite reconocer que el mundo está diferenciado por el sexo y que el proceso de constituirse sexuado es un aspecto sociocultural, lo que se traduce en la idea de que no se nace hombre o mujer sino que la sociedad construye las características de cada sexo. Desde las aportaciones de Simone de Beauvoir (1990) y la idea de que las diferencias se construyen a lo largo de la vida, se desarrolla un debate con la idea parsoniana de que las diferencias tiene un fundamento en la vida práctica y que, por lo tanto, cada uno se dedica a las actividades en las que son más hábiles. Lo que explica que la conducta instrumental sea la propia de los hombres y la afectiva de las mujeres, lo que constituye una regla y toda desviación es enfermiza.

El género se encuentra de manera fundamental en las relaciones de poder que constituyen la sociedad (Salles, 1999). El segundo de los puntos nos remite a la idea de que el género es un criterio que ordena y permite diferenciar entre lo masculino y lo femenino, es decir, nos conduce a entender porqué una ocupación puede verse como exclusiva para mujeres y otras a los hombres. Así, este tipo de distinciones se encuentra tanto en el carácter simbólico de la cultura como en los aspectos objetivos. Bajo esa perspectiva se determina lo deseable y lo permitido para cada sexo. Aspectos que son relevantes en tanto condicionan fuertemente las posibilidades de acceso a un trabajo.

Las condiciones que el género permite observar no aparecen aisladas, ya que implican una situación relacional. Las determinaciones de género tienen sentido cuando existen otros. Otros aparece en plural a propósito ya que los otros, que en este caso, pueden ser los hombres, u otras mujeres en situaciones diferentes. De tal forma que no todas las mujeres son iguales ni están sometidas a los mismos condicionamientos sociales. Por lo que pueden existir diversas formas de vincularse con el trabajo.

Pretendemos con esto entender la forma en la que las mujeres son determinadas a experimentar cierto tipo de necesidades y a actuar de cierta manera para resolverlas. Estos factores se definen en la vida cotidiana y remiten a la sociabilidad básica del individuo (de las familias o los grupos) expresada en las conductas y actividades más inmediatas realizadas día con día y subsumidas en las estructuras sociales constituidas en el largo plazo (García Canclini, 1984).

La socialización es un concepto que permite establecer mediaciones entre la vida cotidiana y otros ámbitos (Heller, 1977). En nuestro caso interesa desatacar el ámbito de la vida familiar; ya que en este campo donde se desarrolla buena parte de la investigación:

a) La internalización de los marcos normativos, se establecen formas de control que lleva a pensar y sentir de cierta manera. En este proceso la familia es fundamental (León, 1999). En el caso de las mujeres es un elemento fundamental para comprender las condiciones a las que están sometidas.

b) La externalización, de las pautas internalizadas que son explicitadas y difundidas de manera que se conformen redes de comunidades, lo que permite que se legitime la normatividad social (León, 1999).

II.1 Las dimensiones del género

De acuerdo a lo planteado por Lamas, el género es una categoría más compleja de lo que se ha pensado en los últimos años. De hecho se encuentra determinada por diversos factores tales como lo corpóreo y lo psicológico. Por lo que no se debe descuidar —solo por mencionar

algunos— el aspecto biológico que resulta central en la diferencia y los aspectos culturales que son los que dan sentidos y construyen la diferencia.

Las mujeres se comportan como sujetas activas con sus propias resistencias y luchas. De tales afirmaciones surge la propuesta de revisar las estrategias que utilizan para resolver la subsistencia, en la perspectiva de que son respuestas propias de la mujer (Benería, 1992). Entendemos esto último como la necesidad de reflexionar sobre las respuestas que construyen las mujeres, teniendo en cuenta la forma de ser y de pensar propios de ese sexo; así como sus determinantes sociales —hijos, edad reproductiva, educación, clase, relación de pareja, etcétera—. Cuando se dice que son propios de ese sexo, debemos aclarar que se trata de la construcción social del mismo, así como de los determinantes a que es sometido.

Estas dimensiones permitirán ordenar la observación de las diferencias de género de manera que podamos captar los niveles que intervienen en éste, es decir, las determinantes de género que intervienen en el trabajo y afectan en diferentes niveles.

En suma las diferencias de género aparecen como una estructura inscrita tanto en los sujetos, sus prácticas y en las instituciones, provocando una relación de mutua determinación. Las personas viven y se desarrollan en un orden social "*gendered*", es decir, delineado por las relaciones de género. Las relaciones sociales se enmarcan dentro de las instituciones, las cuales toman fuerza propia, más allá de los mismos que las construyen al convertirse "rutinas estables y socialmente predecibles".

De esta manera dan sentido a la acción humana; a pesar de que los sujetos individuales no sólo son receptores del orden social, ya que cuentan con los recursos, tanto sociales como

individuales, para la resistencia y la lucha. De lo que se deriva que no todas las mujeres se enfrentan al mundo de la misma manera, ya que movilizan diversos recursos y actitudes, mismos que son implican retribuciones diferenciadas.¹²

Lo arriba expresado hace pensar que la forma en que se responde a las circunstancias de la vida dependerá de la articulación entre determinantes estructurales, de instituciones y de la acción de los sujetos. Lo que da lugar a una concepción de la feminidad, con valores y aspectos subjetivos que la determina—de manera consciente e inconsciente—. Un ejemplo que toca centralmente nuestro tema son las estrategias que las mujeres desarrollan para hacer compatible su trabajo con sus otras actividades. La flexibilidad de horarios y los trabajos en casa, permiten a las mujeres no descuidar las ocupaciones que tradicionalmente se les asignan de manera particular el TD. Por otra parte, es pertinente aclarar que dependerá de los vínculos sociales y de la organización del propio grupo familiar la forma en que se desarrolle esta estrategia y, por lo tanto, los distintos acuerdos sociales que resulten (García y Oliveira, 1998).

Un determinante que no puede faltar en el análisis es la familia¹³ Éste es un factor que resulta útil para comprender el trabajo de las mujeres ya que es un espacio en el que se estructuran conductas, pero también donde se diseñan estrategias de supervivencia, dando lugar a trabajos como los que son objeto de nuestro estudio. Se generan, en su interior, espacios para su realización, con relaciones de conflicto y cooperación. En virtud de lo anterior existen diversos

12. El género, a pesar de ponerse como una dimensión de la distinción la igual que la clase, resulta fundamental ya que nos permite analizar la forma en la que la condición de lo femenino es utilizado en una forma de trabajo.

13. Familia se concibe como grupos integrados con base en la cercanía, la convivencia, el cuidado, la intimidad, esto es, responsabilidades sociales determinadas por otras instituciones. Jelin, E. (1999).

acuerdos familiares, se provocan distintas configuraciones y gran variedad de equilibrios de poder. Aspectos relacionados con la forma de ser mujer y el tipo de familia de que se trata.

II.2 El trabajo doméstico

Desde una perspectiva de género se considera que las diferencias corpóreas son factores fundamentales para la constitución de los sujetos, pero el sentido que tiene esa corporeidad deviene en una construcción social, misma que da sentido a notables distinciones entre la valoración de unas u otras actividades. El cuerpo adquiere un significado, y las diferencias toman diversos sentidos cuando se explican culturalmente.

Es cierto que existen condiciones físicas que determinan que la reproducción biológica de los seres humanos sea una labor en la que las mujeres participan con muchas más actividades que los hombres. Sin embargo, se ha construido una explicación social de este hecho y se le ha dotado de un sentido, es decir, los miembros de la sociedad, las instituciones y la conjunción de estos en el nivel socio estructural le han asignado un valor. Además, las labores que se asignan a las mujeres van mucho más allá de la concepción y del amamantamiento, están, por ejemplo, la educación y el cuidado de los enfermos.

En otra corriente que se conoce como el debate sobre el trabajo doméstico, se inicia una discusión conceptual sobre la naturaleza de esta actividad; así como, en torno a la posición de clase de las mujeres. Lo que permitió pasar de los análisis centrados en la lógica del capitalismo a la lógica del patriarcado como explicación a la condición de la mujer en el mundo. Las discusiones en esta época se vinculaban con la necesidad de aclarar en que sentido el trabajo doméstico se podría considerar trabajo y cual es la lógica que lo rige.

El trabajo domestico contribuye a la reproducción de la fuerza de trabajo, en su nivel cotidiano y generacional. Otras autoras han considerado que el Trabajo Doméstico es un factor que permite que el trabajo remunerado se mantenga en un precio menor ya que no se tiene que pagar servicios que de otra manera serían muy costosos.

La nueva economía familiar, en debate con la economía neoclásica se conforma por tres núcleos conceptuales, a) la función de maximizar es familiar no sólo individual, b) se incorpora la noción de producción doméstica, c) las restricciones de la noción de maximización, por ejemplo el uso del tiempo. Algunas de las críticas que se realizaron a la economía tradicional son: que se considera que las labores se asignan en función de las ventajas competitivas, considera que la familia es una unidad armoniosa en las que las decisiones se toman en función del beneficio para todos los miembros, las decisiones en la familia son de carácter racional, la familia es analizada fuera del contexto social e histórico.

Algunos intentos han sido notables en tanto trataron de equiparar el trabajo industrial con el doméstico. En este campo de conocimiento se ha definido el trabajo doméstico como las actividades no remuneradas por y para los miembros de la familia. Otra preocupación que ha destacado es la relativa a la medición de ese trabajo, para el cual se han desarrollado diversas formas de medición, considerando distintos aspectos.

Existen discursos que indican que las actividades relacionadas con el cuidado del hogar y los hijos no son valoradas socialmente o son valoradas de una manera distinta. Se trata de una distinción que se sustenta en la división sexual del trabajo, es decir, hay labores que socialmente se asignan a mujeres o a hombres y esto produce implicaciones en el modo en que los individuos se relacionan y organizan para vivir. La división sexual del trabajo como base de

la organización, ejemplo de lo anterior es que el trabajo extradoméstico de las mujeres asume características distintas al de los hombres o de las mujeres que no realizan TD.¹⁴ O que de acuerdo a lo observado en nuestro trabajo de campo las mujeres respondieron no hacer nada cuando sólo se dedicaban al TD.

El mercado laboral funciona de acuerdo con estas distinciones y, por lo tanto, en esa perspectiva otorga distintas funciones, recompensas y oportunidades a los participantes. Son diversos los papeles que se asignan socialmente: mientras el hombre aparece como el líder proveedor, la labor de la mujer, por su parte, se ubica en aspectos de socialización del núcleo familiar. Lo anterior significa que el espacio privado queda determinado para las mujeres, mientras que el espacio público, para los hombres. Semejante situación justifica que las actividades relacionadas con el trabajo extradoméstico, al ser remunerado económicamente resulte el gratificado de mejor manera. De hecho no existe ninguna condición que implique que la mujer debe permanecer en el hogar al cuidado de los hijos más allá de los periodos de lactancia. Como hemos visto la asignación de las labores refleja un equilibrio de poder específico, más que como dictan las miradas tradicionales una asignación de labores de acuerdo a las ventajas comparativas de cada actor.

El mercado asigna mayor valor a las actividades que se realizan en él mismo, pero niega valor a las que no tienen como fin el mercado, sin observar que son determinantes del modo en que la gente se acerca al consumo y al trabajo. El mercado funciona sin tener en cuenta la importancia que reviste para su funcionamiento la existencia de ese tipo de actividades. Las

14. A manera de ejemplo de lo anterior se menciona la existencia de una “vía de las madres” en el empleo, lo cual guarda relación con este tema, el de las mujeres que buscan empleos de tiempo parcial para no desatender otras obligaciones, como el cuidado de los hijos (Barker, 1993).

cuales al no ser valoradas corren por cuenta de las mujeres, quienes ingresan al mercado de trabajo con cargo (mismo que se podría definir como un impuesto) que deben pagar antes de entrar a realizar alguna ocupación remunerada, lo que significa una desventaja en relación con los hombres (Barker, 1993).

La distinción entre trabajo doméstico y extradoméstico puede abordarse desde esta perspectiva, ya que a las labores calificadas como reproductivas (biológica y social) no se las considera como trabajo o, con mayor precisión, no se valoran en el mercado lo que implica mayores desventajas. Creemos que eso explica la mayor incidencia de pobreza en miembros del sexo femenino, quienes pasan a ser parte de lo que se conoce como pobres invisibles.

Se puede observar en múltiples estudios que una gran mayoría de mujeres realizan tanto trabajo remunerado como no remunerado. Por lo que aprovechan la posibilidad de actividades que les permitan combinar ambas actividades. Regularmente se ha considerado que el tiempo fuera del trabajo remunerado es tiempo libre, sin embargo se puede observar que los trabajos que realizan las mujeres en las condiciones arriba descritas tiendan a implicar que se utilice el tiempo libre. Por lo tanto la decisión de incluir las actividades domésticas así como el uso del tiempo "libre" permite referirnos a los espacios en los que se desarrollan este tipo de trabajos. Para fines de mayor claridad hemos asumido la siguiente tipificación del ocio entendido como el espacio de tiempo que resta tanto del trabajo doméstico como del extradoméstico:

El ocio activo refiere a actividades recreativas que implican esfuerzo físico y se realizan fuera de la vivienda, se miden por medio de la realización de todo tipo de deportes y la participación en diferentes grupos que incluyen los sindicatos y los religiosos. El ocio pasivo, por su parte, se puede realizar dentro o fuera de la vivienda, refiere actividades que no exigen esfuerzo físico:

ver televisión, leer el periódico, escuchar la radio, oír música y asistir a espectáculos (Salazar, 1999).

Merece especial atención la discusión que se genera en torno a la posibilidad de cuantificar el trabajo no remunerado. Para ello se presentan diversas actividades a las que debe considerarse como trabajo, debido a contribuyen a la constitución del hogar¹⁵:

Pensar en estas propuestas nos lleva a reflexionar en el enorme número de actividades que contribuyen al sostenimiento de la sociedad y que aparecen hasta ahora como trabajo no remunerado y, en consecuencia, no valorado. El cual a pesar de no ser apreciado, es fundamental para el sostenimiento de la familia. En estos párrafos hemos puesto mayor atención al trabajo femenino ya que es el que dirige nuestra búsqueda, sin embargo es fundamental expresar que las luchas por evidenciar el trabajo no remunerado han sacado a la luz un sinnúmero de actividades, tanto de hombres como de mujeres (Benería, 1999; Mata, 1999).

Este tema exige que se realice una clasificación con la que puedan reconocerse de manera diferenciada las condiciones en que se realiza el trabajo no remunerado: producción de subsistencia, economía doméstica, sector no estructurado y trabajo voluntario (Benería, 1999):

Producción de subsistencia Se trata de actividades integradas aparentemente al trabajo doméstico; en este rubro se incluye a las trabajadoras familiares. Aquí se integran las faenas agrícolas y las tareas domésticas. Este sector presenta la dificultad, sobre todo en el ámbito de

15. Para mayor detalle sobre el tema dirigirse a Guerrero (1999).

las mujeres, de no poder discernir con facilidad cuál es el límite del trabajo familiar o de saber dónde empieza el trabajo doméstico.

Trabajo doméstico Aquí se incluyen los productos de la recolección, la caza, los objetos artesanales de producción doméstica, la recolección de combustible, los cortes de pelo, el entretenimiento, los servicios administrativos, la medicina tradicional.

Trabajo voluntario Se trata de trabajo en el que los beneficiarios no son familiares próximos y no se retribuye. El hecho de que se le contabilice así presenta dificultades tanto conceptuales como metodológicas y, por ende, su cuantificación es compleja.

Sector no estructurado: Se incluye desde la producción clandestina de bienes y servicios (legales) hasta microempresas de todo tipo de ramas industriales. Es un sector que constituye una fuente fundamental de ingresos, aunque se le considera precaria. Comprende el trabajo a domicilio, la preparación y venta callejera de alimentos, el empleo independiente y el trabajo en microempresas. Actividades cuyo sello clandestino no permite que su estudio sea fácil. Se caracterizan sobre todo por su inestabilidad, precariedad y ausencia de regulación.

Es posible rescatar algunas características del trabajo en el sector no estructurado para acercarnos con mayores recursos al trabajo de las ventas por catálogo. La posibilidad de que se desarrolle a pequeña o gran escala, que se trata de una fuente fundamental de ingresos, la inestabilidad y la ausencia de regulación. Además de que se trata de actividades cuyo estudio representa serias dificultades, ya que, por estar en la frontera de la ilegalidad, son inestables, precarias y no están reguladas (Benería, 1992).

II.3 El género y el mercado de trabajo

Los estudios empíricos permiten hacer una radiografía del comportamiento del mercado de trabajo. De lo que resulta que a partir de 1970 se incrementa la participación de las mujeres mayores de 25 años en el mercado de trabajo. Lo que exige analizar los cambios que se generan en la organización de los hogares, pues la edad mencionada conduce a pensar en mujeres casadas y con hijos; luego entonces, es importante saber cómo se organiza la vida familiar a partir de estos cambios.

Existen posturas que afirman que la presencia de hijos es un factor que inhibe el ingreso al mercado de trabajo. Con mayor precisión nosotros consideramos que en algunos casos implica una forma de acceso a un mercado de trabajo distinto, con marcados rasgos de precariedad. El ingreso al mercado de trabajo de mujeres con hijos pequeños se ve incrementado por las diversas crisis económicas mismas que han propiciado la movilización de una mayor cantidad de mano de obra y, con ello, se ha generado una tendencia a que las mujeres casadas busquen trabajo o traten de crear su propio empleo. Lo anterior ha recrudecido la tendencia a que los trabajos eventuales o temporales sean en su mayoría femeninos. Dando lugar a condiciones laborales como la que estudiamos.

Los trabajos eventuales no son un todo homogéneo, implican una serie de características que indican que no se les puede explicar sin considerar el punto de partida para ingresar a estas actividades. En cuanto a los trabajos eventuales existen distintas condiciones: algunos son semejantes a un trabajo de tiempo completo, pero sin prestaciones ni posibilidades de progreso; otros están ocupados por trabajadores de alta calificación y ofrecen buenos niveles de remuneración. La inmensa mayoría de trabajos eventuales pertenecen al primer grupo

(Barker, 1993). Dentro de las características de los trabajos eventuales de condiciones pobres (primer grupo de los mencionados arriba), podemos citar que la mayoría está relacionado con la incertidumbre, con un mercado de trabajo más competitivo y con menos beneficios para los trabajadores. La misma incertidumbre se convierte en un factor de presión para quienes laboran en estas empresas, logrando que los trabajadores realicen mayores esfuerzos a fin de cumplir con los requerimientos de la empresa, lo que se convierte en una tierra fértil para las intensas políticas de productividad con una mano de obra dócil y con pocas expectativas

El estudio del trabajo femenino por su relación con las actividades domésticas (cuidado de los hijos y el hogar) y las determinantes de género, se trata de una actividad poco valorada. Consideramos que lo antes expuesto nos permite plantear las siguientes líneas de análisis:

a) *Complementariedad*. Implica que el trabajo femenino puede remunerarse a un menor precio ya que no es el factor principal para el sostenimiento de una familia (Arias, 1998). Ya que tradicionalmente se considera que son los hombres quienes sostienen el hogar, esto sin considerar los altos índices de mujeres jefas de hogar —los declarados y no—. Cabe destacar que el 20.6% de los hogares son de jefatura femenina. (INEGI, 2000)

b) *Ayuda*. Es cuando se considera que el trabajo es una mera “ayuda” a los ingresos del jefe de la familia. Además, es “un trabajo que no requiere capacitación”. A los patrones le gusta hacer hincapié en que para las mujeres el salario es un complemento: “ellas...trabajan para sus uñas... (Arias, 1998).” Los hombres son los que obtienen el salario familiar (Milkaman y Townsley, 1999). Resulta relevante que las mujeres mismas sostienen este tipo de criterios al asumir, la mayoría de las veces, que el varón es el proveedor.

c) *Compatibilidad*. Implica que el trabajo femenino que debe ser compatible con otras actividades tradicionalmente realizadas por las mujeres, como el cuidado de los hijos y el trabajo doméstico. Los estudios demuestran incremento en los empleos por cuenta propia en México a partir de la crisis, donde los trabajos peor pagados son los de las mujeres. Además, las mujeres de edad madura y con hijos representan un mercado muy atractivo para el capital, debido a las pocas exigencias que podrían plantear (García y de Oliveira, 1998). A lo que se debe añadir el hecho de que existen transformaciones que tienden a concentrar las jornadas para lograr máxima eficiencia en ambos campos (Kergoat, 1994).

II.4 El trabajo a domicilio y las estrategias

El trabajo a domicilio es uno de los caminos que ha seguido la mayoría las mujeres para solucionar el conflicto que representa realizar las labores domésticas y, al mismo tiempo, un trabajo remunerado. Se trata de un tema ampliamente estudiado en la literatura que analiza las cuestiones del trabajo desde una perspectiva de género (Benería, 1992; García, 1999; Arias, 1998).

Se considera que el trabajo a domicilio permite que los ingresos aumenten mediante un supuesto costo conyugal y social menor. Así la mujer se incorpora al trabajo sin que represente cambios al nivel de las jerarquías y la organización social (Arias, 1998). Se supone que las mujeres tendrán mayores posibilidades de trabajar cuando el trabajo que realizarán permite que no salgan del hogar y no tener horarios rígidos que afecten sus labores domésticas y de ama de casa. Con lo que se cubre la apariencia de que no existen cambios sustanciales.

La existencia del trabajo a domicilio se explica en parte por la necesidad de reactivar estrategias de supervivencia, así como la aparición de nuevos procesos de subcontratación por parte de las industrias, los que también abren espacios para las actividades por cuenta propia. Dentro de estas últimas podemos encontrar una gran variedad, que va de las ventas en el comercio informal a los pequeños talleres domésticos (García y Oliveira, 1998) con actividades tales como coser, ensamblar bolsas de plástico, procesos de submaquila y otras labores (Benería, 1992).

El éxito de las actividades por cuenta propia no se puede determinar de antemano; sin embargo, las evidencias de estudios empíricos muestran que depende de los recursos con los que se empieza (Cortés, 1998), las mencionadas no son sólo estrategias para sobrevivir sino también medios para plantear el porvenir, de tal forma que las actividades por cuenta propia, en ciertos momentos, pueden ofrecer mayores garantías e ingresos que las definidas como trabajo asalariado (Pries, 1997).

Cortés nos habla de hogares en los que sus miembros se valen de diversas formas de ingresos en vistas a completar los necesarios para la subsistencia. (Cortés, 1998) A partir de tal afirmación podemos abrir otra línea de reflexión en la que meditemos sobre la forma en la que un trabajo como las ventas por catálogo puede ser parte de una estrategia para sobrevivir. De donde resultará importante, también, saber el lugar que ocupa en relación a las otras actividades que se realizan con el fin del sostenimiento del hogar.

La observación empírica ha permitido prefigurar una forma de realizar el trabajo definido como trabajo familiar y que éste remita a un tipo de organización en que el grupo familiar en

su conjunto se integra a esta actividad al igual que a alguna otra que es parte de los recursos de la unidad familiar.

En tal sentido el ingreso familiar, se define de manera amplia como un término que engloba recursos tanto en moneda efectiva como en especie”. De acuerdo con esta clasificación, encontramos recursos monetarios, no monetarios y de infraestructura: dichos recursos pueden provenir del mercado de trabajo, miembros de la familia ausentes, redes de la comunidad o del gobierno (Chalita, 1994)¹⁶.

Dado lo anterior, se puede asumir la definición de estrategia de supervivencia familiar como “el camino por el cual se consiguen y combinan diferentes clases de recursos para asegurar la reproducción material de la familia”. Hay en esa estructura comportamientos individuales y luchas por el poder, así como el factor de la necesidad del ingreso de más de un miembro. La autora refiere la necesidad que tienen muchas mujeres de realizar actividades que les permitan trabajar sin descuidar a sus hijos (Chalita, 1994).

Para esta investigación el hogar se interpreta como una unidad que comparte territorio, trabajo, capital y recursos sociales (Hondecneu y Sotelo, 1994). Éste será un espacio de vital importancia, pues el trabajo que estudiaremos se realiza en los hogares y en muchas ocasiones incorpora a varios miembros de la familia. Hace uso de las redes familiares, sociales y laborales de varios miembros. Consideramos, además, la posibilidad de que propicie la modificación en el hogar y su organización en diversos planos, como el espacial, el de estructura económica y el de los equilibrios de poder.

16. Esta definición permite integrar diversas actividades como la venta callejera de alimentos, la costura, etc. La

Tema de reflexión es el valor que se da al cuidado de los hijos, del hogar y al trabajo doméstico, observar después cómo las empresas penetran y explotan esos espacios mediante el reclutamiento de vendedoras, no obstante ser áreas que el mismo mercado no valora tradicionalmente.

II.4.1 Algunos datos en torno a las estrategias

Como hemos visto a lo largo de las páginas anteriores existen una serie de factores que han influido en el incremento de actividades como las ventas de cosméticos. Se trata de elementos de carácter estructural que para ser explicados remiten no sólo a los individuos sino a las familias como unidades económicas. En tal sentido hemos organizado la explicación de este fenómeno en dos niveles: el estructural y el familiar.

En cuanto al estructural: la crisis económica, social y política experimentada entre 1982 y 1995 (Zapata, 1998), los procesos de reestructuración productiva y la aplicación de las medidas de ajuste estructural (Ver Román, 1999); así como la contracción del empleo y las constantes disminuciones en el poder adquisitivo, han generado que los sujetos creen respuestas a fin de lograr el sustento familiar.

Entorno a los grupos familiares se construyen formas de actividad económica que implican actividades inestables cuyo éxito puede ser de muy corta duración; pues su éste depende en buena medida de la capacidad de consumo que tengan los demás actores (Rendón y Salas, 1996). Además se emprenden con poco conocimiento del mercado y con pocos recursos económicos, mismos que redundan que pocas posibilidades de sobrevivir a los vaivenes del

lista parece interminable ya que representa parte del ingenio que se agudiza para construir formas de supervivencia.

mercado. Estas ocupaciones han sido estudiadas por Fernando Cortés quien realizó una investigación en hogares de personas que recibían más de dos salarios mínimos y donde se demuestra que producto de la crisis se buscaron oportunidades en el trabajo independiente, lo que les permitió ingresar al estrato de los que obtienen un máximo de cuatro salarios mínimos (Cortés, 1998).

Lo anterior nutre la reflexión en tanto permite reconocer el trabajo de las ventas de cosméticos como determinado por las condiciones estructurales, pero también como parte de un arreglo familiar, mismo que se desarrolla en condiciones de amplia incertidumbre. En este sentido el concepto de estrategias de supervivencia resulta relevante pues no sólo se circunscribe a las actividades marginales, sino que pueden ser empresas de éxito. De forma tal que a pesar de que en las ventas directas encontramos personas con altísimos ingresos se trata de actividades que conceptualmente están clasificadas en estos rubros y cumplen por lo menos en su inicio con las condiciones aquí estipuladas.

Es vital tener en cuenta que se trata de vías que tanto hombres como mujeres han desarrollado en vistas a acceder a una ocupación y para garantizar los recursos que permitan su subsistencia. Las formas que estas actividades revisten las convierten en una posibilidad de sostenerse en espera de que el mercado de trabajo presente mejores alternativas. De tal forma que en cuanto se presenta algún cambio en el mercado por cuenta propia la persona tiene la posibilidad de regresar al asalariado. Esto implica que aparezcan nuevos factores tales como la saturación de las actividades por cuenta propia, lo que hace que parezcan menos atractivas (Cortés, 1998).

Con lo anterior podemos integrar una nueva condición a la conformación de los sujetos ya que si bien el trabajo se torna flexible, lo hacen también las trayectorias de los individuos pues

ingresan al mercado de trabajo asalariado y se retiran según las demandas de mano de obra de los mercados formalizados, lo que da pie a un proceso en el que se generalizan actividades por cuenta propia. Por lo tanto, podemos establecer una relación entre el incremento de trabajos por cuenta propia y la flexibilización del trabajo debido a que mediante esta relación se tiene la facilidad de desplazar mayor número de trabajadores y las dificultades para encontrar trabajo se incrementan a partir de las mayores exigencias del mercado laboral.

II.4.2 Los estudios sobre las mujeres y el trabajo

Algunos aspectos del trabajo femenino tienden a hacerse invisibles, en el sentido de que no aparecen como elementos que enriquecen la vida de las naciones y no son valorados por el mercado. Dicha condición ha generado amplios debates que redundan en esfuerzos para que se reconozca el valor de estas actividades. En las líneas siguientes presentamos una revisión de dos campos disciplinarios que han abordado el tema: la sociología del trabajo y la demografía.

Por el lado de la **sociología del trabajo**, es en los años ochenta que se empiezan a vivir las consecuencias del ajuste estructural y de la reestructuración productiva, por ello se hace necesario estudiar los efectos de los cambios en la forma de contratación, en la forma de pagar el trabajo y los horarios en los que éste se realiza. También se pueden encontrar trabajos que abordan los aspectos relativos a la introducción de la tecnología y a la subjetividad en el trabajo (De la O, 2000).

Como resultado de los procesos mencionados se percibe una creciente exclusión, misma que es producto de las nuevas formas de flexibilizar del trabajo y la cual ha generado mayor inestabilidad y peores ingresos para las mujeres. En este marco se empieza a revisar el trabajo

extradoméstico de las mujeres, sus condicionantes sociales; el auto empleo y subempleo; la feminización de la fuerza de trabajo. Por otra parte, destacan los trabajos sobre la maquiladora y la presencia de la mujer en ésta (De la O y Quintero, 1995), además de los trabajos industriales a domicilio (Benería, 1992), y el trabajo a domicilio (Arias, 1997).

Por su parte, desde la perspectiva de la **demografía**, se han construido desde un enfoque de género buscando la forma en la que la situación producto de la crisis ha afectado a hombres y mujeres. Dentro de este grupo de estudios se han abordado temas como: las diferencias y la relación entre el trabajo doméstico y extradoméstico; la invisibilidad del trabajo femenino; las edades en las que las mujeres se integran al mercado de trabajo; la tercerización del mercado de trabajo, el comercio no asalariado y la informalidad; así como, algunos estudios regionales.

Revisar las aportaciones de la demografía sobre la participación femenina en el trabajo encontramos que se abordan una serie de problemas fundamentales: la invisibilidad del trabajo femenino, es decir, una actividad subestimada en cuanto a su aportación a la vida económica. Muy relacionado con esto, las diferencias y desigualdades entre el trabajo femenino y el masculino. Por último, la existencia del trabajo doméstico, ya que la gran mayoría de las mujeres realizan tanto trabajo doméstico y extradoméstico (García, 1999). Lo que nos lleva a reconocer la necesidad de analizar de forma conjunta el trabajo doméstico y extradoméstico. Esto resulta interesante ya que se observa que son las mujeres quienes cargan con el peso de las actividades destinadas al sostenimiento y cuidado del hogar, para lo cual han resultado interesantes las investigaciones de uso del tiempo (Rendón, 1999).

Algunas de las dificultades mencionadas tienen que ver con un factor que ha contribuido a que el trabajo femenino no sea reconocido, mismo que se traduce en que mucho de éste es

realizado a domicilio. Esto favorece que se le considere como una ayuda a la economía del hogar; aunque resulte que es en ocasiones el único ingreso de las familias. Las ventajas que otorga el realizar este tipo de trabajo es que permite a las mujeres dedicar tiempo al trabajo sin descuidar las labores que tradicionalmente se le asignan. Las consecuencias negativas implican un aumento de carga de trabajo para la mujer. Se trata, pues, de una jornada que es más intensa y, en ocasiones, no reconocida ni siquiera por las mismas mujeres (Arias, 1992):

Otra aportación fundamental de los estudios demográficos es que nos permiten reconocer cuáles son los momentos de integración al mercado de trabajo. Así, por ejemplo, se menciona que las mujeres entre 35 y 39 años son las que muestran mayores índices de incorporación al mercado de trabajo. Lo anterior indica que las mujeres no abandonan el trabajo cuando nacen sus hijos, sino que buscan la forma de obtener ingresos para contribuir a solventar las necesidades del hogar. Por lo que existen evidencias para afirmar que las mujeres se ven obligadas a elegir trabajos de tiempo parcial que les permitan cumplir con otras funciones asignadas por la sociedad.

Los trabajos desarrollados con un enfoque de género han permitido conocer la influencia que tiene la edad aunada a la presencia de los hijos, para que cierto tipo de mano de obra acepte trabajar por menos ingresos. Lo cual de ninguna manera implica que sean los únicos factores que entran en juego ya que debemos incluir los niveles de calificación, la obsolescencia de los conocimientos, y los factores culturales, todos estos elementos que influyen en la decisión de ingresar al mercado de trabajo (Benería, 1992).

Otro aspecto mencionado por García, es la tercerización de la mano de obra. Aunque se le ha dado mayor importancia al sector industrial, donde se realizan actividades que tradicionalmente

se asignan a las mujeres, existe además la percepción de que se han generado movimientos de capitales que han producido que el comercio parezca más atractivo (García, 1999).

Conclusiones

El objetivo de este capítulo ha sido presentar un estado del debate en torno a los discursos que permiten explicar las diferencias entre la forma en la que es percibida, determinada y vivida la condición hombres y mujeres. Lo que nos permite reconocer sus efectos en la cultura, la subjetividad y la realidad social en su conjunto, mismas que se configuran en una relación de mutua determinación.

Se percibe desde esta perspectiva que el género es una construcción social, que refleja un orden del mundo. Vinculado, éste, a condiciones que se traducen en la mejor valoración —de los esfuerzos y los recursos— para unos que para otras. Si bien es cierto, el cuerpo marca diferencias notables y evidentes, lo que destacamos en este espacio es la interpretación que se hace de estas. Es decir, por ejemplo, el significado y el valor que se da a la concepción y a prácticas como el amamantamiento; o, por su parte, a las actividades que realizan cotidianamente los hombres. Las diferencias de actividades que son producto de determinantes físicos parecen ser mínimas y requieren ser interpretadas; frente a estas aparecen otras muchas que son producto de las asignaciones sociales y de la cultura, lo que da pie a un amplio campo de reflexión.

Existen estructuras sociales que determinan, de manera cultural y respondiendo a un orden de dominación, cuáles son los espacios para los hombres y cuáles para las mujeres. Lo que ha concluido en que a las mujeres se les atribuyan las actividades de cuidado y atención de la

prole, y todas las relacionadas con la reproducción social y física; y, por su parte, a los hombres se les han asignado las actividades al papel de proveedor y las relativas a la producción. Esta distinción ha implicado una forma de segregación que afecta a buena parte de la humanidad.

El análisis de la perspectiva de género, es fundamento para revisar una forma de trabajo que reviste condiciones específicas: el trabajo doméstico. Dicha actividad es importante en tanto es un factor que influye en la forma en la que las mujeres se acercan al mercado de trabajo. La relación entre TD y TED fue la primera guía analítica que seguimos para reflexionar sobre una forma de trabajo que implica la combinación de actividades que se ve reflejada en la mezcla de diversos espacios vitales, de tiempos y de recursos. Lo que se traduce en lo que las autoras han dado en llamar la jornada interminable.

El género, en suma, permitirá aproximarnos a la condición de la mujer, reconocer los determinantes que intervienen en la forma en la que se acercan al mercado de trabajo. Aspectos que nos remiten a lo subjetivo donde interviene la forma de constitución de la feminidad y por otra parte los aspectos de corte estructural que abren o cierran espacios laborales dependiendo de las características sexuales. Tenemos, así, un concepto ordenador que permite avanzar en el proceso de explicación de los vínculos que se construyen entre los diversos espacios de la vida.

Hasta ahora hemos revisado los dos campos conceptuales que resultan básicos para nuestro trabajo. En el capítulo que sigue presentamos la forma en la que hemos relacionado ambos aspectos en el proceso de construcción de nuestro objeto de estudio.

Capítulo III Las empresas: el re—cuento de una estrategia

Introducción

El estudio de caso que hemos elegido para analizar los vínculos entre el trabajo y diferentes espacios de la vida, es el referente a las vendedoras. Dicha organización reviste características y estructuras que la hacen diferente a los modelos tradicionales, no se ubica en un espacio determinado, ni tiene horarios predefinidos, etc. En este sentido consideramos necesario realizar un análisis detallado de estas empresas. En las líneas siguientes haremos una revisión de la historia de estas organizaciones de forma que se puedan conocer los factores que la determinan y que configuran un mercado de trabajo con rasgos diversos. Cabe aclarar que la revisión de la historia está centrada en los EEUU ya que es el lugar de origen de este tipo de organizaciones y, particularmente, ubicación de la matriz de la empresa que nos ocupa. En el mismo sentido detallaremos las estrategias que las empresas utilizan para realizar sus objetivos. Partimos de una investigación bibliográfica sobre el tema para posteriormente atender los rasgos de las principales empresas.

III.1 EMPRESAS MULTINIVEL

La revisión de las empresas multinivel nos llevó a recopilar material sobre diversas empresas. Las características de este tipo de empresas indican que algunos no se limitan a establecer una relación de trabajo; implica también, relaciones cliente—proveedor y algunos rasgos de tipo religioso. De lo que se deriva que las formas de control que logran estas empresas no se limita

al espacio del trabajo; llega, en cambio, a extremos tales como el control de la vida cotidiana de los sujetos.

Ejemplo de lo anterior es el caso de la empresa Amway, donde de acuerdo a diversas investigaciones se logran formas de control del pensamiento, que llegan incluso a extremos en los que los líderes indican a los miembros de su grupo los libros que deben leer o los periódicos que se consideran adecuados. Lo que lleva a afirmar que el control de la subjetividad se centra en la feminidad —con todo el sentido político que esto implica— y, por consiguiente, en un rol particular de esta condición “el ser madre y buena esposa” y las pautas para cumplir adecuadamente con ambos roles.

El aspecto del pensamiento religioso¹⁷ es un tema que no abordamos aquí, aunque existen elementos para considerar que es un componente importante. Motor fundamental para muchas de estas empresas. Particularmente en el sentido de que se relaciona el pensamiento religioso con el éxito económico dentro de la ética protestante (Fitzpatrick, 1997). Si bien es cierto, la gran parte de las vendedoras son católicas en el caso mexicano se movilizan otros recursos para la organización. Aspectos como los testimonios, la constante mención de dios en sus presentaciones y se aprovecha que la religión es un elemento fundamental en la vida de las mujeres mexicanas. Se deriva de lo anterior la conclusión de que las empresas utilizan conformaciones semejantes a las de la vida cotidiana de las mujeres de manera que el funcionamiento y la estructura resulte más eficiente.

17. En los documentos biográficos de los fundadores de estas empresas encontramos constantes referencias a dios y a la fe, valga como ejemplo la siguiente frase: *My Christian faith is the foundation on which all else in my life rest...My faith in god gave me hope. DeVos, R. (2000). HOPE from my heart. USA, Countryman.*

III.1.1 La historia de las ventas multinivel¹⁸

La historia de este tipo de empresas se remonta origen de los Estados Unidos. Espacio temporal en el que confluyen los fundamentos religiosos y los discursos de la predeterminación (en los que se relaciona el éxito económico con un designio de dios); hasta los primeros vendedores “ambulantes” que recorrían el territorio de ese país. “And so again I said: it is shockingly right instead of shockingly wrong for you to be prosperous. Obviously, you cannot be very happy if you are poor and need not to be poor. It is a sin” (Fitzpatrick, 1997).

Como parte del proceso de urbanización las empresas empiezan a llevar, desde fines del siglo XIX, “la modernidad” a los pequeños pueblos, labor en la que se empeñan empresas como Avon de manera que logran conformar mercados para sus productos. Por su parte, a principios del siglo XX, las ventas directas se convierten en una alternativa mercadológica, ya que permiten que los productos sean demostrados en el lugar que se encuentran los consumidores y llegan a grupos que en esos momentos parecían aislados. Uno de los primeros casos documentados es el de Tupperware y sus campañas para demostrar la forma en la que funcionaban los utensilios que comercializaba. Este servicio se podía ajustar a las necesidades de los pequeños pueblos a los que era difícil que llegaran los productos y en los que la atención personal era fundamental.

El sistema en principio era así: las empresas solicitaban vendedores en el periódico. Estos compraban mediante el correo los productos que después tenían que revender. Según los datos estimados en 1920 había 200,000 personas que se dedicaban a las ventas puerta a puerta. Cifra que se incrementó debido, principalmente, a tres factores:

18. Para este apartado tomamos datos de diversos textos, particularmente del texto de Biggart, N. (1989).

a) El ingreso de la tecnología a los hogares, relacionado con un discurso social orientado por el pensamiento taylorista. Condición que favorece, además, la liberación de tiempo que como hemos visto se utiliza en realizar trabajo remunerado.

b) Las nuevas orientaciones en la economía doméstica que exigen nuevas formas de experimentar el tiempo, por lo que el tiempo se convierte en un bien que se debe ahorrar. Se conjugan dos aspectos, una idea de eficiencia en el hogar con la necesidad de considerar el tiempo como un bien que se debe ahorrar. De manera evidente, el tiempo ahorrado se utiliza en el trabajo.

c) Los agentes especializados que enseñaban a las mujeres a utilizar la nueva tecnología. La enseñanza del uso de los productos permite transmitir conocimientos sobre los productos, al tiempo que genera necesidades.

La Primera Guerra Mundial, el proceso de desplazamiento de mano de obra y la necesidad de nuevos mercados favorecieron el crecimiento de las ventas directas. Se descubre —desde la mercadotecnia— que cuando el mercado tiende a contraerse resulta más efectiva la forma de vender en la que el oferente del bien o servicio estaba más cerca del consumidor. Se aprovechan de esta manera los vínculos sociales tales como: la amistad, la cercanía; y de manera fundamental la confianza, hacen de éste un modo muy eficiente de comercializar.

Los efectos de la Gran Depresión, fueron abono para el rápido crecimiento de este tipo de empresas. En dicha crisis desaparecieron muchas organizaciones, pero éstas tenían la posibilidad de reducir sus equipos en las ventas, en relación directa con el nivel de consumo, lo que favoreció su sobrevivencia. Además, el desempleo favoreció mayores ventajas para reclutar

a quines habían perdido sus trabajos. Durante el periodo de la Gran Depresión se crearon grandes empresas como Stanley Home, The Encyclopaedia Britannica, las ventas por catálogo de Sears.

De lo anterior hemos formulado algunas conclusiones que permitirán entender algunos fenómenos que se dan en este tipo de empresas.

1.- Se trata de una estrategia de mercadotecnia que permite llegar con mayor facilidad a los consumidores, de manera personal, aprovechando los vínculos afectivos y de confianza.

2.- Desarrollan políticas de trabajo con alto grado de flexibilidad que les permiten responder a las demandas de un mercado contraído y aprovechar las condiciones de alto desempleo.

3.- En la dimensión macro, responden a mercados que necesitan conquistar consumidores; se regulan con costos para los trabajados y aprovechan mano de obra desplazada y sin expectativas.

4.- Las personas que trabajan en estas empresas no son consideradas empleadas, lo que representa que las organizaciones no asumen la obligación de brindar ningún tipo de prestaciones, ni garantías. Particularmente las relativas al salario mínimo y a la seguridad social. Lo anterior lo pudimos observar durante el trabajo de campo realizado el cual se detalla adelante.

5.- Las empresas de ventas multinivel (EVM) al ser comparadas con otras empresas deben ser analizadas con detalle para comprender todo aquello que las hace diversas. Ya que existen aspectos que las hacen distintas, algunos aspectos relevantes nos remiten a la eficiencia. Si las

EVM son medidas con los estándares de las empresas típicas resultan ser muy ineficientes; puesto que los trabajadores se ocupan a tiempo parcial, tienen otro trabajo o atienden a su familia —al mismo tiempo—. Además presentan un alto índice de rotación, lo que los obliga a estar en constante proceso de reclutamiento. Finalmente, las formas de control tanto cuantitativo como cualitativo son muy débiles ya que no se puede saber ni la hora, ni la forma, ni la eficiencia del trabajador. Los vendedores no tienen ningún requerimiento de horario, ni de zonas a cubrir, ni términos para trabajar.

A partir de 1935 las EVM buscaron cambiar la forma de los contratos, para evitar compromisos y llegaron a la fórmula de los *distribuidores independientes*. Dicho estatuto surgió como una respuesta a las demandas sobre la legalidad de este tipo de trabajos. Como consecuencia de esta “inteligente” forma laboral, las empresas, obtienen una mano de obra barata, flexible, sin posibilidades de exigir mejores condiciones de trabajo y sin ningún compromiso por parte de la organización, mientras que los compromisos para el trabajador son crecientes.

Sin embargo, es también en esta forma de trabajo que se observan ventajas para las trabajadoras: se trata de sistemas de trabajo que generan espacios de autodeterminación para ellas, lo que le permite dedicar tiempo y espacio a otras actividades; libertad, que se traduce en tiempos, ritmos particulares; así como la alternativa de generar compromisos con otras empresas u otras ocupaciones como podría ser el trabajo doméstico u otro trabajo remunerado. Lo que genera efectos diferenciados pues por un lado resuelve problemas de la cotidianidad, la organización del tiempo y los ingresos para la familia; y por otro lado significa incrementos de jornada, así como la implementación de formas de trabajo en condiciones de precariedad.

Las EVM aprovechan algunas condiciones de sus trabajadores. De tal forma que las exigencias son mínimas; existen condiciones que requieren una mirada con mayor atención. Por ejemplo —desde el discurso de las empresas— se ofrece trabajo a personas con bajo nivel de calificación y tienen mínimas exigencias para mantenerse activos dentro del sistema. Lo cual es cuestionable ya que, además, se aprovechan los saberes de los sujetos, lo cual es equiparable a formas de calificación que se recibe históricamente en todas las empresas se detectan formas de incentivar la productividad, lo que se traduce en altos niveles de exigencia—ventas mínimas o cuotas de incorporación— En términos generales las empresas han desarrollado un sistema que se basa en unos elementos que estimulan el funcionamiento eficiente de la organización y dan lugar a altos niveles de productividad de sus vendedoras:

El sistema de fiestas: El evento se desarrolla mediante la invitación de un anfitrión —a una casa— quien se compromete a reunir un grupo mínimo de personas a cambio de un regalo. Es un recurso para que la venta penetre a los hogares y que tiene la ventaja de concentrar grupos mayores de personas. Frente a la visita casa por casa, esta forma de concentración permite penetrar a más clientes potenciales, lo que resulta ser una ventaja para las mujeres ya que éstas no se separan del espacio que tradicionalmente se les asigna, el hogar. Además en esta estrategia encontramos datos que permiten ver la forma en la que los espacios y los vínculos sociales se convierten en un recurso para buen desarrollo de las ventas.

Las redes sociales: Si bien las fiestas son un vehículo muy efectivo resulta que tienen ciertas limitaciones ya que no se pueden organizar eventos permanentemente; es decir, se puede invitar a las personas a uno de estos eventos de vez en cuando. William Casselberry y Lee Mytinger fundadores de la empresa de vitaminas Nutrilite XX diseñaron el plan de usar las redes sociales. El plan de mercadotecnia suponía que los vendedores que invitaran a otro

obtendrían el 3% de las ventas de éste. Los nuevos vendedores al llegar a un nivel de ventas de 15,000 romperían con su patrocinador. Se les llamaría *breakaways* ellos crean su propia relación con la compañía, al establecer una nueva red.

El uso de la red social es el detonador de la gran mayoría de las empresas que hoy en día conocemos. Este esquema ha sido ampliamente discutido ya que se le compara con una pirámide, la cual es considerada ilegal. Existen elementos que permiten hacer una distinción particularmente en sentido de que el ingreso implica un pago¹⁹; pero es para recibir un producto y que además existe un servicio o producto que se vende.

Tenemos elementos para afirmar que estas empresas no son propiamente esquemas piramidales. Ya que, en realidad, no requiere que se aporte dinero —a cambio de nada— que recibirán los niveles más altos. Sin embargo, la forma en la que se organiza el sistema si deja ver algunos rasgos que lo hace semejante. Los grupos no rompen, condición que hace pensar en una cadena interminable y se traduce en lideresas que reciben ganancias de todos los vendedores que forman su linaje mismos que pueden llegar a ser miles de personas²⁰ (Walsh, 1998). Un aspecto que parece fundamental para la comprensión de este tipo de empresas radica en lo complicado que parece explicar el funcionamiento del esquema multinivel. Algunos autores proponen que dicha complejidad es total y absolutamente intencional, lo que lleva a los vendedores y vendedoras a decir “yo no sé como la empresa calcula los cheques, lo que se es que cada mes me llega” (Carter, 1999). En páginas siguientes se presenta una descripción detallada de este esquema.

19. A diferencia de los esquemas piramidales en los que se paga sólo por el hecho de ingresar.

20. Los grupos de las lideresas locales son en promedio de 10,000 vendedoras.

Algunos trabajos han abordado desde diversas perspectivas la función de las redes en los trabajos —más allá de esquemas como el que nos ocupa—, desde los trabajos de Granovetter (1985) y con ellos los intentos de la sociología económica, de la cual los estudios sobre este tema se tornan un pilar. En tal sentido no se trata de asumir a la red social como un elemento en la conformación del capital social, sino como un proceso que implica utilizar los vínculos sociales para vender los productos o incluso hacerlos —vínculos— en función de vender, lo que, desde nuestra perspectiva, implica un uso económico de las relaciones sociales (Villavicencio, 2000).

III.1.2 Empresas para mujeres

Si bien a lo largo de esta investigación hemos asumido que una categoría central es el trabajo femenino y las determinantes que favorecen que se realice en condiciones como las que estudiamos. En este apartado centraremos la atención en las empresas y sus características, lo que nos permitirá generar explicaciones sobre las condiciones que favorecen la integración de las mujeres a éstas y los factores que determinan que resulten atractivas para cierto grupo de la población.

Consideramos dedicar algunas líneas a la conformación de las empresas y los vínculos que establece con el modelo de mujer. Se supone que a pesar de favorecer un cierto grado de autonomía, lo cual se debe discutir en otro espacio, el discurso de las empresas está encaminado a que las cosas (en las familias y en la sociedad) permanezcan como hasta ahora. Es decir, la familia se debe mantener, la mujer debe buscar que el esposo esté contento con el trabajo que ella realiza. Nunca se apuesta a destruir la familia —o a modificar los desequilibrios de poder—, sino a que las cosas funcionen armónicamente (Biggart, 1989).

Strong family are made by strong people who believe enough in the value of their parenthood that they are willing to arrange their entire lives in necessary, around home and family (DeVos, 2000).

Se puede percibir una diferencia entre la idea de las ventas directas para las mujeres americanas y las mexicanas. Biggart indica que para las de E.E.U.U. son una alternativa al trabajo en las oficinas, aspecto que se explica por los niveles de bienestar y aspectos como el seguro de desempleo. Hasta donde se pudo observar para las habitantes de los países pobres las alternativas serían diferentes, tal vez entre vender ropa, alimentos callejeros o las ventas directas y sólo en algunos casos existe la alternativa entre empleo formal y éste. Algunas lecturas nos llevan a pensar en el carácter que toman las empresas, asumiendo un nuevo rostro la cultura se transforma para dejar ver el lado femenino de las culturas del trabajo. Donde el contexto puede ser factor importante en la transformación, así como la presencia de los sujetos o las sujetas. Desde la lectura de Raygadas (1998) pasaríamos de las fábricas como territorio masculino a las fábricas para mujeres, es decir las fabricas reconfiguradas, que producen y son productoras de un nuevo rostro. Un punto que puede ser muy interesante son las nuevas estructuras de la sensibilidad, que se relacionan con las habilidades de comunicación y los recursos que se construyen en torno a las relaciones sociales. Sistemas diferentes que se construyen encuentran acomodo en las organizaciones en las que, manera preponderante, existe un discurso femenino. Valores y actitudes que hacen pensar en formas más suaves y con mayores grados de sensibilidad. Se busca que las recompensas sean inmediatas y que siempre lleguen. Las relaciones aun las laborales están cubiertas de una fuerte carga social en las que la cooperación es más importante que la competencia, las jerarquías son suaves y la estructura de la organización se parece a la de una familia.

La forma de trabajo que se construye en empresas de carácter femenino, lleva de inmediato a pensar en las diversas relaciones que se pueden establecer con la forma y el papel de la familia. Muy al contrario de lo que sucede en las empresas tradicionales, en las ventas multinivel la familia y el trabajo están juntos. De hecho la familia trabaja —en todos los sentidos—.

El tema de la familia se puede ver desde dos perspectivas: La primera es la conformación de los negocios de carácter de negocio familiar. La segunda es el sistema de equiparar a la organización con una familia, construyendo estructuras y formas de funcionamiento que en diversos sentidos utiliza formas y nombres de lazos familiares.

El primero de los aspectos que nos interesa refiere a la familia como parte importante de este tipo de negocios y está presente en la construcción de los discursos sociales que reciben los vendedores. Empresas como Amway constituyen negocios de pareja y de familia; en los que el esposo es el que mantiene toda la autoridad. Otras como Jafra dotan a las vendedoras de recursos para comprometer a sus maridos, lo cual sucede a partir de las pláticas formales o mediante consejos de carácter informal. Algunas como Mary Kay estimulan a los cónyuges a fungir como “niñeros” de sus propios hijos mientras la esposa dedica tiempo al trabajo. Es interesante ver en los textos de Richard DeVos y de Robert Shaklee (fundadores de empresas) al negocio como cosa de familia.

En tal sentido la familia es tan importante en este tipo de negocios que en algunos el negocio se entiende como un asunto de la pareja. En dichos casos, cuando se divorcian pierden la posición que habían logrado. El extremo de dichos discursos lo encontramos en seguida: donde el trabajar y obtener recursos puede servir para conservar al esposo. “If you want to keep your husband excited, stay thin and make bank deposits”. La anterior es una frase tomada

de los catálogos promocionales de una empresa de ropa interior. Y que permite remarcar el concepto de feminidad que se trasmite en este tipo de empresas (Biggart, 1989:82).

Un elemento que se ha discutido en la bibliografía especializada lleva a pensar en que existe una especie de culpa de las mujeres que se ven obligadas a dejar a sus hijos para salir a trabajar. Lo que explica que uno de los argumentos de las empresas sea que antes que nada, incluso que el negocio, está la familia. De hecho, desde esta perspectiva, la mujer trabaja para su familia. Aunque al revisar la forma de trabajo podemos estar seguros que el trabajo “roba” tiempo que antes se dedicaba a la familia. La posibilidad de trabajar y cuidar a la familia no siempre funciona o lo que hace a costa de una excesiva carga de trabajo.

El segundo de los aspectos mencionados: la familia metafórica lo que significa que las empresas multinivel manejan formas de relación “falsas” son hermanas, amigas cercanos, madres e hijas. La estructura de la organización y de los equipos de trabajo se conforman reproduciendo relaciones que se dan en otros espacios vitales, a lo que se añade que cumple la función de suavizar las formas de mando y, evitar, las relaciones conflictivas. El crecimiento de la empresa implica que de un árbol familiar se desprenda un nuevo equipo de trabajo que reproduce la estructura del que se dio origen. El sistema implica una forma de duplicación, en la que los nuevos grupos hacen exactamente lo mismo que el grupo que les da origen. Se generan de esta forma organizaciones flexibles. En este sentido la familia—empresa utiliza los vínculos emocionales y afectivos como formas de control, además que quedan cubiertos por aspectos más suaves.

La familia presenta vínculos que resultan claros y amables para personas que no están acostumbradas a las formas rígidas de las estructuras organizacionales. Además recubren de

una forma “confortable” las relaciones de subordinación y las de competencia. De manera particular la competencia es matizada, especialmente cuando se trata de competencia entre las vendedoras de la misma empresa. Y, de manera colateral, fortalece los vínculos de solidaridad y fidelidad con la empresa y con quienes representan el control de los grupos.

III.1.3 El factor subjetivo

En este apartado dedicamos unas líneas a las formas de control y a la construcción de identidades se pueden generar en organizaciones del tipo de Jafra o Amway, lo que nos llevará responder a la cuestión: ¿cómo es que una empresa con una organización no burocrática puede establecer formas de control que son exitosas? Pratt dice que en las EVM no existe una ubicación central de la empresa, el trabajo se realiza fuera del contexto tradicional de las organizaciones. Esto obliga a las gerencias a buscar formas de control en el trabajo sin las ventajas que les podría brindar el control y la observación cotidianos, careciendo, también, de las formas tradicionales de identificación, como podrían ser las oficinas, los uniformes, o la asistencia a un lugar (Pratt, 2000).

Los esquemas de estas organizaciones obligan a que se desarrollen sistemas de control que se relacionan más con la construcción de fuertes lazos identitarios mediante eventos en los que resalta la pertenencia; a lo que se suma una serie de materiales que sirven para reforzar el discurso de la propia empresa. En los eventos de motivación se canta el himno de la empresa, se dan testimonios, se escucha la experiencia—ejemplo de algún vendedor exitoso. Se generan rasgos de pertenencia, por ejemplo en Omnitrition los que están “dentro” portan una botella con alguno de los productos de la empresa. En Jafra el maletín, podría funcionar como un elemento identificador. Existen, además, una serie de distintivos que podrían dar sentido a esta

pertenencia. Se trata de prendedores, de bufandas o mochilas y, como más adelante veremos, autos. Al movilizar los sentimientos estas empresas están en la posibilidad de provocar entre sus seguidores fuertes emociones, los cuales se hacen igualmente intensos cuando las personas se retiran de la empresa. Esto se explica por la forma en la que se involucran las y los vendedores ya que el vínculo llega a ser tan fuerte que se convierte en una forma de vida.

Pratt (2000) propone una definición de la forma en la que estas empresas funcionan: las llama *network marketing organization*, lo define como sigue: es una estructura social mediante la cual una organización *sponsoring* utiliza miembros individuales o distribuidores para vender sus productos y servicios cara a cara fuera de una oficina. A pesar de que se trata de miembros individuales, el sistema no se puede entender sin considerar el sistema de las redes. De tal forma que el trabajo en estas empresas incluye el patrocinio de nuevos miembros, los distribuidores son motivados a invitar nuevos vendedores, quienes pueden ser parte de su familia —red—, sus amigos, etc. Los distribuidores que tienen el mismo distribuidor se conocen como parte del mismo árbol familiar. Existen líneas ascendentes, en las que se integra aquellas personas que se encuentran arriba por ejemplo su patrocinador y el patrocinador de su patrocinador —*up line*— y descendentes las personas que éste patrocina —*down line*—.

Existe un sistema de niveles, el cual funciona como un factor para reconocer el éxito de los trabajadores. En Amway se considera el nivel de ventas, mientras que en Jafra el factor fundamental para el ascenso en los niveles es el ingreso de nuevos patrocinios. Los niveles en Amway y Omnitrition se definen en función de gemas (perla, rubí, esmeralda, varios niveles de diamantes etc.); en Jafra son Animadoras y Ladies. En Amway no indican autoridad formal, sin embargo los exitosos son invitados a instruir a los nuevos. En Jafra las lideresas tienen autoridad formal con respecto a las distribuidoras. Es decir, que al formar parte de la familia

deben reportar ante ellas. Sin embargo, encontramos casos de mujeres que no asisten a las juntas y existen quienes pueden hacer sus pedidos de manera independiente en la oficina regional.

Los distribuidores más exitosos enseñan a los otros cómo fundar un negocio, en Jafra la capacitación funciona en dos sentidos por un lado mediante canales propios del grupo de trabajo (reuniones semanales) y, por el otro, mediante cursos preparados por la misma empresa. La capacitación en Jafra se centra en la necesidad de que la patrocinada triunfe ya que esto representa beneficios para quien se encuentra en el nivel superior. Algunos sistemas de capacitación son pagados por las distribuidoras: libros, casetes, y películas; otros son reuniones y seminarios.

Hasta donde se ha visto la capacitación en Jafra tiene las siguientes características. Existe un sistema de capacitación grupal en el que las mujeres asisten cada semana y se enteran de las novedades de los productos, existen las juntas de área, las cuales son bimestrales, además de algunos talleres y seminarios. Entre esos últimos algunos son pagados por Jafra, otros por la lideresas y finalmente algunos por las propias distribuidoras. Al parecer es un sistema con mayor grado de protección, lo que se explica por el hecho de que las mujeres que ingresan a esta empresa tienen un menor capital cultural.

Las formas de autoridad que se dan en este tipo de empresas resultan ser fuertes, aunque se manifiestan mediante rasgos distintos que en las empresas convencionales de las dimensiones de éstas. Se puede observar que las formas de jerarquía tienen su grado de flexibilidad pero también dependen el factor de la personalidad de la lideresa es muy importante. La posibilidad de estimar el número de personas en este tipo de empresas es difícil, por lo que solamente nos

podemos remitir a estimaciones. A pesar de lo anterior resulta relevante saber que el número de personas que labora en este tipo de negocios podría llegar a 25 millones en el mundo. En suma estas empresas son diferentes a otras (empresas tradicionales) por aspectos tales como:

- La mayor parte del tiempo no están juntos, salvo en las reuniones
- La primera intención es una carrera de tiempo parcial
- Para ingresar se requiere pagar, además de que se utiliza el pago por algún tipo de servicio y capacitación; es decir, la capacitación no siempre corre por cuenta de la empresa.
- No son legalmente empleados, en realidad actúan como franquicias independientes, quienes deben seguir algunas estipulaciones de la empresa madre.

III.2 Las empresas, una descripción

En este apartado presentamos información sobre Avon, Mary Kay y Jafra Cosmetic's. Las empresas han desarrollado una estrategia que les permite captar un mercado de trabajo específico, por lo que el modo en que se presentan y el discurso que utilizan pueden resultar de mucha utilidad. Conocer las organizaciones, la forma en que han crecido, los recursos que movilizan, muestra la importancia a nivel mundial del negocio que es objeto de nuestro análisis y la complejidad de factores que confluyen en él.

Existe una gran variedad de empresas que ofrecen oportunidad de realizar actividades de ventas directas. Se pueden encontrar organizaciones dedicadas a la comercialización de

complementos alimenticios, como Omnitrition, ropa, utensilios de cocina, como Toperware, joyería y, desde luego, cosméticos.

Un ejemplo ilustrativo es la dedicatoria que Mary Kay Ash incluye en su libro "You Can Have it all" ("Tú puedes tener todo") y que sirve de muestra de lo que adelante encontraremos. To every woman who is trying to balance the needs of her children, her husband, her home, and her career-and finding it virtually impossible²¹! (Ash, 1995).

III.2.1 Avon llama: ¿La tradición?²²

Esta empresa fue fundada en 1886 y es la mayor empresa en ventas directas de productos de belleza en el mundo —aunque también vende joyería y regalos—, ya que sus ingresos son de \$ 5.2 billones de dólares anuales. Ocupa el lugar 308 de la lista de *Fortune*, como una de las mayores empresas de E.E.U.U. Ha logrado ampliar su mercado a las mujeres de 135 países, mediante casi 2.8 millones de representantes independientes.

A las vendedoras se les reconoce como representantes independientes debido al hecho de que no existe ninguna relación de trabajo —según la empresa—, lo que implica la ausencia de cualquier tipo de protección para las trabajadoras. De manera tradicional Avon sólo se ha vendido mediante el sistema de ventas directas, lo que ha generado un mercado definido del modo siguiente: la vendedora típica de Avon es “una mujer de unos 40 años, con ingresos promedio de USA \$35,000 anuales”. Resulta interesante descubrir que el perfil de la vendedora

21. ¡Para todas las mujeres que tratan de equilibrar las necesidades de sus pequeños, su esposo, su hogar y su carrera, y lo encuentran prácticamente imposible!

22. La información presentada se obtuvo de la página en Internet de la empresa.

y de la compradora se confunde, aspecto lógico pues se trata de que se realicen ventas a las mujeres con las que se mantiene un trato cotidiano (Edy, 1999).

La vendedora de Avon (según la propia empresa) es una mujer que difícilmente accede a los centros comerciales, por ello se requiere llevarle los productos a casa. Curiosamente, en esta época en que los desarrollos tecnológicos permiten comprar casi todo desde el hogar, existe un segmento de población que no acude a los centros comerciales por razones diversas como podrían ser la barreras culturales, entre ellos las amas de casa que —según Avon— nunca se atreverían a ir a una gran tienda a comprar cosméticos. De ahí que conviene mantenerla el mayor tiempo posible en su hogar. Este aspecto genera dos reflexiones: a) en México el número de mujeres que no acceden a los centros comerciales es mayor que en E.E.U.U., lo que puede explicar el éxito que tiene algunas vendedoras cuyo mercado son las zonas marginadas y rurales de ciudades como Morelia y León, esto lo podemos afirmar a partir de las entrevistas realizadas a las lideresas de dichas regiones. b) El modelo de la mujer originalmente remite a un tipo tradicional que aunque sigue existiendo también ha cambiado, lo que está generado transformaciones en el mercado de trabajo, mismas que nos remiten a lo que hemos descrito como las diferentes tipologías del trabajo femenino.

En busca de nuevos clientes, Avon ha establecido puntos de atención en los grandes centros comerciales²³, con lo que es posible observar nuevas tendencias en cuanto al mercado al que se dedican los productos. No obstante, el ingreso a este tipo de establecimientos implica dedicar los productos a otro tipo de personas, tal vez porque consideran que el mercado de las amas de casa tradicionales puede agotarse algún día. Hasta ahora hemos encontrado información que

23. En el centro comercial Perisur de la Ciudad de México se puede encontrar uno de ellos.

nos proporciona datos sobre la imagen de vendedora que manejan esas empresas en Estados Unidos.

Con lo anterior se observa que cada empresa está dedicada a un sector determinado, en donde influyen aspectos que van desde el precio hasta la calidad de los productos que ofrecen, así como determinantes como la edad y la clase social de las mujeres que forman parte del negocio.

III.2.2 Mary Kay y lo que cuesta trabajar²⁴

III.2.2.1 Los valores

Fundada por Mary Kay Ash, en 1963, esta empresa tiene mas de 500,000 vendedoras, en 29 países. Su lema God first, family second, career third, (*Primero dios, luego la familia y después la carrera*) es la frase que da cuenta de la oferta fundamental de la empresa, donde la mujer puede realizar esta actividad y recibir un ingreso mientras mantiene el cuidado de su familia. La filosofía de esta organización hace pensar en que ésta es la única oportunidad que una mujer tiene para trabajar sin descuidar su papel histórico de procreación, cuidado de los hijos y el esposo (Ash, 1995).

El trabajo que ofrece Mary Kay —según su fundadora— está dedicado a las mujeres que han decidido que la familia es lo más importante, es decir, que quieren tener hijos y cuidarlos. Mientras para aquellas que están dispuestas a abandonarlo todo por su carrera, éste no parece ser un camino adecuado. Este discurso cargado de moralidad, con una visión tradicional de la

24. La información presentada se obtuvo de la página en Internet de la empresa, en material impreso y entrevistas

familia hace pensar en las grandes dificultades que experimentan las mujeres en su lucha por ingresar al campo laboral. A las mujeres con hijos y el deseo de cuidar de ellos, el mercado de trabajo se les presenta como una opción costosa, por ello Mary Kay recomienda hacer cuentas del precio que implica salir a laborar. “Al trabajo de una mujer con hijos pequeños se le debe descontar el costo del transporte, del cuidado de los hijos, de la alimentación de la trabajadora, el precio de la ropa para el trabajo y una interminable lista de gastos que hacen pensar que trabajar fuera de casa es una empresa que no costea” (Ash, 1995). Ante tal perspectiva se presenta la alternativa “salvadora” de la venta de cosméticos, con la que, según el discurso de la empresa, se trata de la opción menos costosa y no se pone en riesgo la estructura familiar. No se analizan los costos de una ocupación de este tipo y las implicaciones que puede tener trabajar ambas jornadas —trabajo doméstico y extradoméstico— en condiciones de aislamiento, ni las ventajas sociales que representa para la mujer tener un trabajo extradoméstico.

Para iniciar un negocio en Mary Kay se requieren pagar una suma mínima de 490 pesos, que implica obtener un equipo de demostración y material educativo. El "paquete" Mary Kay incluye productos para cuidado facial, cosméticos de color, productos para el cuidado de las uñas, del cuerpo, protección solar, fragancias, cuidado de la piel masculina y fórmulas nutricionales. Según las condiciones anteriores, Mary Kay ofrece a las mujeres la posibilidad de un trabajo flexible y de ingresos “ilimitados”, lo que se logra meramente con habilidades personales y esfuerzo individual. Todas las mujeres tienen la posibilidad de elegir entre trabajar tiempo completo o medio tiempo; esto es, la propia vendedora decide la duración de su jornada, aunque de esto dependen sus ingresos. Resulta difícil la elección entre el tiempo libre y

los ingresos, lo que redundará en lo que hemos llamado la mezcla de las jornadas en algo que hemos propuesto llamar configuraciones precarias.

El discurso de esta empresa implica una extraña dualidad entre lo conservador y lo nuevo, que a nuestro entender esconde una trampa: Mary Kay pretende ayudar a la mujer a valorar sus prioridades, por lo que la guía a seguir patrones nuevos que se piensan viejos, como podría ser poner antes que la carrera el cuidado de los hijos. Se asume de esta manera la autoridad de dictar las prioridades que deben regir la vida de las mujeres²⁵. Planteamos a partir de tales afirmaciones que existe una presión cultural que obliga a la mujer a seguir ciertos patrones como el cuidado de los hijos. No se trata —en este sentido— de vender productos; sino de ayudar a las mujeres en el camino a realizar sus sueños. La organización puede brindar a las mujeres la educación, el ánimo, la motivación y los productos de calidad que se requieren para lograr el éxito. De forma evidente se trata de sueños que estarán encaminados a lo que dictan las buenas costumbres y a mantener la conformación de una familia típica.

La clave, del discurso de esta empresa, es nunca olvidar que la familia tiene prioridad sobre el trabajo. Ese parece ser el centro de la filosofía de la empresa y es, por mucho, un factor que da origen y permite explicar la existencia de este tipo de trabajos "flexibles" para mujeres anteriores a cualquier tipo de proceso de reestructuración. Así, la razón por la que triunfan estas empresas, se debe a que permiten que las mujeres, además de obtener recursos para la subsistencia, ordenen su carrera de acuerdo con las necesidades de sus hijos y de su esposo. Desde la perspectiva de esta empresa, las mujeres que tengan un esposo con la capacidad de sostener a la familia deben alejar de su mente la tentación a trabajar. Si una mujer establece

25. Acorde con un planteamiento central de Frau Linares en torno a la propensión a considerar a las mujeres como menores de edad.

adecuadamente sus prioridades, puede lograr y tener todo. Pero antes es necesario evaluar los costos de trabajar fuera de casa y tener cuidado en que no se pase el tiempo de la maternidad y de obtener lo que parece ser el mayor regalo que dios le puede dar a las mujeres, ¡los hijos!

En el discurso de esta empresa las mujeres no aparecen como sujetas, son simplemente madres y esposas, trabajan en función de las necesidades de su familia. Sus deseos personales no son considerables sino se constriñen a la maternidad. Es un modelo de mujer cuyo origen se remonta al siglo XVI en la obra de Fray Luis de León y su “mujer doméstica”.

III.2.2.2 La conformación

La empresa se estructura de manera que todas las mujeres inician su carrera como "consultora de belleza", lo que favorece que primero se capaciten y aprendan la forma de vender y usar los productos; donde el uso de los productos ha resultado un aspecto fundamental y primordial para las ganancias de la empresa.

Quienes ingresan a la organización, a decir de la empresa, tienen diversas formaciones y trayectorias: secretarias, amas de casa, campesinas, maestras de escuela, enfermeras, doctoras, abogadas y con estudios de posgrado. A pesar de la enorme diversidad todas empiezan en el mismo puesto, lo que aparentemente genera “una compañía igualitaria”, nuestra observación nos ha permitido reconocer que no todas las carreras tienen las mismas posibilidades y que en el éxito influyen factores en los que si interviene la trayectoria anterior.

La estructura de estas empresas se compone por diversos escalones y los beneficios son diferenciados. El reconocimiento de estos permite hacer clasificaciones que favorecen el reconocimiento de distintos tipos de trabajadoras, con lo que aparece una diversidad de

condiciones. Hemos encontrado que existen niveles de ventas que permiten que las distribuidoras independientes obtengan ingresos considerablemente altos. Por ejemplo, más de 100 mujeres (en el mundo) ocupan el cargo de Directora Nacional de Ventas independiente y sus ingresos representan montos de seis cifras anuales. El papel de estos puestos es interesante ya que funciona como una forma de motivar el trabajo a las otras vendedoras de los niveles inferiores para que un día lleguen a ser como ellas, pero la observación muestra que la cumbre es para muy pocas, de otra forma el esquema de la pirámide no tendría sentido y tal vez no funcionaría.

En este tipo de empresas es notable que los programas de estímulos resultan muy atractivos para las vendedoras. Así tenemos, por ejemplo, que uno de los mejores premios que otorga Mary Kay es un Cadillac color de rosa y, según los más altos niveles de ventas, otros automóviles como Trans Am, Grand Prix, Mercedes, Toyotas. Estos instrumentos funcionan como alicientes para la gran mayoría de las vendedoras.

Podemos afirmar que se trata de un tipo de trabajo que presenta inestabilidad para las vendedoras; pero también hemos encontrado grandes diferencias de acuerdo con el nivel que cada una ocupa en el esquema de ventas. En este orden de ideas nos encontramos con una sorpresa: la inestabilidad no es para todas, pues hay un plan de retiro para las directoras nacionales de ventas. Se menciona el caso de una de ellas que recibirá como pensión anual de retiro un millón y medio de dólares durante 15 años (Ash, 1995).

Finalmente Mary Kay ha sido seleccionada como una de las 100 mejores empresas para trabajar en América, en la revista *Fortune*, Mary Kay fue la compañía de mayores ventas durante 1998, en productos para el cuidado facial y cosméticos de color, por quinto año consecutivo. A

pesar de tener como se dijo antes más de 500,000 consultoras de belleza, en 29 países, sus empleados no rebasan los 3,500, quienes tienen la función de apoyar las oficinas corporativas, regionales, los centros de distribución y las oficinas internacionales. Las oficinas corporativas están ubicadas en Dallas Texas. Las ventas brutas en 1998 fueron de 1 billón de dólares; pero al calcularlas como ventas al público representa 2 billones de dólares, ya que se deben incluir los porcentajes que reciben las promotoras independientes. Tal éxito económico debe ser analizado cuidadosamente y nos brinda un campo inexplorado para diversas disciplinas entre ellas los estudios del trabajo.

III.2.3 Jafra Cosmetic's

Jafra se considerada como una compañía de venta directa especializada. La historia de esta organización inicia en Malibú, California, Estados Unidos, en 1956. El nombre de esta empresa debe su origen a las letras iniciales de sus fundadores: Jan y Frank Day, lo que dio por resultado "Jafra". La idea que rige a la empresa es que las amas de casa puedan realizar un trabajo compatible con sus labores domésticas y con sus horarios. La filosofía de la empresa se basa en la idea de construir un equipo independiente de vendedoras y proyectar la carrera potencial de las mujeres. Estos productos no se venden en las tiendas, porque lo que importa a la empresa es que las vendedoras sean las estrellas de la misma.

La compañía se sustenta en dos conceptos: a) ofrecer productos para el cuidado del cutis, y b) brindar a las mujeres la oportunidad de crear su propio negocio. Usamos el orden establecido en la empresa, aunque nosotros tenemos la hipótesis de que el principal interés de ésta es la captación de las vendedoras-consumidoras. La estrategia de la empresa implica el conocimiento de su mercado, manejando un discurso que se resume en frases como: "escuchar

a todas las personas para conocer sus necesidades, orientarlas y animarlas para que hagan lo que les gusta y así descubran por sí mismas sus capacidades”. Esto nos hace suponer que la empresa está más preocupada por el mercado que representan las vendedoras que por las consumidoras. Jafra cuenta actualmente con 300,000 consultoras en México.

La empresa presenta la relación de las vendedoras con Jafra como “un vínculo en el que todos ganan”, y afirman que es una de las compañías que más respetan a su equipo de distribuidoras. “Jafra implica iniciar un negocio propio independiente, con un poderoso equipo de apoyo”. Con todo esto las vendedoras pueden programar sus agendas respecto al tiempo de trabajo, elegir su lugar de trabajo, planear sus propias estrategias; además, con los productos de Jafra la motivación es fácil.

Nuestra investigación nos muestra que Jafra invade la vida social de la mujer, pero lo hace de una forma que no se nota: “mientras la vendedora sale a reuniones sociales y está conociendo nuevas personas, puede aprovechar para mostrar los nuevos productos. Productos que la propia vendedora usa y los recomienda por que los considera buenos, ¿se puede considerar eso un trabajo?” —se pregunta en la publicidad—. Esto último exige una amplia reflexión ya que la misma empresa niega el carácter de trabajo de la actividad que sostiene su funcionamiento.

“Una sonrisa afectuosa y una pequeña inversión en el maletín de consultora y está lista para escalar”. Como consultora la mujer recibe beneficios por cada producto que vende. “El rumor es que Jafra se vende prácticamente sola”. “No hay barreras. ¿Por qué no lograr ingresos de nivel ejecutivo? Todo parece fácil para trabajar en esta empresa, el ingreso es sencillo y no se requiere ninguna capacitación”. El trabajo de campo y la revisión teórica muestran la flaqueza de tales afirmaciones: las jornadas de trabajo se incrementan con el ingreso a Jafra, las

ganancias millonarias son para un reducido grupo de lideresas, quienes son la “carnada” para la obtención de nuevas distribuidoras mismas que redundan en ganancias para las mismas lideresas.

La empresa plantea las siguientes preguntas y respuestas: ¿Cómo ingresar como consultora de Jafra? *Mediante una consultora en tu localidad o llamando por teléfono.* ¿Existen montos mínimos de ventas? *Se puede vender tan poco como se desee, pero usted gana de acuerdo a lo que vende.* ¿Puedo trabajar medio tiempo? *Claro. Usted fija sus propios horarios, elige cuánto tiempo y por cuánto tiempo quiere trabajar y decide cuándo quiere una promoción.* ¿Cuánto tardaré en lograr un salario a nivel ejecutivo? *De nueva cuenta, usted decide que tan rápido avanza construyendo su negocio y a sí misma, con la ayuda de su propio equipo de ventas.* ¿Se requiere experiencia? *No, su contacto Jafra le enseñará lo que necesita saber.*

III.2.3.1 La historia

La empresa inició con sus fundadores, los que actuaban como consultores que invitaban a pequeños grupos de personas para probar los productos de limpieza facial y a recibir asesorías sobre su uso. Lo anterior permite afirmar que se trataba de un servicio personalizado, con el que se lograba un contacto directo con los compradores, a los que se les informaba sobre los productos y se respondía las dudas que pudieran surgir en torno a los productos.

Posteriormente se desarrollaron estrategias de administración que implicaron el lanzamiento de “premios para las vendedoras más exitosas”. Además, se siguió ofreciendo la oportunidad de comenzar su propio negocio a personas de diversos estados o distritos dentro de E.E.U.U. Para lograr dicho objetivo se utilizó a las distribuidoras independientes que ya formaban parte del equipo de la empresa, de este modo Jafra se consolidó como una organización multinivel.

En 1973, Jafra se integra al grupo Gillette internacional. En el consorcio intervenían empresas como Oral B, Braun y la misma Gillette. En 1979 comienza sus operaciones en México, Distrito Federal, creciendo aceleradamente hasta extenderse a todo el país.

En su desarrollo en México la empresa ha descubierto la necesidad de incorporar oficinas en el interior de la República Mexicana, a éstas se les denomina centros de servicio, los cuales funcionan como centros de distribución, apoyo a la entrega y facturación de los productos. Se trata de establecimientos que se encuentran integrados a la matriz del Distrito Federal.

Las distribuidoras independientes, conocidas como “líderes Jafra”, tienen grupos directos de vendedoras, los cuales se denominan “linajes”. A medida que una lideresa Jafra va ascendiendo de nivel las responsabilidades con sus grupos directos se incrementan notoriamente. De acuerdo con lo observado se puede afirmar que existen personas ubicadas en los puntos más altos de los linajes que desarrollan actividades empresariales, negocian con los premios y tienen establecimientos desde los que comanda a un amplio número de vendedoras.

III.2.3.2 La organización de los linajes

La estructura organizativa de Jafra Cosmetic’s en el nivel de las distribuidoras independientes es similar a una compleja red de relaciones sociales, donde se generan relaciones que toman el símil de las relaciones familiares, así la mujer que introduce a otra en la empresa se convierte en su madre, por lo que tienen abuelas, madres e hijas. Y las ventas de las hijas dan ganancias a las madres, abuelas y a las madres y abuelas de éstas²⁶.

26. La empresa que asume el papel de madre se convierte en un elemento que brinda sentidos y sostén para los individuos, para el trabajador se vuelve muy importante cumplir con las expectativas de la madre (Véase

A continuación se presentan las categorías existentes en la escala de las distribuidoras independientes. Estas categorías comprenden los pasos que se siguen desde que una persona comienza a colaborar con la empresa por medio del linaje, hasta llegar al último nivel. Para ascender en las categorías de la compañía es necesario alcanzar los límites de productividad y los patrocinios —integrar nuevas vendedoras— requeridos para cada nivel (Ibarra, 1999). El primer nivel, el que recibe una mujer al ingresar es el de consultora:

Consultora: Es una Distribuidora independiente que comercia los productos Jafra por medio de la asesoría personalizada a sus posibles clientes e imparte clases, es decir, la persona que fue invitada al programa por otra consultora o animadora y que vende en forma directa e independiente a sus clientes los productos Jafra.

La asesoría personalizada implica que las consultoras recomienden a las clientas los productos que les pueden servir de acuerdo a su tipo de piel y necesidades particulares. Aquí encontramos que toma importancia vital el manejo de la información ya que de otra manera existen riesgos de afectar a quien consume los productos.

Las clases son reuniones en las que alguna clienta convoca un grupo de amigas o vecinas y reciben una breve exposición sobre las virtudes de los productos Jafra. Para algunas vendedoras esta es la mejor forma de realizar ventas ya que concentran a varias compradoras en un mismo momento y lugar. Vale recordar el sistema de fiestas que ya se mencionó antes.

El nivel inmediato superior es la animadora quien es una mujer que ha formado un grupo, el cual se compone por 10 o más vendedoras. En los grupos pueden convivir mujeres de niveles

Aubert 1993). El compromiso parece incrementado porque en estos casos la madre—laboral— esta personificada por la lideresa.

distintos. Es decir que en un grupo puede haber una consultora, una animadora (quien tiene su grupo propio) y una lady (quien tiene varios grupos, como veremos adelante).

De acuerdo a lo observado, en algunos casos existe un nivel intermedio que es el de “preanimadora” son las mujeres que han iniciado la conformación de sus grupos y que aun no logran los diez patrocinios. Los patrocinios son las personas invitadas y que ingresan como consultoras. Existen patrocinios directos e indirectos. Los directos son las personas invitadas personalmente por la lideresa los patrocinios indirectos son cuando alguno de los patrocinios directos invita a otra persona y la ingresa como consultora. Una definición que encontramos de grupo es “un conjunto de consultoras que invita para lograr llegar a ser animadora”. Para mayor claridad se presenta el gráfico 4.

Los grupos pueden ser **directos**, es decir, cuando una consultora califica como animadora (forma su grupo) y se desprende del original lo que se convierte en el segundo nivel del linaje de la líder. Existen hasta 5 niveles. Los grupos indirectos son cuando una consultora de la animadora o lady se separa y forma un grupo, con esto se conforma el tercer nivel del linaje. Al separarse alguna consultora de este grupo se conformará el cuarto nivel y, posteriormente el quinto.

Animadora: Para pasar de consultora a Animadora se debe formar un grupo de consultoras activo (10 vendedoras). Las ventajas de este nivel son que se recibe el 10% de las ventas del grupo que formó. Para recibir el porcentaje mencionado se requiere que la animadora tenga por lo menos un pedido facturado en el mes, así como que sus vendedoras cubran seis módulos en el mes (aproximadamente 7,200.00), se incluye las ventas de la animadora, pero

sólo hasta dos módulos. Es decir que las integrantes del grupo deben hacer pedidos de por lo menos 4 módulos.

Animadora “A”: Es la animadora que logra motivar a una de sus patrocinadas para que forme un grupo, con lo que se puede observar un esquema anexo número dos. Esto significa que la animadora A tiene su grupo de consultoras activo y un grupo directo calificado. Los porcentajes que las animadoras “A” reciben son 12% de las ventas del grupo de primer nivel, 3% del grupo de segundo nivel y 1% del grupo de tercer nivel. Para recibir sus porcentajes la líder debe realizar por lo menos un pedido mensual y su grupo de consultoras debe tener 6 módulos en el mes. Si consideramos que la misma condición se aplica al grupo directo calificado estamos hablando de 12 módulos en el mes.

Animadora “AA”: Para ser animadora AA se deberá contar con un grupo de consultoras y dos grupos directos calificados. En este nivel se recibe el 13% de las ventas del grupo de consultoras y el 3% de los grupos directos calificados y el 1% de los grupos de tercer nivel. Para mayor claridad se presenta un esquema anexo.

Gráfico 1 Linaje Jafra

Lady Master Junior: Este nivel cuenta con un grupo de consultoras, y entre tres y cuatro grupos directos calificados. Se recibe el 13% de las ventas del grupo de consultoras, el 4% de las ventas del segundo nivel, es decir, los 3 o 4 grupos directos calificados. El 1% del tercer nivel, el 1% del 4 nivel y el 1% del 5 nivel. Para recibir sus porcentajes debe tener un pedido por semestre y su grupo debe tener por lo menos 10 módulos por mes.

Lady Master Senior: Tiene su grupo activo de consultoras y entre cinco y siete grupos directos calificados. Este nivel recibe 15% de su grupo de consultoras 5% de sus grupos directos calificados, de los grupos de 3er nivel recibe el 2%. Para recibir el porcentaje requiere un pedido facturado en el bimestre y que su grupo pida por lo menos 10 módulos en el mes.

Lady Star Master: Debe tener un grupo de consultoras activo, y entre ocho y diez grupos directos calificados. Los porcentajes que reciben son como sigue: 15% sobre el volumen de ventas de su grupo de consultoras, 6% de los grupos directos calificados, del 3er nivel o grupos indirectos reciben 2%. Para recibir el porcentaje se le requiere por lo menos un pedido facturado en el trimestre, y que su grupo directo tenga un pedido de por lo menos 10 módulos en el mes.

Lady Master Plus: Esta categoría es un nuevo nivel, se incorpora en enero de 1999. Tiene las mismas expectativas que el anterior, la forma de trabajo se asocia a un término de administración de negocios, esto es, conducirlo por un proceso administrativo que involucre los elementos de planeación, organización, integración, dirección y control, para no sólo un manejo del linaje sino para mantenerlo acorde de las necesidades del mismo. Se requiere un grupo de consultoras y entre once y catorce grupos directos calificados. Del grupo de consultoras recibe 16%, de los grupos directos calificados recibe 6%, del tercer nivel o grupos indirectos calificados recibe el 2% Y por cada lady en el segundo nivel se le reconoce un nivel adicional y por cada nivel adicional a partir del 4to recibe 1%. Para recibir su porcentaje se requiere un pedido facturado en el trimestre y que el grupo de consultoras tenga por lo menos 10 módulos en el mes.

Lady Grand Master: Considerando el nivel más alto de las distribuidoras independientes que maneja la compañía, conformado por quince grupos directos además del grupo de consultoras. Del grupo de consultoras recibe el 17%, del segundo nivel recibe el 6% de los grupos calificados con animadoras, animadoras A y AA; y 7% de los grupos calificados con ladies. Del 3er nivel o grupos indirectos recibe el 2%. Por cada lady en el segundo nivel se reconoce un nivel adicional a partir del 4to y por cada uno de esos recibe 1%.

Consideramos que es factor fundamental analizar la forma en que se realiza y ejerce el control. Ya que, según lo observado, son las mismas vendedoras las que lo ejercen, esto provoca la aparición de relaciones más complejas que la relación puramente laboral. Se da lugar al desarrollo de estilos personales de control en los diversos linajes, los cuales conllevan riesgos al estar poco claros. El control resulta fundamental ya que dependiendo de la forma en que la capa superior motive a la inferior y la haga vender, serán mayores las ganancias para toda la cadena.

Otra obligación de las lideresas es el Servicio Pos Venta, mismo que implica, que las vendedoras de los niveles más altos están obligadas a realizar visitas o llamadas periódicas a las clientas y a las distribuidoras de los niveles bajos con el fin de tener una agenda actualizada y comentar las novedades de Jafra. Esto, además, permite que se incremente la comunicación con la gente del mismo “linaje”. En este sentido las responsabilidades de quien patrocina a una distribuidora independiente son:

- Transmitir a los nuevos negocios los conocimientos necesarios para realizar correctamente las actividades dentro y fuera del grupo de trabajo.

- Ayudar a resolver las dudas.
- Animar a la gente a seguir cuando por algún motivo pierda interés.
- Motivar al grupo a que crezca igual que la animadora.
- Motivar para que asistan a las juntas de área.

La información que se brinda implica estrategias de ventas, programas promocionales y técnicas de patrocinio, fluye a través de los puntos más altos del linaje. Lo cual habla de que existen políticas de la empresa adecuadamente diseñadas y que permiten que el trabajo se realice siempre bajo criterios semejantes. Esta empresa sin tener "empleados" logra desarrollar una fuerza de ventas, equipos de trabajo, un grupo gerencial, supervisoras, formas de comunicación fluidas. Además, logra abaratar costos y hacer que las operaciones sean eficientes.

De esta manera se logra que todas las vendedoras estén enteradas y reciban la misma información, para lo cual se diseña papelería especial mediante la cual se motiva y crea identidad con la empresa. El adecuado flujo de información se logra mediante los siguientes tipos de eventos:

- Convivencia Anual: Es un evento de carácter recreativo y se lleva a cabo durante tres días en el interior de la República Mexicana o alguna ciudad del extranjero.
- Foros Regionales: Difusión de la oportunidad Jafra con información, motivación y presencia de la compañía, evento especial para prospectos.

- Seminarios Regionales: Apoyar al desarrollo profesional dentro del programa.
- Cenas Bailes de Premiación: Reconocimiento a la actividad exitosa.
- Seminario de Liderazgo: Es un evento anual de formación, al cual asisten conferencistas que tratan temas importantes para el crecimiento de la mujer Jafra* como líder.

La asistencia a los eventos antes mencionados depende del cumplimiento de diversas condiciones que impone la misma empresa. Es importante que se tenga en cuenta la existencia de estos eventos al momento de analizar las implicaciones de los encuentros en los sistemas de ventas multinivel. Ya que como veremos más adelante se trata de los momentos en los que las vendedoras de los niveles más bajos se encuentran con las que pertenecen a los niveles altos y reciben el estímulo de ver lo prometedor que es el trabajo de distribuidoras independientes y se construye imágenes ideales de su actividad.

III.2.3.3 El ciclo Jafra

Algo que la empresa explota adecuadamente es la relación que se genera entre las mujeres aprovechando que “la mujer Jafra tiene la creatividad y la oportunidad de escuchar y comprender a las personas ayudándolas a alcanzar sus metas”. Esta forma de relación permite que la venta se realice en un espacio de confianza mutua, pues la empresa le ofrece a la vendedora la oportunidad de crear su propio negocio, además de brindarle elementos de identificación con la empresa. El sistema que utiliza Jafra Cosmetic’s es el de ventas multinivel y específicamente se le conoce como Stairstep-Breakway System (SBS), que en español

significa sistema de ventas escalonado con independencia. El SBS funciona de la siguiente manera:

1. La distribuidora independiente adquiere su paquete de inicio, por lo que tiene derecho de adquirir productos a precio de mayoreo para su uso personal o venta, recibiendo así 50% de utilidad. Actualmente el precio de este paquete es de \$340.00.
2. La cantidad de utilidad va de acuerdo con el volumen de venta; cuanto más vende la distribuidora independiente, más gana. No sólo por obtener mas utilidad, sino porque los porcentajes aumentan.
3. La distribuidora tiene la posibilidad de reclutar a otras personas; así, al invitarlas a participar en dicho negocio, se convierten en la primera línea del nivel de la red.
4. Una vez que la distribuidora llega a niveles determinados por la empresa, comenzará a percibir porcentajes variables según la venta que ejerzan las personas que se encuentren en su grupo. Actualmente este nivel corresponde a la etapa en que se tienen 5 invitadas.
5. Conforme la distribuidora “independizada” desarrolla una labor más efectiva de liderazgo, asesorando y motivando a su gente a duplicar o mejorar su éxito, ésta obtendrá una mayor productividad, ya que sus ganancias dependerán de las ventas propias y de las que realicen las personas invitadas por ellas.

Para el desarrollo de las actividades en esta empresa Jafra Cosmetic's otorga crédito a sus vendedoras, el monto del mismo depende del lugar que ocupen como vendedoras. El tipo de crédito se mide mediante módulos.

Es fundamental la existencia del crédito para el desarrollo de las actividades, por lo que la empresa ha establecido ciertos lineamientos conocidos como ciclo del negocio (se anexa un esquema), el que da cuenta de la forma en que funciona el intercambio. a) Se ofrece un crédito para la compra del producto. b) Este producto se vende y entrega al cliente. c) Se efectúa el cobro del producto. d) Se paga oportunamente (antes de 30 días, fecha factura) a Jafra el precio del mismo. e) Se conserva la parte que constituye la utilidad. f) Esta utilidad puede reinvertirse en la compra de nuevos productos, haciendo crecer el negocio y obteniendo una mayor productividad.

Este ciclo nos parece uno de los factores que más fuertemente puede dar cuenta de los riesgos que corre la vendedora y la incertidumbre en la que se puede vivir al realizar este trabajo. Ya que no se sabe cómo se comportará el mercado, se corre el riesgo de que los pedidos no se vendan o de no poder cobrarlos.

Si bien, se trata de un trabajo lleno de incertidumbre y sin ninguna garantía para la gran mayoría de las mujeres, particularmente para aquellas que se encuentran en los niveles más bajos de los linajes. También es cierto que la seguridad aumenta conforme se pertenece a niveles más altos pero estas ventajas sólo las obtienen una minoría de las vendedoras.

En esta perspectiva es útil pensar en el papel que cumple el control que ejercen los niveles altos sobre los bajos, ya que de este control y la motivación que logren inyectar dependerán directamente los ingresos que se reciban. Así que, a primera vista, parecería que el dinero recibido por los niveles altos tiene su origen en el trabajo y consumo de los niveles bajos; por lo cual se trata de un sistema que lo primero que promueve es el consumo de los niveles bajos; pues sólo las mujeres que usan los productos los pueden recomendar, de hecho el paso

“natural” es usarlos, para posteriormente recomendarlos. Lo que incrementa el consumo de las vendedoras a cifras que, como veremos adelante, requieren, interpretaciones específicas.

La función que cumplen las reuniones va mucho más allá de la transmisión de la información; forma parte de una estrategia que pretende vender una imagen de éxito. Esto explica lo costoso de los premios. Consideramos que ver llegar a una reunión a una mujer de los altos niveles en el famoso Cadillac rosa de Mary Kay será la mejor forma de animar y motivar a las vendedoras a trabajar arduamente por logra altos niveles de ventas.

Gráfico 2 Esquema Jafrá

Conclusiones

Conocer la historia y el funcionamiento de las empresas dedicadas a las ventas directas de cosméticos nos ha acercado a nuestro campo de investigación. Hemos descubierto con ello que tras estas empresas existe un concepto de la mujer, que la constriñe a ser un ama de casa. Acorde con lo anterior el objetivo de dichas empresas es ofrecer a la mujer alternativas para que trabaje mientras realiza actividades como el cuidado de los hijos, los quehaceres domésticos u otros trabajos remunerados.

Se construye, por una parte, un mercado cautivo para sus productos, conformado en principio por las propias distribuidoras quienes tienen que cumplir cuotas de compra, además de conocer los productos para poder recomendarlos. Dicha estrategia implica la generación de un mercado donde las primeras consumidoras son las propias vendedoras y que el beneficio secundario es el desarrollo de un eficiente equipo de ventas, el cual representa costos mínimos para la empresa ya que resulta ser autofinanciable. Por otra parte, un mercado de trabajo que

abarca segmentos de población que de otra forma no tendría acceso al mundo laboral, de acuerdo a aspectos tales como su disposición de tiempo, sus niveles de capacitación y posibilidades de compromiso con las políticas de una empresa típica.

De tal forma que se aprovecha un segmento de la población que por su condición social, de edad, la presencia de hijos, la ausencia de calificación para el trabajo y las determinantes de género no tiene acceso a otras oportunidades de trabajo. Se le ofrece uno de fácil acceso y que representa costos sociales mínimos ya que permite que la mujer siga realizando las labores de ama de casa u otros trabajos remunerados.

Creemos que existe un discurso que pretende proteger y preservar a la familia pensando en estructuras tradicionales; por lo que se pierde de vista que existen diversos tipos de familias. Se debe considerar, por ejemplo, los hogares de jefatura femenina o con diversas conformaciones, producto de variados acuerdos sociales.

Las perspectiva analítica que hemos asumido se traduce en la concepción de la mujer más allá de su función de madre de familia, esposa y ama de casa. Sin que esto niegue que muchas de ellas se encuentran en esta situación y que el trabajo de las ventas de cosméticos puede representar la única alternativa para sobrevivir. Es posible, además, que para muchas de ellas termine por convertirse en una posibilidad para sostener a su familia y lo puedan hacer en condiciones mejores que las que representarían otro tipo de trabajo. Sin embargo, la observación de este campo nos muestra dos afluentes de un problema: aquí confluyen la precariedad y la segregación genérica.

Lo observado en estas empresas da cuenta de un tipo de trabajo que nació flexible y cuyo origen data de mucho antes de los procesos de reestructuración. Es un trabajo flexible en cuanto a jornada, ingresos y funciones. Es, también, precario por definición, ya que el riesgo, la inestabilidad y la carencia de prestaciones están presentes en todas las actividades de las distribuidoras independientes, y de manera exacerbada en las que pertenecen a los niveles más bajos.

Este es un trabajo que está fuera de toda regulación, al grado de que ni siquiera se considera un trabajo. La actividad que realizan las distribuidoras no es trabajo —desde el punto de vista de la empresa— lo que redundaría en que la organización no asume ningún compromiso con ellas, y es a éstas a quienes le corresponde cargar con los costos que se derivan de dicha actividad.

Estamos ante un trabajo que se creó para que las mujeres lo realicen mientras se dedican a otras actividades, condición por la que hemos afirmado que se trata de un espacio donde se mezcla el trabajo con otros espacios de la vida. Las mujeres de Jafra Cosmetic's venden mientras realizan muchas otras labores. Ésa parece ser su gran ventaja y, al mismo tiempo, su gran desventaja. Dos caras de una figura que a la vez se fragmenta en múltiples facetas.

Capítulo IV Entre la mujer doméstica y la laboral

Introducción

En este capítulo presentamos las reflexiones derivadas del análisis de las diversas formas que asume la relación que establecen las mujeres con el trabajo y la forma en la que articulan este con diversos espacios de la vida. Para la mejor interpretación de este campo de la realidad hemos optado por el recurso analítico de diseñar una tipología dicotómica, misma que funciona como una herramienta explicativa y analítica que permite guiar la mirada. Es decir, que no pretendemos que esta clasificación sea un reflejo de la realidad, sino una herramienta que nos permita explicar la diversidad de conformaciones que encontramos en nuestro objeto de estudio.

La tipología que proponemos tiene como contenido fundamental dos extremos construidos en torno a las respuestas recolectadas en el trabajo de campo: la mujer laboral y la mujer doméstica. Éstas son clasificaciones generales que acentúan características y, por lo tanto, podremos encontrar una infinidad de posiciones intermedias, tantas como casos particulares cada uno revestido de múltiples determinaciones.

De acuerdo a lo observado y en conjunción con el aparato teórico desarrollado, consideramos que existen dos formas primordiales en las que las mujeres se relacionan con el trabajo. Las

cuales están determinadas por múltiples factores, tal como se ha expresado a lo largo de este documento²⁷.

Finalmente, consideramos que la utilidad de esta clasificación no es meramente ilustrativa, es primordialmente explicativa en tanto permite detectar las diversas manifestaciones de la relación del TD y el TED, así como los aspectos y manifestaciones de la precariedad laboral en diversas configuraciones laborales con sus diversos sentidos y efectos.

La clasificación que presentamos en seguida implica la revisión de cual es el espacio central de la vida de las mujeres, este espacio central orienta su relación con el resto de la vida. Así para quienes la vida doméstica es primordial hemos abierto la clasificación de la mujer doméstica; mientras que para quienes el centro ordenador de la vida es el trabajo remunerado consideramos la clasificación de la mujer laboral.

IV. 1 La mujer laboral

Es pertinente iniciar esta exposición reconociendo que la conformación de este grupo responde a una forma de trabajo que implicó recursos metodológicos que permitieran el encuentro con lo inesperado. De tal forma que nos remite a la necesidad, que surgió, de explicar la presencia de mujeres que no respondían al modelo que inicialmente esperábamos encontrar como vendedoras de estos productos.

27. Es pertinente aclarar que no se pretende simplificar el complejo campo de la realidad que abordamos, muy al contrario se busca captar su riqueza y aportar reflexiones al conocimiento de las especificidades que se presentan en este tipo de trabajo. Dichas diferencias nos muestran que el problema analizado se encuentra en el marco de procesos de mayor amplitud que afectan a sectores más amplios de la sociedad. Baste decir, por ejemplo, que la precarización del trabajo y la transposición de los límites de lo laboral son modificaciones que afectan —en grados distintos— a hombres y mujeres, a trabajadores calificados y no.

Existen mujeres que independientemente de su nivel en Jafra desarrollan carreras profesionales en diversos campos laborales, son personas que han alcanzado altos niveles educativos. Ellas son la muestra más clara del cambio del papel de la mujer en el mundo moderno, pues su actuar responde a procesos de mayor equidad tanto en el campo laboral como en el doméstico y en otros muchos que exceden los límites de este documento.

Las mujeres que se agrupan en este segmento tienen carreras distintas a las otras mujeres —en términos generales presentan ascensos más rápidos—, pues se encuentran en la posibilidad de manejar estrategias más complejas así como de movilizar mayores recursos sociales y económicos. Ambos aspectos fundamentales para el desarrollo de las actividades en Jafra. De mismo modo su relación con el TD es distinta ya que sus recursos económicos y sociales les permiten incluso no realizar trabajo doméstico, aunque algunas lo realizan.

La condición de la mujer en el mundo ha cambiado más que la de otros grupos, y sus cambios han generado la transformación de la sociedad. Los ejemplos que nos permiten afirmar lo anterior son variados y se inspiran en la reflexión teórica de autores como Giddens quien afirma que la condición de la mujer es una de las que más ha cambiado en los últimos tiempos, lo que ha llevado a que el mundo se haga más fluido. El autor indica que aun en los países más tradicionales la posición de la mujer se hace más democrática (Giddens, 2000). Desde un país como México y, en particular, situados en la ciudad de Morelia nos podemos preguntar por la transformación que ha sufrido la condición de la mujer. La respuesta es que la transformación tiene sus ritmos y sentidos propios que se nutren de la historia local y de los múltiples factores que en ella confluyen.

En términos generales los cambios que hemos mencionado se explican en función de las tendencias a que las condiciones de las mujeres mejoren cuando éstas logran un mayor nivel educativo (Lipovetsky, 1999). Aspecto que se conjuga con el control de la natalidad y las transformaciones que ha sufrido la familia en cuanto al tamaño y al trabajo que ha dejado de ser doméstico para convertirse en parte del mercado —por ejemplo el cuidado de los hijos en las guarderías—.

En términos generales este modelo de mujer expresa un proceso de autodeterminación en el que la mujer asume la posibilidad de definirse a así misma. Es decir, los proyectos personales de vida no se construyen en función de servir a al hombre encarnado en el padre o el esposo, como sucede en el modelo de la mujer doméstica. Es, este cambio, el reconocimiento y la construcción de la mujer como un sujeto en el sentido de que tiene la capacidad de planear su destino, por lo menos, en semejanza al hombre.

De tal forma que ya no se trata de elegir entre el convento o el matrimonio para poder salir de la casa paterna, ni del inevitable destino de procrear como realización de la feminidad; tienen, en cambio, la posibilidad de elegir alternativas entre una gama más amplia de posibilidades. Todo esto se vincula con las nuevas condiciones económicas que han obligado a las mujeres ha integrarse de manera preponderante al mercado de trabajo.

Ahora la vida de las mujeres se encuentra indeterminada y, por lo tanto, implica un proceso de elección en el que la gama de posibilidades vitales se ha incrementado. Afirmamos lo anterior sin caer en los ingenuos extremos voluntaristas. Cabe aclarar que no estamos desconociendo que existen condiciones de segregación que se mantienen; sin embargo, ésta es una condición

diferenciada que no afecta por igual a las mujeres —y a los hombres— de las distintas clases sociales y niveles educativos.

Más allá del modelo que dictaba y predisponía que el lugar de la mujer era la casa. Se da un proceso de incorporación y permanencia en el mercado de trabajo. Lo que se traduce en una vida laboral de mayor duración —sin intermitencias— y en condiciones de mayor equidad.

Frau Llinares menciona tres elementos que favorecen los cambios en el modelo de mujer: Primero, el incremento de la inversión en capital humano posibilita mayor competitividad laboral. Segundo, el cambio en la estructura familiar, particularmente la reducción del número de hijos; conjugado con la generalización de aparatos que reducen el tiempo que requiere el trabajo doméstico. Tercero, se trasladan actividades de la reproducción al mercado, lo que abre campos de trabajo para las mismas mujeres. Por ejemplo la aparición e incremento de las guarderías. Y podríamos añadir que producto de las luchas políticas —particularmente feministas— se construyen estructuras con mayor equidad (Frau Llinares, 1998).

Los datos demuestran que las mujeres cada día tienen periodos más amplios en el trabajo. Lo que implica que se reduce la salida vinculada a hechos demográficos —vinculados a los ciclos reproductivos— como el matrimonio o el nacimiento de los hijos o éstas se hacen más breves. A lo que se añade el incremento de los niveles educativos en una tendencia que permite equipararlas con los hombres. Sin embargo lo que se ha podido observar es que existe un uso del tiempo más intensivo y no necesariamente a una liberación. Jornadas más extensas y ritmos de trabajo más intensos.

De acuerdo con Duran las promesas del renacimiento nunca se habían cumplido hasta ahora, particularmente aquellas relacionadas con el control de su cuerpo. Si bien es cierto el trabajo de campo permitió encontrar mujeres que dan muestras del progreso que resulta de la libertad, la equidad, así como del alcanzar puestos altos en las empresas; el tema de nuestra reflexión nos lleva a captar como la precarización del trabajo está presente aun en los grupos privilegiados. Ciertamente esta presencia es distinta a la que observamos en los segmentos que tienen modelos de la feminidad más tradicionales.

IV.2 La mujer doméstica

“ocupación obligada de todas las mujeres *incluidas las reinas*, la cocina, la calceta y la administración de los cuidados médicos”

Si bien existen tendencias a que el papel de la mujer se transforme y tienda a la equidad. Que de esta manera ocupen puestos de trabajo semejantes a los hombres y que en términos generales la segregación se reduzca. Esto no sucede en todos los niveles y condiciones: existen mujeres que de acuerdo a su condición cultural, económica y social mantienen papeles y roles tradicionales. Si bien aun en estos segmentos existen transformaciones éstas no son en el mismo grado y sentido que los del grupo definido como la mujer laboral.

El tiempo en este momento se convierte en algo fundamental la realización de las labores domésticas y su vinculación con las ventas de Jafra. Frau Llinares explica que la feminidad está vinculada con un concepto social de mujer. En este caso nos interesa la faceta de la mujer doméstica, misma que es construida por requerimientos legales y culturales, los cuales abordamos a continuación:

La feminidad es un concepto que se construye socialmente, idea que resulta congruente con el habitus de Bourdieu. En tal sentido, si hasta ahora hemos aceptado que el trabajo constituye a la humanidad. Se deriva que la forma en la que trabajamos determina las formas que asume la sociedad y cada ser humano en particular. La pregunta que resulta obligada es que tipo de ser humano se produce o se han producido cuando se trata de seres que dedican su tiempo al

trabajo doméstico y al cuidado de los otros. Cuando se mantienen en una condición de perpetua dependencia económica y su espacio de acción se constriñe al interior del hogar. La pregunta cobra renovados bríos cuando se considera que el trabajo doméstico es, también, una forma de ubicarse en la historia y en los ciclos vitales. Y, por lo tanto, determina la construcción de sentidos sociales y de marcos para la acción; formas de ver y de interpretar el mundo que devienen en pautas acción.

Las labores del hogar y del cuidado de la prole se constituyen en los elementos articuladores de la vida de estas mujeres. El tiempo tiene, por lo tanto, otras dimensiones, de acuerdo a lo que afirma Duran: un factor que rompe las estructuras temporales es la llegada de los hijos ya que se transforman los tiempos y espacios cotidianos, pero los efectos de esto son mucho más fuertes y duraderos para las mujeres que para los hombres, lo que permite generar una explicación del porque la mujer es constituida por otros ritmos temporales, además de que las exigencias de la temporalidad laboral influye en esta concepción.

La organización del tiempo determina, en buena medida, la vida de las personas. Esto nos lleva a meditar en una de las categorías fundamentales para nuestro análisis: el tiempo. En este sentido encontramos que la organización del tiempo, su división, periodizaciones, los ritmos que se imponen están determinados por el lugar que se tiene en las diversas estructuras sociales y económicas —por mencionar sólo las más importantes—. Creemos que aunque existen menciones a la estructura económica, los elementos que entran en juego son producto de un recorte analítico relativo a la vida de los sujetos y éstos entran en conjunción con las dimensiones subjetivas de construcción de sentidos. Cada grupo organiza y entiende el tiempo de manera distinta, los jóvenes y los viejos, los habitantes de las grandes ciudades y quienes

viven en el campo. Son ritmos y sentidos marcados por el propio ambiente, las condiciones de vida, por las actividades a realizar y por la propia subjetividad (Tuirán, 1999).

Duran realiza una caracterización del trabajo femenino que resulta útil para nuestros propósitos analíticos. La autora refiere que la mayor parte de las mujeres no venden su fuerza de trabajo, sino que la adscriben en pequeñas unidades de producción familiar. “No producen para grandes series industriales, sino en pequeñas series acomodadas al tamaño de sus reducidos hogares y mediante técnicas artesanales” (Durán, 1986). Lo que deriva en un trabajo que se realiza sin sindicatos que realicen labores de protección, y que se mezcla con la vida personal y afectiva, al tiempo que incluye las lealtades y los afectos. Hasta aquí parece que esta descripción del trabajo de las mujeres ajusta a la perfección con lo que hemos referido del trabajo en las ventas de cosméticos. Es, consideramos, una de las riquezas de nuestra propuesta la posibilidad de observar de manera específica esta condición laboral en el marco de procesos de modificación del trabajo de corte social.

Finalmente estamos ante las dos vertientes del TD: la reproducción de la especie y, por otro lado, la reproducción cotidiana. Es decir que sin el trabajo de cuidado de la prole y las labores de alimentación y cuidado que realizan las mujeres la humanidad —como la conocemos hoy en día— sucumbiría. Al decir de Carrasco (1991) el trabajo doméstico se parece al esclavo ya que sostiene un sistema y no es remunerado. Se plantea, entonces, la pregunta (en tono retórico) ¿qué pasaría si el trabajo doméstico fuera remunerado?

Se introduce aquí un tema fundamental, el relativo al concepto de mujer y su relación con los distintos determinantes sociales. La mujer doméstica, como concepto tipológico, tiene hondas raíces en la historia de la humanidad. Podemos encontrar un referente central en los textos de

Fray Luis de León. Dicho autor critica las mujeres que sólo paren hijos de vez en cuando y en la misma línea Juan Luis Vives pone de ejemplo a la dama que nunca excitó a su marido.

Los conceptos tipológicos que hemos construido están vinculados a las distintas clases sociales, el origen geográfico y la generación. Resulta, sin embargo, fundamental entender la complejidad que encontramos en la mujer que vende cosméticos. La necesidad de presentar clasificaciones sobre la relación mujer—trabajo obliga a estar atentos con relación a los notables cambios en la posición ante el mundo de las mujeres, mismos que son parte de procesos de constitución de la humanidad. Estos cambios, por fuerza, tienen diversas manifestaciones para cada caso particular.

En la época del franquismo en España (Frau Llinares, 1998), la mujer ideal era la madre dedicada al hogar, se buscaba ante todo evitar que la mujer saliera a trabajar, es un periodo en el que la mujer sale de la casa paterna para el matrimonio o el convento. El matrimonio implica que la mujer queda sometida a la autoridad del marido, reduciendo su capacidad de persona adulta al tener que pedir permiso para realizar cualquier actividad. Desde esta perspectiva encontramos que la relación entre el Estado y el tipo de familia determina el modelo de mujer que se vuelve socialmente deseable. Ejemplo ilustrativo de lo anterior es la educación que se separa por sexos, para las mujeres será más importante aprender a coser que las matemáticas. El trabajo de las mujeres, cuando el salario del hombre no es suficiente debería ser principalmente dentro del hogar; realizarlo fuera implica el descuido de la labor fundamental el cuidado del hogar, los hijos y el esposo. En este sentido la ley indicaba que las mujeres al contraer matrimonio deberían dejar el trabajo remunerado, era una ley que cumplía la “importante” función de mantener a la mujer en casa.

Desde las corrientes del capital humano encontramos explicaciones en torno a las razones por las que se invierte menos en la educación de las mujeres, también existen explicaciones de carácter ideológico que en ocasiones sobreviven más allá que sus propias bases culturales. Duran anota que existen discursos que fundamentan la inferioridad de la mujer; ya que la mujer era más vulnerable que el hombre tanto física como moralmente, se le debía dedicar al estudio de la Biblia y de los poetas cristianos. Además el papel del silencio como factor fundamental para la buena educación de las mujeres. Concluimos con una idea que nos parece fundamental en la construcción de lo que analizamos “ocupación obligada de todas las mujeres *incluidas las reinas*, la cocina, la calceta y la administración de los cuidados médicos”.

A decir de Duran el texto la *Perfecta Casada* es un documento que explica el destino de más de la mitad de la población del mundo. Resulta interesante transcribir algunos de los rasgos fundamentales la interpretación económico—religiosa de la sociedad española del siglo XVI a fin de meditar sobre su vigencia.

“Las unidades económicas fundamentales son las familias o casas. La mujer y el buey son los fundamentos económicos de las “casas”. La gestión empresarial y la solución de los conflictos intrafamiliares en la casa corresponde a la casada. El conflicto latente es permanente e inevitable. La división del trabajo entre los sexos ha sido dispuesta por el Espíritu Santo, la naturaleza y la razón. La funcionalidad productiva y creativa de la mujer es la causa de su creación por Dios El estado de casada equivale a un oficio. La casada tiene obligación moral grave de dedicarse a él y no puede delegarlo. La restricción del consumo personal es moralmente obligatoria, especialmente en el vestido, la alimentación y el descanso de la casada. También es moralmente obligatoria la aplicación a la producción directa e indirecta. Negación del esfuerzo económico de la mujer. Su trabajo debe realizarse sin parecer que se hace.

Legitimidad de la participación formal de la casada en la titularidad (propiedad) de los productos de su trabajo, pero no a su disposición para su propio beneficio”.

La transcripción de estos puntos lleva a reconocer que algunos de ellos siguen vigentes en el discurso de las entrevistadas, lo que nos permite afirmar que se trata de un modelo aun presente en la realidad mexicana y que le da sentido al trabajo de ventas por catálogo. Destaca, además, que se trata de un discurso tan diluido y cubierto por las razones del amor y el afecto; que parece imposible desentrañarlo y, mucho menos, modificarlo. Aunque finalmente los cambios observados nos remite a decir: si embargo se mueve. Hemos tratado la información obtenida en una actitud analítica que asume a la mujer como un producto social.

Finalmente, a pesar de que la *perfecta casada* fue escrita en el siglo XVI, se considera una obra renacentista en la que se tomo la casa como unidad básica del proceso productivo, pero además las que propone resultan ser disposiciones divinas. En este sentido Dios, la naturaleza y la razón aparecen como instancias que legitiman la posición —de sometimiento— de la mujer. Hasta donde se puede ver los rasgos del documento tienen características de forma y fondo del renacimiento, lo cual implica los pocos beneficios que esa época brindo a las mujeres. “Para muchas mujeres, el acceso a la razón culta, la construcción de un mundo a su medida, la posibilidad de interpretarse así mismas sin obediencias ajenas y todas las conquistas que el renacimiento simboliza para los hombres y que nunca existieron para las mujeres, solo ahora comienzan a ser posibles” (Duran, 1986: 30).

Conclusiones generales

La investigación que realizamos sobre el trabajo de las vendedoras de cosméticos nos ha permitido reflexionar sobre los múltiples aspectos que se encuentran relacionados con este tipo de trabajo y que actúan como factores constituyentes de la vida en su conjunto.

El punto de partida fue reconocer y analizar los vínculos que se establecen entre el trabajo doméstico y el extradoméstico. La relación que observamos se caracteriza por espacios de confusión que hacen muy difícil reconocer los límites entre dichas actividades. Las jornadas — por la propia naturaleza del trabajo— no presentan límites precisos, así como el uso de los espacios y de los recursos.

La necesidad de explicar esta condición nos llevó a revisar los debates en torno al trabajo—no trabajo, los cuales resultaron limitados para dar cuenta del tema que nos propinamos. Posteriormente abordamos la reflexión desde los vínculos entre TD y TED. De esto se derivaron los primeros planteamientos de nuestra investigación; a lo que se añadió, producto de la investigación de campo, la necesidad de integrar los vínculos que las mujeres podrían establecer con otros trabajos remunerados.

En la historia es posible reconocer distintas formas en las que se articula el trabajo femenino con sus componentes de trabajo doméstico y extradoméstico. De modo tal, que encontraremos que existen momentos y condiciones en los que la distinción entre estos espacios resulta muy clara y otros en los que ha resultado inexistente. En este sentido a pesar de que el capitalismo se plantea un sistema cuya racionalidad se traduce en la separación de las

esferas de la vida, en este tipo de actividades la separación es relativa y la confusión es una constante en casi todos los casos.

La forma en la que se articulan ambos espacios de la vida (TD-TED) se encuentra vinculada con aspectos como la valoración de las distintas actividades y las formas en las que se distribuye el poder entre los sexos. Con ello se requiere una concepción activa de las sujetas en análisis. Pues son estas mujeres quienes establecen la relación entre los diversos espacios de su vida y generan, de acuerdo a los determinantes que las afectan, las configuraciones que estudiamos; mediante la experiencia de las limitaciones y posibilidades que brinda el mundo en el que se desarrollan y el espacio de lo posible que se han construido socialmente.

Todo lo anterior dio pauta para abordar los aspectos relacionados con el proceso de precarización del mundo laboral. Una mirada a la literatura especializada permite asumir que la precariedad se encuentra hoy en las más diversas ocupaciones y en buena parte de los niveles de la escala social. A pesar de ello la precariedad no afecta a todos los seres humanos en la misma forma. Situación que deriva en una serie de factores que constituyen elementos diferenciadores entre los cuales nos interesa destacar, de acuerdo a nuestro tema de investigación, el género.

Con las empresas multinivel analizamos una forma de organización del trabajo que, para su comprensión, exigió una ardua investigación. Si bien este tipo de empresas son comunes en la cotidianidad, representan características que las prefiguran como un objeto de estudio muy complejo. Son organizaciones que rompen con el modelo tradicional de empresa y de trabajo; es decir aquellas donde se labora en un espacio determinado, con una jornada y salario definidos de manera específica. Las empresas de ventas multinivel han desarrollado formas de

organización del trabajo, con un alto grado de flexibilidad en diversos sentidos y que se ajustan a la perfección a las necesidades que determinan algunos perfiles laborales de las mujeres.

Las empresas multinivel representan una estructura de mercadeo, basada en una fuerza de trabajo que se encuentra en un estatus laboral de distribuidoras independientes, lo que remite al hecho de que no los ampara algún tipo de relación laboral. Es decir, formalmente no son empleadas de la empresa aunque tienen compromisos con ella. Sin embargo de acuerdo a las formas de jornada, a la dedicación exclusiva y a los compromisos que las vendedoras establecen, nosotros lo consideramos como una forma de trabajo.

Dicha actividad no puede ser analizada al margen de la estructura organizativa de este tipo de firmas, ya que en ellas encuentra sentido. Las empresas se conforman por una red social que asume una distribución piramidal, con diversos escalones. En esta red la gran mayoría se encuentra en los niveles bajos y muy pocas distribuidoras en los niveles altos. Se podrá decir que ésta es una condición de cualquier trabajo; sin embargo la diferencia radica en que el trabajo de la base es el que genera la ganancia de la cúspide y es este formato el que hace funcionar el modelo.

De nuestra investigación, en este sentido, podemos concluir que: estamos ante una estrategia de mercadotecnia que permite llegar con mayor facilidad a los consumidores, de manera personal, aprovechando los vínculos afectivos y de confianza que para su funcionamiento desarrollan políticas de trabajo con alto grado de flexibilidad que les permiten responder a las demandas de un mercado contraído y aprovechar las condiciones de alto desempleo. Y, finalmente, que aprovechan mano de obra desplazada y sin expectativas; la cual no puede formular mayores exigencias en cuanto a condiciones de trabajo. Lo anterior se traduce en

enormes ganancias para quienes se encuentran en la cima y grandes presiones derivadas de la necesidad de incrementar la productividad para quienes se encuentran en la base. Lo cual se desarrolla mediante múltiples políticas de incremento de la productividad.

El consumo está enormemente relacionado con el trabajo; es decir, que se debe consumir para permanecer como distribuidoras independientes; además de representar una ventaja colateral obtener productos para el uso personal a un menor precio. El consumo se convierte, entonces, en una parte fundamental del trabajo. Ya sea como requisito para mantener un cierto nivel de ventas, para conocer los productos o simplemente como parte de las recompensas que implican obtener productos a un menor costo. Lo que nos lleva a pensar en empresas que buscan la forma de construir mercados aun en espacios en los que las personas aparentemente no tienen capacidad de compra.

Dedicamos, así mismo, varias páginas a la complicada estructura del esquema multinivel, misma que muestra un sistema en el que las comisiones por ventas son factores compuestos por múltiples funciones y que, por lo tanto, dificultan que las vendedoras tengan claro el porcentaje que reciben y la forma en la que lo obtienen.

En los aspectos explicativos, hemos realizado un recorrido que abarca los cambios en el mundo del trabajo y la dimensión de género. Es decir que las categorías centrales de este planteamiento son: el trabajo femenino con su articulación TD—TED y el trabajo precario, mismo que es resignificado en función de la dimensión del género.

El trabajo precario se entiende en el marco de un proceso de transformación laboral que se relaciona con la reestructuración productiva y que ha generado modificaciones tanto en la

forma en la que se trabaja como en el nivel de lo subjetivo. Con notables incrementos de los trabajos inestables, carentes de garantías laborales y sin ningún tipo de protección. Existen evidencias de que la precariedad es una condición que afecta diversos tipos de trabajos, desde la maquila, el trabajo intelectual, hasta labores como las que aquí nos ocupan, cada una de ellas con condiciones que la diferencian.

De acuerdo a lo anterior establecemos como aspectos centrales de nuestra investigación el análisis de una forma de precariedad en el trabajo que se traduce en la trasmigración del trabajo a nuevos campos y formas, lo que genera que los límites espaciales, temporales, de recursos y de racionalidades se tornen confusos.

La precariedad, según la literatura revisada, está remitida a formas de trabajo inestables, sin garantías lo que se puede resumir en la carencia de protección laboral. Condición que toma diversas formas según sean las especificidades de cada ocupación; y que se conforma mediante una gran variedad de acuerdos laborales, mediante los cuales algunos compromisos que antes estaban asignados al patrón pasan, ahora, al trabajador. De manera específica la precariedad en el trabajo de ventas por catálogo la hemos entendido en las siguientes dimensiones: el peligro, la garantía de los ingresos, las condiciones laborales, la confusión de los límites del trabajo en el nivel del espacio físico, el tiempo, los recursos, las racionalidades, el uso de recursos como las propias redes sociales para realizar el trabajo y, finalmente, la experiencia de vida y las dificultades de articular acciones en tanto sujetos colectivos.

El peligro es una condición que resulta fundamental ya que se refiere a que este tipo de actividades parten de un conocimiento limitado de las condiciones del mercado y del propio trabajo. Lo que se traduce en un alto índice de abandono, siendo muy pocas las vendedoras

que logran mantenerse por más de un año en la empresa. Los peligros que se corren se evidencian en el desconocimiento del accionar del mercado y en la probabilidad de que las consumidoras de los productos no los paguen, la condición de peligrosidad se expresa en que no hay ningún tipo de garantía y, en la mayoría de los casos, la información con la que se cuenta es casi nula.

Otro elemento que explica esta condición de peligrosidad es la falta de una garantía de ingreso. En este sentido los datos demuestran que la variabilidad de los ingresos es muy grande. Si lo comparamos con un trabajo asalariado las ventas de cosméticos no permiten la posibilidad de conocer los ingresos que se recibirán, ya que estos dependen de múltiples factores, muchos de ellos están más allá de la acción de la vendedora. Este aspecto cambia conforme se logran niveles más altos en la escala multinivel, pues quienes se encuentran en la cúspide si pueden tener ciertas garantías y prestaciones.

Las condiciones laborales, implican que las políticas de productividad conllevan un incremento en la intensidad del trabajo, lo que genera que la promesa de ser un trabajo compatible con otras actividades no se cumpla. Además las formas en las que se integra la jornada nos muestran que se conforman configuraciones precarias que asumen formas de acuerdos que implican ritmos de trabajo más intensos y confusos tanto en quienes lo relacionan con el TD o con otro trabajo remunerado.

La confusión de los límites del trabajo en el nivel del espacio físico, el tiempo, los recursos, las racionalidades resulta, desde nuestro punto de vista, uno de los aspectos centrales de la investigación. La precariedad del trabajo analizado implica que los espacios físicos no estén determinados claramente, es decir no queda claro cual es el espacio que se dedicará al hogar y

cuál al trabajo, este aspecto se encuentra principalmente referido a los niveles bajos del esquema multinivel. Lo mismo sucede con el tiempo ya que las jornadas no están claramente definidas, luego entonces es difícil contabilizar el tiempo que se dedica a las ventas de los productos. Y, finalmente, el aspecto de las racionalidades nos lleva a pensar que al momento de realizar actividades que tienen que ver con lo afectivo las vendedoras aprovechan para ofrecer sus productos.

De esta forma el trabajo invade la totalidad de la vida, se disemina a lo largo de la vida diaria de los sujetos y, por lo tanto, asume una forma de jornada interminable, referente utilizado en principio para el trabajo doméstico. Si bien es cierto se ha utilizado ese término para definir al TD, encontramos que el trabajo remunerado asume características que lo hacen semejante a éste.

El uso de recursos, como las propias redes sociales, para realizar el trabajo implica que las vendedoras sean contratadas, para realizar las ventas no sólo como fuerza de trabajo. Son vistas, también, como parte de redes sociales lo que implica que tienen la posibilidad de vender entre las personas que componen este grupo. La red social es parte de los recursos que la vendedora debe poner en juego al realizar esta actividad. Si bien es cierto, existen estudios que nos dejan ver que las amistades son recursos fundamentales para la vida económica; en este caso, su importancia es mayor, ya que se tornan elemento fundamental del intercambio, pues son el campo en el que se realiza la venta. A lo que se suma la importancia que adquiere el propio aspecto físico de las vendedoras y sus conocimientos de los productos.

La experiencia de vida y las dificultades de articular acciones colectivas, implican que las vendedoras no tengan contacto con sus pares en el sentido de la conformación de un sujeto

colectivo, ya que si bien se conforman como un grupo y desarrollan algunos rasgos de identidad no se percibe la posibilidad de establecer acciones colectivas, como podrían ser las encaminadas a la defensa de sus condiciones de trabajo.

Con todo lo anterior en las diversas oportunidades de encuentro y de diálogo —convivencia— que existen no pudimos encontrar articulaciones como las que se construyen en la convivencia cotidiana que conforman recursos identitarios y, por lo tanto, de lucha colectiva en vistas a la defensa de los intereses comunes. En este caso el rostro de la empresa no es claro, ni la presencia de las compañeras es real ni permanente, resultan más bien presencias virtuales, lo que se explica en tanto el centro de la actividad no es una empresa, sino los espacios propios de acción cotidiana de cada vendedora.

En lo subjetivo los espacios dejan de estar claramente determinados, las posibilidades de encuentro permanente con los otros se reducen. Los compromisos con las organizaciones se minimizan. Las formas de comunicación son diferentes y afectadas por los recursos de cada participante. Nos encontramos con sujetas que comparten diversas identidades, de las que sólo muy relativamente una es la dominante. Lo que nos permite construir una clasificación que tiene su centro tanto en la propia trayectoria vital y laboral como en las actividades en torno a las que gira la organización de la vida cotidiana.

A los elementos mencionados debemos añadir el enfoque de género por ser una perspectiva analítica para interpretar las condiciones en las que las mujeres que se acercan a este tipo de trabajos y las razones de ello. De manera particular se descubre la importancia que tiene la articulación entre el trabajo doméstico y el extradoméstico a lo que se suman los múltiples

determinantes que son parte de la condición femenina, tal como son definidos por los sentidos sociales.

La dinámica entre TD y TED exige a las mujeres —si bien no a todas— alternar estas actividades y buscar formas de trabajo que les permitan combinar ambas. Lo que nos muestra las vías en las que se construyen los acuerdos familiares para la sobrevivencia. Las mujeres encuentran atractivo un trabajo —como el de Jafra— que no exige capacitación, que no marca un horario predeterminado y que no exige la presencia permanente en un lugar físico. Se trata de un tipo de ocupación que se acopla a las necesidades de las mujeres que realizan TD. Sin embargo, uno de los descubrimientos centrales de nuestra investigación es que, ésta, es una ocupación que no solamente resulta atractiva para las mujeres que realizan trabajo doméstico, sino que también para quienes tienen algún trabajo estable y en buenas condiciones, lo que da cuenta de la amplitud de los procesos de precarización del trabajo humano.

Como producto de los cambios en el mundo laboral los seres humanos se han visto en la necesidad de trabajar cada vez más tiempo, asunto que se traduce en el aumento de la jornada y de las exigencias laborales. Lo que parecería un contrasentido si observamos los procesos de reducción de la jornada en algunas empresas; pero nuestra afirmación se refiere a los procesos de intensificación de la jornada y, en tal sentido, los datos como los que se derivan de nuestra investigación indican que un proceso que tiende a la combinación de múltiples actividades para lograr los ingresos suficientes para el sustento de las familias.

Lo anterior se evidencia en la necesidad de realizar diversos trabajos al mismo tiempo. De forma que quienes tienen un trabajo estable buscan vías para incrementar sus ingresos. Lo que nos permite afirmar que no sólo quienes se encuentran excluidos del mundo laboral acceden al

trabajo precario. La precariedad aparece como un cáncer que enferma buena parte del mundo del trabajo y que, por lo tanto, debe ser estudiada con mayor atención en sus diversas manifestaciones.

Empresas como las estudiadas son parte de un proceso en el que las mujeres se han integrado al mercado de trabajo. Se trata de un transcurrir en el que se han modificado algunas de las exigencias y se han construido nuevas alternativas para la inserción de otros sujetos al mercado laboral, lo que ha implicado cambios en el mundo productivo y el resto de la sociedad. En este sentido consideramos dos situaciones que resultan relevantes: la integración creciente de la mujer al mercado laboral; y la diversidad de las formas que asume ésta en función de la condición de género, vinculada ésta con las transformaciones del mundo laboral.

Se observa que la integración de la mujer al mundo laboral se ha visto acelerada por múltiples factores, entre los cuales destacan, sin asumir una relación causal, aspectos tales como el tamaño de las familias, el control natal, servicios, que antes eran domésticos y que hoy se han trasladado al mercado, los reconocemos como parte fundamental de la transformación que favorece el ingreso de la mujer al mercado laboral, lo que se conjuga con las repetidas crisis económicas. Se percibe, con esto, la necesidad de reflexionar sobre el género con matices, ya que la feminidad asume variadas formas en relación con el mercado de trabajo; lo que se determina por la historia de cada mujer, su clase social y otros muchos factores.

Abordar analíticamente un trabajo para mujeres nos obligó a reconocer las enormes diferencias que se generan al interior de este grupo. Lo que implica la construcción de una tipología dicotómica: la mujer doméstica y la mujer laboral. Clasificación que encierra dos concepciones distintas en torno al trabajo y la vida. Y que refieren a extremos de una realidad que se presenta

como un despliegue continuo. Cabe aclarar que no se trata de definir en que casillero se encuentra cada caso particular, sino de presentar los extremos para dar cuenta de las diversas formas que asumen las configuraciones laborales.

Estudiamos una ocupación que originalmente parecía dedicada a la mujer “ama de casa”, sin embargo nos encontramos que no es exclusivo de ellas. Si bien es cierto, que las mujeres que rompen con ese modelo presentan una actitud distinta a este trabajo. Quizá debimos empezar por preguntar: ¿Qué hace a una Mujer ingresar a vender cosméticos? ¿Qué permite que permanezca en la actividad? ¿Qué factores intervienen en la construcción de carreras exitosas? Las respuestas que hemos dado a las interrogantes muestra las diferencias que forman parte de los espacios de sentidos que configuran la acción, de tal forma que la historia, la educación, la trayectoria, las habilidades personales y las coyunturas económicas que influyen en estas acciones. Aunado a lo anterior creemos que resulta fundamental la articulación que se construye entre los diferentes niveles de cada grupo ya que es por esta vía que llega la información y se definen las estrategias que pueden determinar el éxito o el fracaso de cada “familia Jafra”.

La condición de la mujer al ser vinculada con la precariedad implica —particularmente en la mujer doméstica— que se hagan patentes una serie de situaciones que determinan una forma de vincularse con el mercado de trabajo: la presencia de los hijos, los niveles de educación, la tradición cultural. Por su parte en la mujer laboral, implica que a pesar de tener trabajos seguros, en algunas ocasiones bien remunerados, ingresan a la venta de cosméticos en la búsqueda de mayores ingresos o formas diversas de autorrealización, con un relativo incremento de la jornada de trabajo y de la intensidad del mismo.

Aunque independientemente de lo anterior podemos encontrar que la entrada a este tipo de actividades da cuenta de cambios en la conducta laboral. Las modificaciones dependen de factores que se pueden resumir en el punto de partida; en el que se muestran extremos que van desde quien ingresa como estrategia de supervivencia hasta quien lo hace como un negocio — mismo que puede llegar a ser próspero—. En suma se observa que el riesgo es alto, no existen garantías y que lo que se prefigura es un esquema que si bien ofrece solución a los problemas económicos de miles de hogares y condiciones de bienestar a unos cientos, es un reflejo de la nueva configuración del trabajo humano. Ello, en buena medida, encierra una muestra de una condición que se está generalizando.

Se puede afirmar que lo aquí analizado no es nuevo, que siempre ha existido en países como los de América Latina. Ciertamente no pretendemos que estos aspectos en el mundo del trabajo sean nuevos, lo que llama la atención radica en dos aspectos: por un lado, se considera que producto de los procesos de reestructuración productiva los costos y los riesgos han pasado a los trabajadores, a lo que se añade que el mercado de trabajo formal se ha reducido dando lugar a formas de trabajo más cercanas a lo que se denomina trabajo por cuenta propia. Por otro lado, el proceso de precarización —por lo menos como lo analizamos aquí— no puede ser entendido sin considerar los aspectos esclarecedores obtenidos del enfoque de género.

El género, nos permite reconocer la forma en la que se han construido socialmente las diferencias entre hombres y mujeres. De manera tal que hemos podido encontrar explicaciones: primero, a la diversa valoración de trabajo masculino y del femenino; segundo, a la asignación de labores que algunas corrientes dan por indiscutible y que, desde nuestro punto

de vista, encuentra su sentido en el marco de una estructura de poder; tercero, a la condición en la que se integran al mercado de trabajo los sujetos y, en este caso particular, las sujetas.

Finalmente, lo que resulta son una serie de configuraciones de vida que —en la mayoría de los casos— remite a la precariedad. No se trata sólo de un trabajo precario, ni de la feminidad y su condición de segregación; sino de la forma en la que las vidas se tejen. Es una condición de vida que atañe a la gran mayoría de los seres humanos y que implica que el trabajo —o los trabajos— cuando se tiene, invadan y, en ese sentido, afecten la vida en su totalidad.

Por lo anterior los hallazgos de la tesis implican:

Una revisión de las articulaciones, propias del trabajo femenino, entre el TD y el TED con las múltiples configuraciones que hemos analizado. El trabajo femenino ha sido analizado desde muy diversos ángulos, en los que se ha privilegiado la lectura de los aspectos relativos a la segregación y al peso del TD sobre las trabajadoras. Nosotros consideramos que la relación entre el espacio de lo doméstico y lo laboral se determina constantemente y debe ser definido para cada caso particular, y que es una presencia que afecta el mundo laboral femenino, generando incrementos de jornada para este grupo.

Incorporar elementos al estudio del trabajo precario y sus múltiples manifestaciones en su dimensión de género. Y con una diferenciación que se percibe en los diversos niveles del esquema multinivel, ya que las condiciones no son las mismas para quien se encuentra en la base o en la cúspide. Lo que nos permite integrar a las ocupaciones precarias un elemento de alta polarización, ya que se pueden encontrar carreras que resultan actividades empresariales de

altísimo éxito económico, con actividades de sobrevivencia. Creemos que esta polaridad es un factor que permite que funcione el propio esquema.

Consideramos que existen cuestiones que aun deben ser debatidas. Se debe profundizar en el conocimiento de las empresas de ventas multinivel y en las diferencias que se perciben entre el discurso de la organización y lo observado en nuestra investigación. A saber: a) se plantea como un trabajo fácil que cualquiera puede realizar, nosotros hemos descubierto que se requieren conocimientos y una constante capacitación además de que la información requerida para las ventas es abundante b) se plantea que no existe un horario, sin embargo el trabajo de campo nos permitió observar que las exigencias de jornadas son múltiples y esta flexibilidad encubre intensificación y extensión de la jornada. Por otra parte, el concepto de precariedad debe ser ampliado para permitir captar ocupaciones que no son exclusivamente pobres; pues, como se vio en el trabajo de campo en esta empresa conviven ingresos altos con muy bajos. De lo que se deriva que una característica que se debe incorporar a la precariedad es la de la polarización, la cual deberá ser analizada según la configuración que adquiere en cada caso particular.

El trabajo moviliza diversas características y habilidades: capital social, cultural, redes, etc. y, en el caso particular que estudiamos, exigen o presuponen el consumo. Se vende al mismo tiempo que la fuerza de trabajo una capacidad de consumo. Queda, entonces, confundida la búsqueda de vendedoras con la de consumidoras. Los factores que favorecen el éxito de las carreras están determinados por la manera en la que se conjugan la trayectoria laboral, los conocimientos del mercado, las habilidades de mando, los recursos económicos y las redes sociales.

La tendencia mundial obliga a pensar en formas de trabajo diversas y “atípicas”, mismas que pueden asumir tantas formas como respuestas de los sujetos a la condición del mercado de trabajo y orientadas a solucionar la subsistencia. Mismas que se pueden clasificar tanto como estrategias de sobrevivencia o como formas de conservar una condición de vida determinada.

El trabajo femenino con rasgos de precariedad ha implicado la desarticulación de los procesos de encuentro social; sin embargo esto mismo configura nuevas posibilidades de respuesta de los grupos. De forma tal, que ocupaciones que en una mirada simplista sólo incrementan la intensidad de la jornada de trabajo, se construyen formas de acción que se traducen en nuevos equilibrios de poder entre los sexos y la alternativa de nuevas dinámicas sociales.

Anexo I La reflexión metodológica

En este capítulo presentamos una breve descripción de los ámbitos del trabajo femenino (TD-TED), mismos que han servido como guía para el análisis que hemos realizado. Creemos que entre los que no existe uno que predomine en abstracto, ya esto depende de las circunstancias concretas. Consideramos que es pertinente iniciar la revisión desde el ámbito del trabajo doméstico ya que es el espacio al que, históricamente, se ha confinado a la mujer. En primer término entendemos que las mujeres realizan trabajo doméstico como parte de la división social del trabajo. Se trata de una condición mediante la cual se ha asignado a los seres humanos del sexo femenino, tareas no remuneradas, relacionadas con lo privado y con la perpetuación de la especie. Estas actividades no están referidas al mercado; es decir, tienen como fin la reproducción de la especie tanto en los ámbitos de lo biológico, lo cultural y en lo social. Actividades que a pesar de no estar orientadas al intercambio son fundamentales para el funcionamiento de la sociedad en su conjunto y, claro está, del mercado.

En segundo término, referimos el trabajo extradoméstico, el cual es entendido como un conjunto de actividades encaminadas al mercado, que se realizan a cambio de una remuneración. Una característica del trabajo extradoméstico femenino es que en “la gran mayoría de los casos” implica también realizar trabajo de carácter doméstico. Lo que significa que las mujeres se acercan al mercado de trabajo con una carga extra en comparación con los hombres. Se conforma así lo que se puede considerar la segregación tanto horizontal como vertical²⁸.

28. Aclarando de manera escueta: segregación horizontal implica que un determinado grupo de personas se concentren mayoritariamente en un número relativamente pequeño de ocupaciones y se encuentre total o

Es a partir de esta situación que se puede hablar de condiciones que caracterizan el trabajo femenino como la complementariedad, la inestabilidad y la precariedad —ya desarrollada en páginas anteriores—. Una mirada desatenta podría caer en la confusión de asumir que las mujeres eligen estas actividades por pura voluntad, lo que oculta las tensiones y conflictos a las que se someten las mujeres al ingresar al mercado de trabajo. Además tal perspectiva no considera las múltiples formas en las que es determinada socialmente la posibilidad de elegir.

En resumen, estamos ante lo que se ha llamado el carácter dual del trabajo de las mujeres, condición que se expresa en la conjunción del trabajo doméstico y el extradoméstico, remunerado y gratuito, de producción y de reproducción. Es necesario añadir que el trabajo remunerado al que pueden acceder las mujeres está determinado—en la mayoría de los casos— por esta dualidad y por un sistema “*gendered*”, que implica que las condiciones en las que se realiza tiendan a ser de mayor precariedad que las del trabajo masculino.

Los cambios en las actividades de las mujeres, la forma en la que se responde a las crisis, así como el comportamiento de los mercados de trabajo han generado que la relación entre los espacios que aquí estudiamos asuman articulaciones que no se pueden definir de antemano. Esto nos lleva a reconocer en las dos unidades básicas de nuestra observación (TD y TED) estructuras en movimiento que articulan los ámbitos tradicionalmente conocidos como la producción y reproducción de diferente manera de acuerdo a la influencia que reciben —y ejercen— de la historia personal, los procesos políticos, sociales y económicos de mayor amplitud.

parcialmente ausente de las demás; la segregación vertical se expresa en la concentración de determinados grupos en niveles ocupacionales inferiores en tanto que otros se reparte en las diversas categorías o se sitúan sólo en los niveles superiores.

Los ámbitos del trabajo femenino, históricamente, toman diversas configuraciones dependiendo de condiciones tales como —sólo por mencionar algunas— la clase social y la ocupación de la mujer, la acción de los sujetos y los determinantes de carácter estructural.

El trabajo femenino con sus dos espacios históricamente ha adquirido diversas configuraciones, para comprender esto resulta ventajoso hacer una breve revisión de las formas en las que se han podido establecer las articulaciones. Existen momentos y condiciones en los que la distinción entre estos espacios ha resultado innecesaria o de alguna manera inexistente. Pensemos, por ejemplo, en la producción de subsistencia, en la que el cuidado de los animales o los cultivos para el consumo, la venta o el intercambio implicaba esfuerzos que no permitían distinción. Posteriormente en Europa inicia un proceso en el que se da la disolución de la unidad doméstica autónoma y se empieza a generar la diferenciación entre la economía interna y la externa; es decir, las dedicadas a la “reproducción y la producción”. Lo que da lugar a la organización capitalista donde la desagregación hace parecer que se trata de espacios que casi no se tocan. En este proceso se asigna a la mujer el ámbito de lo privado (no remunerado) y al hombre el de lo público (remunerado) (Frau Llinares, 1998).

Históricamente ha existido un predominio de la producción sobre la reproducción, el cual no es únicamente producto del capitalismo. Se puede observar que esta relación también existe en lo que se ha llamado las economías o las empresas familiares. Se trata de una organización que es reflejo de equilibrios de poder, que tienen sentido en lo que se considera el patriarcado.

Lo anterior exige recordar que la familia es una estructura con espacios de conflicto y con relaciones de poder en la que las estrategias y los objetivos de los miembros pueden ser distintos. Se determina, así, que los integrantes de la unidad familiar no accedan desde la

igualdad al trabajo, al consumo, ni a los ingresos. Al tiempo que se desarrollan estrategias, surgen también relaciones de poder y con ello conflictos de intereses. Las evidencias permiten avanzar en la reflexión crítica de la base ideológica que justifica de la distinción funcional entre las labores que son asignadas a las mujeres y a los hombres. Con ello también la forma en la que se valoran las diversas actividades que realiza el ser humano.

La producción y el trabajo doméstico vinculadas con un tipo de trabajo que no lo parece²⁹ y se difumina en las labores domésticas y en los momentos de intercambio social (para una revisión del tema ver a Frau, 1998). Lo que presenta a la mujer la disyuntiva de organizar su tiempo y atención entre trabajo doméstico y extradoméstico, reduciendo los espacios para la elección libre y abriendo nuevos campos de conflicto.

El mercado de trabajo se presenta como un espacio que no es equitativo, en el que se expresa la segregación social³⁰, misma que se puede dar a partir de la clase, la etnia o el género. Cuando estas distinciones refieren a los atributos que se otorgan socialmente al ser hombre o mujer, estamos en presencia de una segregación de género. Sin embargo, podemos observar que ésta no se presenta sola, es decir, que aparece en combinación de condiciones de raza, de clase social o de niveles de calificación.

Algunas autoras afirman que existe una distribución inequitativa de las tareas de la producción y de la reproducción (Lamas, 1996) lo cual se puede ver de manera evidente en los resultados del trabajo de campo. Lo anterior se agrava cuando se reconoce desde esta perspectiva que

29. Si se le compara con el trabajo asalariado, considerado típico y de acuerdo al decir de la propia empresa.

30. Segregación social nos refiere a un concepto que implica replegar a un espacio social para que se mantenga de forma inequívoca una distancia, de esta manera se institucionaliza la diferencia y se mantiene un orden social.

existe una separación y hasta contraposición ideológica entre estos tipos de trabajo, al tiempo que una integración funcional. Se trata de una condición que aumenta las dificultades que tienen las mujeres en cuanto a su ingreso al mercado de trabajo.

Podemos concluir que para observar el trabajo de las mujeres, es necesario considerarlo como un todo donde se incluya la dimensión doméstica, la extradoméstica y la sobrecarga que representa la combinación. Nos referimos a un peso que se expresa en la tendencia a que las mujeres accedan a trabajos de poca estabilidad, peor remunerados, a la menor inversión en la calificación y educación, a entradas y salidas intermitentes definidas por los ciclos familiares e ingresos que no son reconocidos por que se trata de monto que no se recibe como salario formal.

De acuerdo al comportamiento del mercado de trabajo femenino encontramos que si bien la segregación se ha reducido, permanecen aspectos que resulta fundamental mencionar: a) Las condiciones en las que se relacionan hombres y mujeres no son iguales; existe, pues, una clara desventaja —en ciertas ocupaciones y niveles— para las mujeres. b) Se debe revisar la calidad del trabajo extradoméstico al que acceden, ya que se deduce que existe una marcada tendencia a la informalidad y a la precariedad. En torno a la precariedad, se puede observar que el trabajo femenino podría ser definido —en su mayoría— como precario entre los precarios (actividades unipersonales, de subsistencia, reditúan menos de dos salarios mínimos mensuales, posiciones extremas en torno a la duración).

El mercado de trabajo femenino asume las características de segmentación, como lo expresa Piore (1984), ya que está compuesto de estructuras de tipo primario y secundario. La primera,

(De Oliveira y Araiza, 1997)

refiere a las actividades bien pagadas y realizadas buenas condiciones, con estabilidad y posibilidades de ascenso. La segunda, enfrenta condiciones peores en pago y carentes de posibilidades de ascenso, con relaciones de trabajo poco reglamentadas, con disciplina rígida y caprichosa, lo que implica altos niveles de rotación y una mínima estabilidad.

Existen grupos que, por su situación social, pueden aceptar las condiciones precarias del mercado secundario. Las mujeres casadas cumplen esta condición ya que su compromiso con el mercado de trabajo es reducido pues tienen preocupaciones diversas —como el cuidado de la familia, lo cual resulta primordial para ellas—. Es pertinente reconocer que no todas las mujeres se comportan de manera semejante ante el mercado de trabajo, ni todas reciben las mismas influencias. A partir de los años ochenta se han abierto líneas de investigación en torno a los mercados de trabajo como lo observa Pries (1997). Uno de los campos fundamentales es el que se refiere al estudio de la segregación por género, desde dicha perspectiva se pretende responder a preguntas tales como: ¿por qué las mujeres ganan menos que los hombres en igualdad de condiciones? Y la respuesta nos obliga a poner en juego las relaciones de poder, de dominación y de sentidos que existen en el espacio social que se analiza.

Nuestro ángulo de observación y punto de partida es el trabajo femenino, cubierto por la espesa capa que significa la convivencia del trabajo doméstico con el extradoméstico, esto permitió establecer las principales áreas de observación. Consideramos que en un lugar preponderante se debe establecer el trabajo extradoméstico, para posteriormente observar el espacio del trabajo doméstico. Aunado a lo anterior y atendiendo al carácter mismo de nuestro proyecto hemos conformado un espacio de mediación que permita reconocer a la empresa y el espacio geográfico. Consideramos que, en este sentido, cobra renovado interés la posibilidad de reconocer las diversas relaciones que se pueden establecer entre distintas formas de trabajo

y con ello captar la complejidad que se deriva de la articulación que descubrimos entre los fenómenos analizados; se establece, de esta manera, una dualidad que se podría expresar como producto—productente.

Las diversas configuraciones que adquiere la relación que estamos estudiando implican una serie de aspectos que se deben relacionar en aras de lograr mayores posibilidades explicativas. Dichos recursos se componen por aspectos tales como la organización del trabajo, del hogar, del tiempo y del espacio. Consideramos que se trata de configuraciones de un tipo distinto a las que son producto de la interacción que se deriva de realizar una actividad remunerada fuera de casa y con un espacio determinado. El universo de observación que nos planteamos remite a espacios de confusión, mezclas, superposiciones y, también, separación —lo que da sentido a la idea de configuración³¹—. Vinculado a estas formas se generan cambios en la organización de la familia y en la educación de los hijos, sólo por mencionar algunos.

La articulación entre los espacios de observación implica un proceso en constante movimiento, se generan de esta manera espacios de las relaciones posibles. Al pensar en función de proceso—resultado estamos ante la posibilidad de entender la realidad en la conjunción del momento temporal (abierto a relaciones posibles en el corte vertical) y de la secuencia, esta última entendida como la sucesión de momentos temporales.

La propuesta metodológica que hemos asumido implica establecer áreas de observación; lo que se traduce en conceptos ordenadores con una función explicativa, que permitan describir el

31. Entendemos configuración como “una disposición de características o de las propiedades de los objetos que pueden estar en relaciones fuertes o débiles”, lo que genera una posibilidad de establecer formas conceptuales que devengan en rearticulaciones novedosas aceptando diversas formas de relación entre distintos niveles de realidad (De la Garza, 2002).

universo empírico del área y el nivel en el que se les analiza. Es fundamental establecer primordialmente la relación explicativa entre los conceptos y los niveles que permitan definir la función que cada uno de ellos cumple en el ordenamiento de la realidad que estamos planteando. Desde tal perspectiva los conceptos deben ser pensados como organizadores en la relación que establecemos con la realidad, para posteriormente destacar las posibilidades de explicación teórica.

En este caso los determinantes de género funcionan como aspectos estructurales, que son afectados por los cambios coyunturales. En una relación en la que, de forma dialéctica, estructuras y sujetos se afectan mutuamente, vinculados, éstos, en procesos que fijan alternativas. Todo esto en concordancia con lo planteado por Zemelman, al definir la totalidad como "la articulación dinámica de los procesos reales caracterizada por sus dinamismos, ritmos temporales y despliegues espaciales; y esta articulación puede conectarse en diferentes recortes del desarrollo histórico."

En el mismo orden de ideas la función del trabajo femenino, en tanto concepto, es organizar las vinculaciones posibles entre el trabajo doméstico y el extradoméstico. Requerimos que permita: a) establecer los puntos de articulación a partir de universos de observación; b) que en el plano particular del universo determinan los puntos de conexión empírica donde las referencias a la articulación se concretan. Los conceptos ordenadores deberán permitir la construcción de objetos que resulten con mayor posibilidad de inclusión. Al preguntarnos por la forma en la que se puede descubrir las posibilidades que brinda un concepto encontramos que: a) la realidad es movimiento: (criterio de lo dado—dándose); b) el movimiento tiene lugar entre niveles particulares: criterio de exigencia de especificidad; c) los niveles son parte de una articulación: criterio relativo a la relación que conforma el contenido de cada nivel; d) la

realidad, en tanto movimiento articulado de niveles está sometida a cierta direccionalidad: criterio relativo a la influencia de la praxis social. Consideramos que un concepto que permite establecer relaciones entre las áreas mencionadas es la segregación y con ello el género. Se trata de un enfoque que da sentido y permite interpretar las relaciones que analizamos.

Consideramos que el trabajo y el género se encuentran e interrelacionan —en el caso de las mujeres— en dos espacios que hemos dado en llamar el TD y el TED. En este apartado reconocemos los dos campos problemáticos, mismos que han determinado la forma en la que nos acercamos al trabajo de campo.

Esta conjunción de asignaciones se debe mediar por aspectos diversos como la clase social y la cultura. De forma que en el espacio social existen diversas configuraciones del trabajo de las mujeres. Es decir, no todas realizan trabajo doméstico, la intensidad y los recursos que se movilizan están determinados por la historia y las condiciones particulares de las mujeres.

Una vez que se revisaron los campos de observación y las relaciones que establecimos; pasamos a analizar, de manera breve, la propuesta metodológica que asumimos. La cual parte de un debate con la mirada hipotética—deductiva; para proponer, en oposición, una forma de hacer ciencia en la que la reconstrucción de la realidad es el objetivo primero.

La teoría tiene como función central servir como herramienta, en un proceso que pretende captar a la realidad en los diversos movimientos que la componen. En la aventura de captar el movimiento de la realidad el sujeto es un aspecto determinante. El sujeto como elemento donde se encuentran las condiciones objetivas y la subjetividad; se generan, allí, las

posibilidades de cambio y transformación. La alternativa a la ciencia que pretende hacer retratos del mundo es una que reconozca a la realidad como un proceso de reconstrucción del mundo.

Posteriormente detallamos la construcción de las áreas de análisis definidas para nuestra investigación: el TD y el TED, las cuales funcionan como áreas de observación que permiten organizar el trabajo de campo.

En el TED se abordaron los aspectos que permiten conocer la forma en la que las vendedoras de cosméticos se vinculan con el mercado de trabajo, las formas que asumen la vigilancia y el control. De manera específica el significado que tiene una forma de trabajo que trasciende lo conocido como trabajo típico.

En cuanto a TD partimos de reconocer que el género represente un factor que se traduce en asignación de ciertas actividades a las mujeres. Estas labores se traducen en formas específicas de trabajo para las mujeres, mismas que sufren diversos tipos de segregación.

Finalmente, construimos un área de mediación en la que detallamos aspectos relativos al contexto en el que las áreas antes mencionadas se confrontan. Particularmente en el sentido de explicar la relación entre el trabajo de las ventas en Jafra y las otras actividades.

Este desarrollo fue fundamental para el diseño del trabajo de campo el cual se conformó por una encuesta y una entrevista. La encuesta fue la primera herramienta utilizada se aplicó un cuestionario a una muestra de 64³² vendedoras a la salida de diversos eventos de la compañía.

32. La encuesta se aplicó mediante una muestra de carácter aleatorio simple, para lo cual se consideró una población de 600, cifra obtenida de las estimaciones de la empresa sobre quienes asisten a las juntas mensuales de área. Cabe aclarar que fue en estos eventos en los que se aplicó dicho instrumento. Para mayor información remitirse a los anexos estadísticos.

Las preguntas que se realizaron tenían como objetivo construir un mapa general de este grupo de mujeres.

Con posterioridad se aplicaron instrumentos de corte cualitativo: la observación participante, de manera particular en los eventos de la empresa y en algunas reuniones de trabajo. Asimismo se realizó una serie de entrevistas (20) a informantes clave³³, en la que se puso especial atención en las diversas configuraciones que asume la articulación entre las distintas actividades que estas mujeres realizan. En conjunto con dicho instrumento nos valimos de la observación participante para complementar los datos obtenidos. En las páginas siguientes presentamos un breve resumen de los resultados obtenidos en el trabajo de campo.

Los datos que se presentamos en este apartado son producto de conjugar la información obtenida mediante los instrumentos cuantitativos y los cualitativos. En este capítulo presentamos los resultados ordenados y analizados. El proceso de ordenar los datos ha devenido en la conformación de algunas clasificaciones básicas que permiten diferenciar las distinciones que hemos descubierto en cuanto a la relación que asume el trabajo con el resto de la vida.

Para mayor claridad hemos segmentado los datos obtenidos a partir de la consideración de dos aspectos generales:

Las trayectorias de vida: en este apartado se consideran los datos demográficos de las vendedoras, así como las trayectorias educativas y laborales —considerando las ocupaciones

33. Consideramos informantes clave a las vendedoras que tenían niveles altos en el esquema multinivel, en el entendido de que éstas tendrán mayor conocimiento del trabajo y una variedad de experiencias que permitan desarrollar reflexiones más sólidas.

previas y las actuales—. Se construyen algunos perfiles y se analizan los niveles dentro de la empresa.

La carrera: en este apartado se detalla el concepto que las vendedoras tienen de su actividad; las formas de entrar a la empresa así como la configuración de las carreras que se vincula con: el conocimiento del mercado y las situaciones comunes. Se presenta, además, los resultados obtenidos en relación al uso del tiempo y el espacio. Finalmente, las opiniones en torno a la forma en la que el trabajo en Jafra afecta la vida de las vendedoras y los datos de bienestar.

Al.1 Las trayectorias de vida

En las líneas siguientes presentamos los datos que permiten tener el primer conocimiento de las mujeres que se dedican a esta actividad. Estos datos posibilitan reconocer aspectos comunes y otros que marcan algunas diferencias, lo que se traduce en la necesidad de diferenciar la población en función de algunos factores que marcan tendencias diversas y que son fundamentales para nuestro objetivo.

VII.1.1 Datos demográficos

Iniciaremos este apartado haciendo un poco de historia: cuando realizamos los primeros acercamientos al tema de esta investigación partimos de la idea de que este tipo de actividades estaban dedicadas de manera preponderante a un segmento de la población que cumplía con las condiciones de ser casada con hijos y que se encontraba en un rango de edad entre 20 y 39 años. Dichas condiciones permitían explicar la elección de este trabajo; es decir, su principal atractivo radicaba en un horario flexible que facilitaba dedicar tiempo al cuidado de los hijos y

del hogar. Una vez que la investigación de campo ha concluido encontramos que si bien esos datos son ciertos requieren de ciertos matices. El trabajo en Jafra no es exclusivo de amas de casa sin expectativas laborales; se incorporan a él mujeres con diversos niveles educativos y trayectorias laborales. Esto nos obligó a considerar que los espacios de confusión son más amplios y complejos ya que no sólo se trata de la relación TD—TED, sino que se pueden dar diversas combinaciones, mismas que presentamos en las páginas siguientes.

De acuerdo a los datos de nuestra encuesta encontramos que el 80% de la población está casada. La incidencia de solteras es la que le sigue, el resto realmente no es representativo. De igual manera se puede observar que de acuerdo a los datos de la entrevista un 83% de los casos son mujeres casadas. Mientras que para las solteras es un porcentaje bajo en comparación por un lado con las casadas que trabajan en Jafra y con los datos de la PEA. Estos datos confirman la idea inicial de una empresa que ofrece un trabajo que permite a las mujeres no descuidar a su familia, aspecto en el que radica su atractivo. En este sentido no parecía haber novedades, sin embargo encontramos mujeres con diferentes estatus maritales y laborales, lo que conlleva a la parte más compleja del campo problemático que nos hemos planteado: reconocer las diversas formas de acercarse al mundo del trabajo.

De lo anterior podemos derivar tres consideraciones: por un lado se trata de un trabajo en el que preferentemente ingresan mujeres, aunque como ya vimos no es exclusivo de éstas, de tal forma que se constituye en una alternativa para grupos diversos; por otro lado, se requiere analizar las diversas formas que asumen los acuerdos familiares, así como analizar con detalle a las mujeres solteras y las diferencias que en este campo se pueden observar; finalmente, el estatus marital tiene una relación directa con la edad, aspecto que se relaciona con las posibilidades de ingreso al mercado de trabajo.

El promedio de edad es de 36 años de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada, mientras que en las entrevistas el promedio es de 47 años, diferencia que se explica puesto que las entrevistadas pertenecen a los niveles más altos de los linajes y, por lo tanto, su edad es mayor. Los límites de edad son también notables ya que las más jóvenes son de 19 años, mientras que las de mayor edad son de 60, lo que nos indica que es un espacio de trabajo que trasciende a los límites de edad de otras ocupaciones. La tendencia general que se observa es que personas de 35 años ya no tienen acceso al mercado de trabajo por lo que se refuerza por mucho la tesis de que se generan alternativas a quienes no tienen acceso a otros mercados de trabajo.

Cabe aclarar que las mujeres de mayor edad fueron localizadas en la entrevista. Sin embargo ya en estos datos encontramos que se ocupan mujeres de diversas edades. En el segmento de 21 a 30 años las diferencias son de ocho puntos porcentuales; lo cual se explica en el hecho de que son edades dedicadas al cuidado de los hijos. Por su parte, en el segmento de 41 a 50 años, donde el mercado de trabajo aparece más constreñido, la diferencia porcentual es de 5.23.

La presencia de solteras permite llamar la atención sobre aspectos que hemos venido anunciado a lo largo de este capítulo y que se relacionan con personas que rompen con el perfil esperado, son mujeres más jóvenes que el promedio, solteras y que tienen niveles educativos más altos. En suma la edad es un factor preponderante ya que permite el ingreso de personas que en otras ocupaciones no serían aceptadas aspecto que se conjuga con diversos factores explicativos, uno de los cuales es el nivel educativo, ya que es un elemento que también determina las posibilidades de acceso al trabajo.

En cuanto a los resultados de la encuesta el nivel de estudios se puede observar que en los niveles medios se concentra buena parte de la población en análisis. Este es un aspecto que también se pudo encontrar en las entrevistas, aunque mediante esta herramienta si encontramos personas sin instrucción. La distribución de la educación es muy variada y da cuenta de la variedad de la población que se integra. La falta de educación tiene dos dimensiones: por un lado, hace ver el perfil de las vendedoras de cosméticos y las expectativas laborales que pueden tener; por otra parte permite plantear una nueva problemática relacionada con las posibilidades de crecimiento en la empresa y su vínculo con la educación formal.

La información que se requiere para las ventas es compleja y se obtiene mediante documentos impresos, por lo que la falta de educación se traduce en menores posibilidades para manejar la información de los productos que venden; lo que se pudo apreciar en la asistencia a los diversos eventos de capacitación. Las instrucciones para el uso de los sistemas de cuidado facial implican una serie de pasos y la lectura de manuales —por lo menos como una referencia— lo que representa para quienes no saben leer notables dificultades. De lo que se puede concluir que se presentan mercados diferenciados: uno para quienes están en la posibilidad de ofrecer los productos más complejos y costosos; y otro, para quienes venden los productos que implican menos complejidad y un costo mínimo.

Por otra parte, es importante observar las relaciones que se pueden generar entre los niveles educativos y las trayectorias en Jafra, para lo cual presentamos una tabla donde se relaciona el nivel en la empresa con los estudios realizados.

Anexar Tabla 1

De acuerdo a los datos de la tabla 1 es posible ver que no existe un patrón claramente definido entre el nivel educativo y el nivel Jafra, sin embargo —adelante se verá— el grado de estudios es un factor que influye de manera determinante en el tipo de carrera que pueden desarrollar las vendedoras y en los recursos que se movilizan. Pues como ya vimos permite acceder a un mercado de productos más amplio y de un costo mayor. En este sentido una de las entrevistadas refería su preferencia a vender en las oficinas sobre las amas de casa: “pues las amas de casa sólo compran un tubo de labios y en las oficinas te compran sistemas y cosas más caras, una venta en la oficina es igual que muchas en casas”. Los que permite establecer que existen vínculos directos entre la calificación y las posibilidades de desarrollo en el trabajo. Donde si bien es cierto se genera un mercado de trabajo con mayor apertura que el resto, se reproducen las inequidades propias del modelo económico.

AI. 1.1.1 Los hijos

Las ventas de cosméticos al combinarse con el cuidado de los hijos implican jornadas que llegan a ser más amplias ya que como se ha visto refieren a duraciones que no tienen límites. En este sentido los hijos transforman la vida, los tiempos y las posibilidades de acceder a un trabajo; aunque es una situación que se experimenta de una manera distinta. En el trabajo de campo descubrimos que a las mujeres les parece “pesado” el trabajo doméstico, pero consideran que el cuidado de los hijos debe permanecer igual, lo cual hace referencia al valor y los sentidos sociales que se construyen en torno a esta actividad.

Como se ha visto hasta ahora el número de hijos es una información que permite conocer de mejor forma el comportamiento de las vendedoras, de manera particular si consideramos que la presencia de la prole favorece la decisión de iniciar en este tipo de trabajos. Creemos,

además, que funciona como un indicador de la carga de trabajo doméstico que soportan estas mujeres.

Existe también la posibilidad que muchas de las vendedoras ingresen a las ventas una vez que los hijos empiezan a ser mayores y, por lo tanto, requieren menor atención. O en su defecto, que ése sea el momento en el que inician una carrera más exitosa.

Encontramos que el promedio de hijos por mujer es de 2, la desviación estándar nos lleva a pensar que existe una mínima variabilidad entre las respuestas. El rango de quienes tienen entre 1 y 3 hijos es de 78.20. Lo que refuerza la tesis de que se trata de mujeres con hijos, así como resalta las posibilidades de conllevar el trabajo analizado con el cuidado de los hijos.

Otro aspecto que resulta relevante es la presencia de otros trabajos, mismos que nos remiten a conocer las trayectorias que han seguido las vendedoras de estos productos.

Al.1.2 Trayectos educativos y laborales

Los trayectos laborales consignan el nivel educativo, los trabajos que han desarrollado y sus características. Se revisa, también, el comportamiento ante el trabajo expresado en aspectos tales como: la suspensión del trabajo por el matrimonio o la llegada de los hijos (embarazo o nacimiento).

En tal sentido una primera mirada a la lista de las actividades previas a las ventas nos muestran una dispersión que da cuenta de las variadas actividades con las que han podido anteceder a este tipo de actividad. En el afán de buscar regularidades destacan, desde nuestra perspectiva, las ocupaciones relacionadas con el comercio. La actividad comercial comparte algunos rasgos

con las ventas por catálogo, de manera evidente se trata de ventas, pero las diferencias radican en las posibilidades de horarios flexibles, requerimientos de calificación mínimos, y la posibilidad de aprovechar los espacios dedicados a la vivienda. En segundo lugar aparece el trabajo en las oficinas aspecto relacionado con la distribución de las que más adelante llamamos trabajadoras intermedias. En cuanto a esta tabla vale la pena aclarar que no todas las encuestadas han tenido una ocupación remunerada anterior, información que también permite apoyar la conformación de clasificaciones analíticas.

Anexar tabla 2

Acorde con lo anterior podemos plantear la interrogante de si existen ocupaciones que favorecen este tipo de trabajos. Podemos responder, basados en las observaciones realizadas, que en efecto las que se relacionan con las habilidades propias del comercio, mismas que implican la cercanía a grandes grupos de personas, así como que se relacionan con el manejo de equipos de trabajo, por lo que las profesoras y quienes atienden pequeños negocios parecen tener algunas ventajas.

La diversidad de los datos obtenidos permiten reconocer que al poner en relación los factores que intervienen se puede construir un perfil, ya que cada tipo de vendedora pone en juego distintos recursos, resultando fundamentales los relativos a las redes o al capital social; por lo que los resultados —en cuanto al éxito de esta actividad— están determinados por diversos aspectos.

Una intención que ha estado presente a lo largo de la investigación es reconocer las diferencias que afectan la vida de las mujeres, aspectos que se expresan en diversas trayectorias tanto

educativas como laborales. Ejemplo de lo anterior es que no todas las mujeres encuestadas han realizado algún trabajo remunerado antes del ingreso a las ventas, para quienes se convierte la primera actividad remunerada. Esta variable nos parece importante, ya que permite también un conocimiento más profundo del perfil de las vendedoras. Como se puede observar una inmensa mayoría se ha dedicado al cuidado de los hijos y a las labores domésticas primordialmente.

Ingresar a las ventas implica un proceso de transformación tanto de las actividades como del uso del tiempo, lo que significa que a pesar de la oferta laboral de la empresa existe un desplazamiento de actividades, hemos ordenado los resultados en dos grandes apartados: el primero es que con el crecimiento de los hijos aumente el tiempo liberado y, por lo tanto, tengan más tiempo para hacer otras actividades entre ellas vender por catálogo; mientras que el segundo, que se genere un desplazamiento del tiempo dedicado a otras labores, tales como la fabricación de alimentos o el cuidado de los hijos. Éste último un aspecto que se pudo observar en las entrevistas como una preocupación por no atender a los hijos como se hubiera querido.

Se conjugan así una serie de datos que permiten reflexionar en torno al comportamiento de las mujeres ante el trabajo doméstico y los factores que determinan el tipo de respuesta ante el trabajo. De tal forma que aspectos como el número de miembros de la familia, los equipos de ayuda doméstica, la edad, la presencia de hijos pequeños, los aspectos económicos y culturales van conformando diversos comportamientos que influyen en las decisiones de iniciar una actividad como las ventas.

Otro aspecto que está profundamente relacionado con la actividad que se realiza es lo vinculado con la condición de la familia. Lo que deriva en un trabajo en el que la familia interviene en su conjunto; por lo que consideramos conveniente preguntar por la intervención de otros miembros del grupo doméstico. Los resultados en términos generales demuestran que poco menos de la mitad recibe ayuda de algún miembro de la familia, lo que incrementa la cantidad de trabajo que se invierte y no es considerado.

Los miembros de la familia que intervienen es variada, al grado que hemos construido una clasificación que considera fundamentalmente el trabajo realizado en familia. Las ventas de cosméticos —en algunos casos— se convierten en una estrategia familiar para obtener ingresos. Aquí podemos extraer elementos para afirmar que el trabajo en Jafra toma elementos de lo que se ha conceptualizado como trabajo familiar.

De los datos obtenidos en la encuesta nos parece importante destacar que el esposo es una de las respuestas que tiene más alto porcentaje y presentando un dato novedoso para nuestra interpretación del campo. Las labores que realizan se limitan a la entrega de pedidos o labores de cobranza; es decir, que laboran como auxiliares de las esposas.

La participación de los cónyuges reviste al menos 2 significados: por un lado, la participación de los hombres en un mundo de trabajo femenino, lo que nos hace pensar en las formas de cooperación que se conforman. Por otra parte, los procesos de emancipación y de equilibrios de poder que se construyen a partir de que las ventas brindan recursos económicos. Con esto último se hace patente que los procesos de precarización invaden no sólo carreras laborales sino a las estrategias de sobrevivencia.

En segundo término están las mujeres de las familias (hijas, hermanas y madre). Éstas colaboran en las ventas: es que se lleven los catálogos para ofrecer los productos. Esta práctica deviene en una forma de ingresar a este tipo de actividades, que remite a aspectos que se vinculan con las características de la feminidad.

Finalmente, la participación de los hijos, aspecto muy vinculado al trabajo familiar. Esto permite que la madre pueda llevar a sus hijos pequeños al trabajo y que en algún momento estén en posibilidad de apoyarla en el trabajo. Los hijos reparten pedidos y responden a las llamadas telefónicas; todo esto se entiende en tanto el trabajo está presente en el interior del hogar.

El proceso de entrar a trabajar implica, entre otras cosas, una negociación con el cónyuge. Esto se traduce en que algunas se ven obligadas a pedir permiso, otras sólo le avisan a sus esposos y algunas lo hacen a escondidas. Es recurrente la oposición de los esposos, en ese sentido la respuesta que proponen las lideresas implica estrategias para hacer parecer que la aportación económica de las mujeres es para los gastos extras ellas no mantienen la casa, de manera que el poder del hombre—proveedor no se ve trastocado.

Los datos de la encuesta nos permiten observar la opinión del esposo con respecto al trabajo. De manera específica nos interesa observar al detalle la forma en la que se negocia con la familia, en particular con el esposo, la entrada a esta forma de trabajo. Si partimos de la idea de que buena parte de los casos estudiados antes de ingresar a las ventas se dedicaban al hogar el proceso de negociación implica aspectos de profunda conflictividad. La cual se expresa en distintos argumentos: el descuido del hogar y los hijos, la no confianza en el negocio, el

desacuerdo a que las mujeres “anden en la calle”; y, posteriormente, la obtención de ingresos con la autonomía que esto representa.

Aun con lo anterior encontramos que la gran mayoría de los cónyuges están de acuerdo, mientras que sólo 4.90% está en contra. Esto nos lleva a pensar que las estrategias resultan adecuadas, y que son útiles en tanto permiten que las cosas permanezcan como antes. Aunque existen evidencias de que hay cambios en el lugar social que tienen las mujeres una vez que ingresan al trabajo.

Al.1.4 Perfil de las vendedoras.

La revisión de las variables mencionadas proponemos 4 perfiles: i) las profesionistas, ii) las amas de casa, iii) mujeres que suspenden el trabajo con el matrimonio, iv) las mujeres que participan en un negocio familiar.

Anexar tabla 3

i) Las profesionistas: son aquellas mujeres para quienes el trabajo extradoméstico es el factor ordenador de la vida. Presentan trayectorias en las que antes de ingresar a Jafra realizaban trabajo extradoméstico remunerado, con ocupaciones de carácter formal y que requieren cierto grado de especialización profesional. Son las que tienen mayor nivel educativo de la muestra, se consignan, incluso, casos con nivel de posgrado.

En este segmento de la población encontramos mujeres con estudios de licenciatura, de éstas la gran mayoría (60%) tiene entre los 20 y 29 años. Lo que nos permite hablar de un cambio en

el mercado de trabajo de esta empresa³⁴. Vale la pena considerar que encontramos algunas mujeres que indican estudios de bachillerato, pero se encuentran en el rango de edad de menores de 20 años lo que puede significar que es muy probable que conjuguen las ventas con los estudios.

Hasta donde se puede observar de acuerdo a la información obtenida no existe evidencia de que el grado de estudios sea una determinante para alcanzar un alto nivel en la empresa. Sin embargo, éste puede ser un factor concluyente en el carácter que toman las distintas carreras —aspecto que se analiza adelante—, así como en las posibilidades de acceder a mercados y productos con mayores posibilidades de éxito económico. Aunque es de mencionarse que la mayoría de las mujeres de este grupo tienen niveles altos en la escala multinivel. Lo anterior que se puede explicar por una forma distinta de acercarse al trabajo dentro de la empresa y los recursos sociales, culturales y económicos que se ponen en juego.

El estado civil de estas mujeres presenta características distintas al resto de la población. Este grupo tiene el mayor índice de mujeres solteras o divorciadas, lo que se relaciona con distintos comportamientos ante la vida en su conjunto que afectan la actitud con respecto al trabajo remunerado. En cuanto al número de hijos salvo en un caso se encuentran hijos pequeños, los demás o son hijos mayores o se trata de mujeres que no tienen hijos. A lo que se debe añadir el hecho de que no se percibe que se suspenda el trabajo por el matrimonio o con el nacimiento de los hijos.

34. Este cambio implicaría una tendencia a que otros segmentos de la población (no sólo amas de casa) se incorporen a estas actividades y lo utilicen como una fuente complementaria de ingresos. Asunto que se torna relevante en tanto se puede apreciar que la precariedad es una condición que se extiende a diversas capas de la sociedad. Lo que se convierte en una tesis central de nuestra investigación.

El número de hijos puede ser un factor importante en la relación trabajo doméstico—extradoméstico. Debemos recordar que Carrasco considera que un elemento que favorece el cambio del perfil de la mujer es la posibilidad del control de la natalidad. Ya que de esta manera se generan situaciones en las que la mujer puede devenir en dueña de sí misma y que controla su cuerpo. Este es un aspecto que se puede relacionar con los tipos de mujer presentados en páginas siguientes.

En lo relativo a la trayectoria laboral encontramos que: los trabajos que han tenido estas mujeres son en su mayoría de carácter formal, donde destacan las ocupaciones en el servicio público y en la enseñanza en niveles superiores. Realizan, en su mayoría, actividades que permiten el contacto con muchas personas. La cantidad de trabajos que han realizado muestra una enorme diversidad, la gran mayoría en niveles directivos. Otro aspecto importante es que casi en su totalidad estas mujeres pertenecen al mismo linaje y han tenido contacto en algún espacio laboral, lo que se vincula con la forma en la que se construyen las redes sociales y de intercambio, con personas que comparten algunas características. Como ilustración anexamos un fragmento de una entrevista.

“Qué carrera, tengo algunas. Inicialmente estudié medicina, terminé, me titulé, ejercí poco porque tuve la oportunidad de entrar al Tecnológico y entonces me interesó la docencia y me puse a hacer una maestría en educación de adultos en el CREFAL. Después hice una licenciatura también en el área de educación de adultos en el IMCED. El siguiente paso fue hacer un diplomado de liderazgo que en ese tiempo ofrecía el Tecnológico de Morelia. Hice en diplomado en el Tecnológico de Monterrey en mercadotecnia, y la especialidad de recursos humanos en la Universidad Michoacana, y actualmente estoy haciendo la especialidad en psicología en el Instituto Gestalt, además, siempre leo mucho” (caso1).

En conclusión, encontramos un grupo de vendedoras que tiene un alto nivel educativo y que en su mayoría han logrado los mayores niveles dentro del esquema Jafra. Sus trayectos laborales son distintos al resto de las mujeres. Este grupo permitirá comprender y explicar de mejor manera la diversidad de formas que tienen las mujeres de relacionarse con el trabajo doméstico y extradoméstico. Los únicos casos, de los analizados, en los que no hay trabajo doméstico son los que se encuentran dentro de este perfil.

Todo lo anterior permite que hablemos de proyectos de vida y trayectorias laborales en las que el elemento fundamental es el trabajo remunerado, en tanto es el factor en torno al cual se ordenan el resto de la vida.

ii) Las amas de casa: son aquellas mujeres cuya trayectoria, hasta su ingreso a Jafra, se constreñía al espacio de lo doméstico. Se trata de sujetas que nunca ejercieron algún trabajo remunerado, hasta que deciden el ingreso a Jafra. Se puede pensar que haber ingresado a esta empresa implica la posibilidad de salir al espacio de lo público. Y es a partir de esto ven la posibilidad de realizar otros trabajos remunerados. Por ejemplo, el caso de Ema quien después de trabajar en Jafra se encuentra en la posibilidad de iniciar otro trabajo remunerado (las clases de baile).

De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta el promedio de edad de las mujeres que clasificamos dentro de este grupo es de 58 años. Lo que representa uno de los mayores promedios. Lo que refleja que modelos como la feminidad se encuentra en constante transformación. Además podemos inferir, a partir de los datos obtenidos, que se trata de personas que provienen de familias con un alto poder adquisitivo. Y que el ingreso a Jafra se debió a situaciones accidentales —posteriormente se analizaran los tipos de entrada—.

El nivel educativo de estas mujeres es de estudios técnicos en dos casos (uno de los cuales fue suspendido por el matrimonio). Encontramos, además, un caso de primaria incompleta. Mismo que corresponde a la mujer de mayor edad de las entrevistadas, en suma tienen menos años de estudio que el grupo anterior.

Vale la pena mencionar que en este segmento dos de las mujeres agrupadas tienen algunos de los niveles más altos en el esquema de la empresa. Se trata de una condición que se puede explicar a partir de dos factores que consideramos fundamentales: la clase social como un elemento que permite tener vínculos con personas con un alto poder adquisitivo y, por lo tanto, con la posibilidad de consumo en productos cosméticos. Por otra parte, el momento de ingreso: una de las mujeres analizadas entró a la empresa antes de que ésta se estableciera en México³⁵ lo que le garantiza una posición de privilegio en el esquema multinivel. Las mujeres que están en los niveles más altos de la empresa tienen antigüedades de entre 18 y 20 años.

En conclusión, las mujeres que han ajustado en esta clasificación responden al modelo tradicional de mujer, mismo que detallamos en páginas siguientes. Donde el trabajo doméstico es el factor ordenador de los diversos espacios de la vida. Jafra representa una alternativa para la obtención de ingresos o para la realización personal. Lo anterior se conjunta con sucesos de la vida que analizaremos posteriormente.

iii) Mujeres que suspenden el trabajo con el matrimonio: son aquellas que cumplen dos características: primero, han tenido trabajo remunerado, en su mayoría de carácter técnico (secretarías, auxiliares); segundo, suspenden el trabajo con el matrimonio. Lo anterior se

35. Condición que se repite en la mayoría de las lideresas. El inicio de esta actividad se dio de manera ilegal; mediante la introducción clandestina de estos productos, lo que forma parte ya de la mitología de las lideresas.

traduce en que Jafra resulta ser una forma de reintegrarse al trabajo con remuneración. Le permite, en principio, combinar el trabajo con paga con las labores del hogar y el cuidado de la prole. Cabe recordar que de acuerdo a los datos que obtuvimos mediante la encuesta el 21% de las trabajadoras de Jafra se encuentra dentro de este nivel educativo. En este sentido podemos encontrar la concurrencia de varios aspectos:

El nivel Jafra de estas vendedoras es de animadora y consultora, aunque hemos incluido una lady, este es un asunto que se debe considerar desde dos perspectivas: la primera, es que sus recursos —tanto sociales como económicos— no les permiten ascender dentro del esquema. La segunda, este grupo la edad se encuentra entre los 36 y los 50 años y con una antigüedad promedio en la empresa de 5 años. Si embargo, al comparar la antigüedad en la empresa de estas vendedoras con la de las lideresas encontraremos que es mucho menor ya que las primeras tienen 18 años en promedio.

Los trabajos anteriores de estas mujeres fueron de recepcionistas, secretarias o empleadas en tiendas. La edad de este grupo va de 29 a 50 años. Aquí es importante hacer mención que buena parte de las entrevistadas —lo que permite hacer referencia a las redes sociales— fueron compañeras en una academia de estudios comerciales.

En cuanto a la prole encontramos que todas las mujeres de este grupo tienen hijos en edad escolar. Los hijos en estos casos resultan ser una condicionante para el desarrollo laboral. Ya que la atención a los hijos es fundamental para estas mujeres. Las edades de los hijos van desde los seis años hasta universitarios. Por las condiciones mencionadas las actividades deben ser definidas en función del tiempo que les reclama la vida doméstica.

Las trayectorias laborales de las trabajadoras intermedias son muy accidentadas. Se encuentran muchos trabajos informales y alta rotación, por lo que no hacen antigüedad. Lo que se conjunta con el abandono ya sea por el matrimonio o el nacimiento de los hijos. Cuando los hijos tienen cierta edad —la cual varía en cada caso— regresan al trabajo y una de las vías resulta ser la venta de cosméticos para Jafra. Esta alternativa de reincorporación al trabajo remunerado permite vencer los obstáculos relativos a la obsolescencia de las calificaciones laborales; así como mantener actividades propias del trabajo doméstico.

En este grupo es en el que encontramos mayores indicios de violencia. En uno de los casos una mujer fue fuertemente golpeada al recibir un premio que significaba un viaje en fuera del país. Al parecer las posibilidades de negociación al interior de la familia parten de una condición de mayor desventaja en este grupo si se le compara con el que hemos denominado las profesionistas. Donde las negociaciones se realizan desde una condición de mayor equidad.

En el mismo sentido se percibe que existe mayor dificultad para reconocer que ellas son las que aportan la mayor parte de los ingresos del hogar. Aunque a la pregunta explícita sobre si ellas ganaban más que sus esposos encontramos repuestas evasivas del tipo: “el es muy trabajador” o se rehusaban responder. Sin embargo es evidente (de acuerdo a la relación entre el ingreso familiar y sus ventas) que ellas eran quienes aportaban más recursos económicos al hogar.

Como caso especial incluimos en el segmento a Caso 2 (A), vendedora que se encuentra en los más altos niveles del esquema y que antes del matrimonio trabajaba como enfermera; posteriormente manejó un taller de costura en su hogar. Consideramos que este caso es

notable, como se analizará posteriormente, por la habilidad de la persona en cuestión para manejar a su grupo e incentivar la productividad de las vendedoras.

En conclusión, este grupo representa un modelo tradicional de mujer que se caracteriza por niveles educativos de las llamadas “carreras cortas”, trayectorias laborales inconsistentes y la salida del trabajo remunerado con sucesos como el matrimonio o el nacimiento de los hijos. Tras lo cual se realizan una serie de actividades para obtener recursos. Pero sin incorporarse de manera formal al trabajo remunerado, en estas ocupaciones hacen uso de los espacios que pueden “robar” a sus otras actividades. Y es posteriormente que deciden el ingreso a Jafra.

Las actividades que se llevan a cabo para la obtención de recursos se relacionan con las formas de entrar a la empresa que hemos clasificado como “ayuda” y que discutiremos en otros incisos.

iv) Mujeres que participan en negocios familiares: son aquellas mujeres combinan el trabajo doméstico con la participación en negocios de carácter familiar. Se trata de una realidad que no esperábamos hallar en el principio de esta investigación. Este segmento se compone por mujeres con muy baja instrucción, en algunos casos nula, donde el trabajo familiar es un elemento central en el sostenimiento del grupo doméstico y en la organización del resto de las actividades. En este esquema Jafra se convierte, asimismo, en trabajo familiar.

Anexar gráfico 3

Se trata de grupos familiares que utilizan sus negocios como una plataforma para el trabajo Jafra. Así podemos ver establecimientos como las paleterías y las carnicerías se convierten en espacios de exhibición de los productos; se aprovecha, también, la posibilidad del contacto con

mucha gente. Por otra parte, la participación de los esposos es muy fuerte. Los cónyuges contribuyen en las ventas, entregan, productos asisten a las reuniones y cobran las cuentas pendientes. En este segmento es donde la cooperación familiar se constituye una presencia más fuerte.

Cabe resaltar que no sólo participan en el trabajo familiar —Jafra o el negocio— los esposos también lo hacen los hijos y las hijas. Se trata de trabajo realizado por los miembros de la familia en general, hasta los niños. Una organización en torno a los locales comerciales: carnicería, miscelánea, paletería son los negocios en torno a los que se mueve y con los que se resuelve la economía familiar. Sin embargo, los ingresos de Jafra en algunos casos pueden exceder el 50% de las percepciones de la familia. En lo que se refiere a la presencia y edad de los hijos no encontramos un patrón que se repitiera, ya que conviven mujeres con hijos adultos que han salido del hogar y algunas con hijos pequeños.

El nivel educativo es desde el nulo hasta primaria completa; lo que se puede explicar por el origen campesino de las mujeres agrupadas en este segmento; además de provenir de familias autoritarias, donde no se asignaban recursos para la educación de las mujeres. Uno de los casos analizados refirió que no había estudiado porque a su padre no le gustaba que las mujeres salieran a la calle, dicha mujer aprendió a leer una vez casada, con la ayuda de su esposo.

Como caso especial estamos incluyendo en este segmento a Caso 3 (AA); una vendedora que fue integrada al equipo por la experiencia laboral anterior y la habilidad para el manejo de grupos, pues ella era vendedora de Tupperware. Sin embargo, de acuerdo con la estructura de su ocupación puede ser catalogada dentro del grupo de trabajo familiar, ya que atiende, junto con su esposo, una pollería. Encontramos una diversidad de formas de vincularse con las

ventas de Jafra: desde una forma profesionalizada hasta el trabajo familiar. Las características tan distintas, llevan a pensar a su vez, en las similitudes, mismas que se ubican en el carácter mismo del trabajo y sus rasgos de precariedad con múltiples configuraciones.

Al.1.5 Los niveles Jafra

Un elemento que permitirá identificar las diversas características de este trabajo es la distribución de las vendedoras en el esquema multinivel. En este sentido se manifiestan algunos de los determinantes que dan sentido a este sistema. En una muestra aleatoria obtuvimos que un 63.3% de vendedoras se ubican en el nivel más bajo (consultoras), 35% en el siguiente nivel (animadoras) y sólo un 1.7% en los niveles altos o directivos (ladies). La muestra ilustra la forma en la que el esquema multinivel puede ser comprendido como una pirámide ya que de otra manera no funcionaría. Se requieren muchas mujeres en los niveles bajos y muy pocas en los altos; ya que estas últimas son quienes reciben los más altos ingresos y funcionan como aliciente y modelo para las otras. En este sentido puede ser lógico que no les afecte que las ingresadas se conviertan en consumidoras más que vendedoras, ya que se ven obligadas a mantener un nivel mínimo de consumo, garantizando así los ingresos de las lideresas.

Aquí se debe recordar que quienes se encuentran en la cúspide del esquema obtienen sus ingresos en virtud por las ventas de todas las vendedoras que se encuentran bajo su mando o en su linaje, el gráfico es por demás ilustrativo. El sentido es que la base es la que permite las ganancias de la punta. La distribución de muestra de los datos fue:

Anexar tabla 4

Un factor que resulta determinante para escalar en el esquema es la antigüedad en la empresa, ya que es lo que permite ubicarse en los niveles más altos: incrementando niveles de ventas y conformando equipos. De acuerdo a los datos de la entrevista obtuvimos que las consultoras, mismas que en su mayoría se encuentran en proceso de conformación de grupos y han permanecido en la empresa por 8.0 años en promedio, las consultoras 13.5, y las ladies 20 años —lo que representa la época en la que la empresa se fundó en México—.

En cuanto a la encuesta encontramos que el promedio de antigüedad de las vendedoras es de 4 años y medio. El rango de las entrevistadas está entre las de reciente ingreso hasta las que llevan 18 años de vender estos productos. Como se puede observar en el cuadro siguiente la población se concentra en el nivel de uno a cuatro años. En principio se supone que existe una alta concentración de mujeres que se inscriben y existe una alta rotación, ya que las expectativas no se ven cubiertas. Sin embargo, las que asisten a las juntas son —las de nuevo ingreso— y las que ya han durado más tiempo y que conforman una carrera que se podría llamar consolidada.

Un factor que se pudo observar en las reuniones a las que asistimos es que para muchas vendedoras es difícil asistir a estos eventos ya que no tienen forma de dejar a sus hijos mientras asisten. Resulta extraño que un problema que tratan de resolver este tipo de empresas sigue presente. En las entrevistas con algunas lideresas encontramos que organizan las juntas a la hora que los niños están en la escuela para que las mujeres puedan asistir. Es decir que la exigencia del uso del tiempo, que implica “robar” al dedicado al cuidado de los hijos, simplemente toma otros matices, pero sigue presente. Ya antes mencionamos que los discursos de dar mayor importancia a la familia funcionan, más como un paliativo a la angustia que representa desatender a los hijos que como una promesa cumplida.

AI.2 La carrera

AI.2.1 Concepto de las ventas

En este apartado haremos una revisión de los vínculos que existen entre el trabajo y el concepto que tienen de dicha actividad. La gran mayoría de las vendedoras asume esta labor como un trabajo, lo que se vincula con una nueva manera de percibir la actividad y tiene que ver con el discurso de la propia empresa, en dicho orden de ideas se podría resumir como un trabajo “que no lo parece”. Desde esta perspectiva es trabajo porque entre más consuman —se supone que para vender—, más tiempo dediquen y más esfuerzo pongan ganarán más. No parece trabajo, en cambio, “por ser muy divertido, por las exigencias mínimas y porque se hace cuando se quiere”. Si revisamos las razones por las que se le considera trabajo destacan el hecho de que se reciben ingresos con un 46% de las respuestas y que ocupa tiempo con un 24%.

Aquí procede preguntarnos porque es visto como trabajo: cuestión que nos lleva a relacionar con el discurso de la propia empresa, donde se les indica a las mujeres que lo que realizan es trabajo. Lo que se traduce en la exigencia de un compromiso con las ventas, más allá de los vínculos que se establezcan con otras actividades. Podríamos aventurar que existe un nivel en el que se le considera un trabajo en tanto esfuerzo, aunque esto no implique una relación laboral. Es una noción de trabajo más cercana a la auto—ocupación.

Las exigencias de una empresa como Jafra no se limitan a realizar ciertas actividades, sino que implican una vinculación con la empresa que se traduce en la necesidad de mantener altos niveles de consumo de los productos y un determinado nivel de productividad. En la tabla 12

encontraremos que las mujeres consumen grandes cantidades de productos, pero esto tiene su explicación en que reciben los productos a menor precio, se ven obligadas a consumirlos para poder recomendarlos.

El monto de lo que se consume mensualmente en productos Jafra resulta ser un indicador interesante de la situación de las vendedoras. Es un dato que representó ciertas complicaciones ya que muchas de las vendedoras consideraban difícil establecer un promedio mensual, algunas dijeron que compraban productos para toda la familia, en algunos casos se encuentra que el monto de las ventas y el consumo son muy similares, lo que nos permite afirmar que se trata de personas que predominantemente consumen. O que en realidad no existe un control de lo que se consume y lo que se vende asunto que se debe relacionar con una de las tesis centrales de esta investigación relativa a la confusión de los recursos.

Para otro grupo el consumo se relaciona con probar todos los productos para poder ofrecerlos, se puede decir que se trata más bien de una estrategia para las ventas. Es importante mencionar que el promedio del consumo se encuentra en los 1,015.57 pesos mensuales, aunque es notable que se trata de una población con una alta variabilidad ya que hay reportes de quien consume 4,000 pesos en productos al mes; mientras que otras solamente 100 pesos. Consideramos que ésta es una de las ventajas que puede hacer más atractivo el trabajo para las vendedoras ya que con ésta ellas obtienen los productos a mitad de precio. Esa es una ganancia colateral, que se debe considerar al momento de observar las ventajas que este tipo de actividades brinda.

Un aspecto al que se le puso atención era el relativo a si la compañía pretende hacerse de vendedoras o de consumidoras cautivas. Las observaciones realizadas nos muestran que el

factor fundamental es el que consuman los productos, ya que de esta manera las lideresas mantienen sus ingresos y la empresa incrementa sus niveles de ventas. Estamos ante un modelo que equipara el consumo con el trabajo, lo que cubre a éste de una característica novedosa y apunta al consumo como una forma de vinculación social.

En vistas a que los niveles de consumo son muy altos hemos buscado relacionarlos con las ventas de productos. Condición que preferentemente se presenta en quienes se ubican en los niveles bajos de los linajes. A lo anterior se debe añadir que existe quien compra productos para venderlos en cuanto los precios sean más elevados, además de que las ventas varían mucho dependiendo de la fecha del año. Lo que genera una forma de especulación, que realizan principalmente las lideresas con sus grupos de trabajo. La compra de productos para su posterior venta implica una forma de ahorro ya que aprovechan las ofertas y también invierten con miras a lograr los niveles de productividad exigidos para obtener los premios — ver tema relativo a los incentivos de productividad—.

Anexar tabla 5 en excel

Las ventas no son las únicas actividades que realizan las trabajadoras de Jafra, éstas se combinan de acuerdo al nivel en el que se ubican dentro del linaje en actividades de conformación de grupos, promoción y de capacitación.

En este aspecto encontramos que la mayoría de las entrevistadas realiza labores de ventas 39.3%, existe un amplio porcentaje que dice realizar varias actividades al mismo tiempo. Dato que se puede ver reflejado en las respuestas múltiples. Un 53.40% respondió que todas las opciones entre las que nos interesa destacar las labores de administración y capacitación. Vale

la pena recordar que las lideresas, ya no tienen como labor primordial vender; su actividad, en cambio, es la promoción y la capacitación. Sin embargo muchas de ellas consideran que es bueno vender de vez en cuando. Por otra parte, se detectó que muchas de ellas ya tienen sus compradoras cautivas y eso es suficiente para lograr los mínimos de ventas que les impone la empresa.

Tratamos de construir indicadores de los niveles de consumo y de ventas, para lo cual se preguntó a las vendedoras por el monto del pedido más alto en el último año. Los resultados nos arrojan un promedio de 4,529.09 pesos, sin embargo tenemos una distribución con una alta variabilidad, lo que se expresa en una desviación estándar de 4,521.50; dato que se explica por la existencia de vendedoras que sólo reportaron 500 pesos mientras que otras 25,000.

Con todo esto se demuestra que existe un mercado diferenciado que tiene su explicación en el gráfico del esquema multinivel, ya que son quines se encuentran en la cúspide quienes realizan pedidos mayores y, por lo tanto, logran mayores ganancias además de recibir los beneficios de las ventas de sus equipos.

Anexar tabla 6

A la información que nos brindan los montos de ventas se deben añadir ingresos relativos a las comisiones, por lo que en la encuesta preguntamos por los ingresos mensuales relacionados obtenidos por el trabajo en Jafra. En este sentido vale la pena observar los cuadros contruidos a partir de las entrevistas (tabla 20), donde se obtuvo un promedio cercano a los \$21,000.00 de ingresos basados centralmente en las comisiones de los equipos de ventas. Se hace evidente que los ingresos —particularmente las ventas y el consumo— de los niveles bajos son los que

sostienen los altos ingresos de los niveles directivos. Lo que justifica las diversas formas de estímulo de la productividad.

Anexar gráfico 4

En el gráfico 4 hemos presentado la distribución de los ingresos. Para lograr mayor claridad decidimos dejar los dos últimos rubros —20,000 y 25, 000— sin agrupar ya que así colocados nos parece que son más ilustrativos de la situación de la mayoría de las vendedoras.

Frente a los discursos que indican, por un lado, que las mujeres trabajan por gusto —trabajan para sus uñas— y, por otro lado, la idea de que el percibir ingresos contribuye a que tengan un mayor margen de libertad. Se dan una serie de aspectos que nos presentan una gama muy rica de datos y situaciones. Dichas consideraciones nos llevaron a buscar las diferencias entre los comportamientos y, en estrecha relación, las modificaciones que se generan en cuanto a la conformación de las sujetas.

Al iniciar la investigación suponíamos que la gran mayoría indicaría que el gasto primordial era para los hijos, sin embargo encontramos algunos datos diferentes a nuestras expectativas. Lo que se puede explicar por los perfiles diversos que hemos encontrado en el contacto con el campo de estudio. Es decir, no sólo se trata de amas de casa en busca de un ingreso extra, encontramos un universo complejo con múltiples facetas.

Ya que si bien el 31.20% indica que lo gasta en la casa y los hijos, existe un 45.90% de respuestas que indican que lo gastan en ella misma. Desde esta perspectiva existen datos que se

traducen en que las mujeres tienen la posibilidad de gastar más en su persona, lo que podría representar una transformación en el modelo de mujer, lo que de manera notable genera que las necesidades se modifiquen, tal como lo muestra el hecho de que se asuma la necesidad de utilizar los ingresos en ellas mismas. Estas transformaciones conllevan relaciones genéricas con mayor grado de equidad y autonomía. Disponer de ingresos refleja, además, romper con la sumisión, lo que manifiesta en poder decidir en aspectos personales, de la familia y los hijos.

Los datos del estudio nos muestran como un trabajo remunerado, aun en las condiciones del estudiado, implica un proceso de *empoderamiento* y de acceso a diferentes posibilidades de articular el mundo. En párrafos siguientes dedicaremos espacio a la transformación en la percepción del mundo y de si mismas que pueden devenir en elementos articuladores de nuevos sujetos sociales.

El trabajo femenino, al menos el que nos ocupa, se relaciona formas de segregación al interior del hogar. Asunto que se puede leer desde dos perspectivas. A riesgo de pecar de parciales diremos que son las positivas y las negativas. Empezaremos por las últimas los aspectos negativos se expresan en las mujeres que no logran asumir que ellas son las que aportan los ingresos para el sustento de la familia. En las entrevistas se descubrió una estrategia que se traduce en que las mujeres nunca deben decir a sus esposos que ellas ganan más, de hecho el ingreso que ellas brindan siempre “debe” ser visto como una aportación casual.

*

En cuanto a los aspectos positivos, resalta el hecho de que en la encuesta el 26.20% de las mujeres respondió que ella es la jefa de la familia o que son ambos cónyuges. Lo que al

comparase con el promedio nacional resulta relevante, ya que este es de 15%³⁶. Las respuestas muestran además una percepción de que el poder y la capacidad de decisión se han incrementado, lo que resulta en concordancia con la posibilidad de construcción de nuevos sujetos sociales y de nuevas dinámicas de transformación. Aspectos contenidos en nuevas formas de ver y actuar con respecto a la familia, al trabajo y a los hijos.

AI.2.1.1 Planes de productividad

En nuestra investigación encontramos sistemas para incrementar la productividad. Se trata de técnicas que funcionan de acuerdo al esquema general de organización del trabajo. Estos incentivan los niveles de ventas y la conformación de nuevos grupos.

El sistema de premios se basa en un esquema mediante el cual las compras a la empresa se traducen en puntos; mismos que posteriormente serán canjeados por diversos productos, que van de desde enseres menores hasta joyas o viajes.

Los datos de la encuesta nos permiten afirmar que la mayoría de los premios que se reciben son electrodomésticos menores, es decir, licuadoras, batidoras, hornos eléctricos, etc. Aunque también hay quien ha recibido cartas de felicitación, éstas al igual que algunos otros elementos distintivos: mascadas, plantas, una abeja —en Mary Kay—, resultan ser factores que dan nuevos sentidos a la actividad de las mujeres. En las entrevistas fue evidente el orgullo con el que muestran los reconocimientos que han recibido, para muchas de ellas son los únicos de su vida. De tal forma que su actividad toma nuevo valor al ser reconocida por personas externas a su familia.

36. INEGI 2000

Los premios y castigos deben ser analizados a la luz de las políticas gerenciales que tienen como finalidad aumentar la productividad. Particularmente se puede observar dicho fenómeno cuando se abren los concursos para los viajes. Donde se genera un proceso en el que se obliga a las vendedoras a aumentar los niveles de ventas para que sus lideresas logren los premios. En esas fechas se movilizan todos los recursos de los grupos de trabajo.

La efectividad de estas estrategias es notable, al grado de que los grupos a su interior han diseñado formas de estimular la productividad: algunos rifan un auto al año, en otros regalan despensas a las vendedoras cumplidas, etc.

AI.2.2 Formas de entrada

Una vez que hemos revisado los datos demográficos de las vendedoras y sus trayectorias laborales, estamos en posibilidad de iniciar la reflexión entorno a la forma en la que ingresan a la empresa. Proponemos varias configuraciones de inscripción a Jafra. En esta clasificación pretendemos responder a preguntas tales como: ¿cuáles son los factores que influyen en la decisión de entrar a la empresa? Y, ¿cuáles los procesos de negociación que realizan las mujeres con su familia? Lo anterior permitirá, en momentos posteriores, establecer vínculos con los tipos de carreras que lo anterior determina.

Para la conformación de estas clasificaciones hemos descubierto que el trabajo en Jafra representa menores dificultades para ser aceptado por la familia, ya que existe la posibilidad de menos descuido de las labores tradicionales. Lo anterior no significa la ausencia de un proceso de negociación, mismo que se dificulta en mayor medida cuando son mujeres que nunca han trabajado fuera de su casa. Por su parte, en las que no suspenden el trabajo por el matrimonio

parece ser más fácil el ingreso a este tipo de actividad, ya que, de por sí, son las que tienen mayor margen de autonomía.

El primer aspecto que hemos considerado se relaciona con las respuestas de la encuesta las cuales agrupamos entre las que daban cuenta del ingreso como una función de la necesidad o de que fuera buen negocio y las que se refieren a que tenían tiempo o las invitaron. En las primeras, respuestas que refieren a la voluntad y al reconocimiento de las ventas como una ocupación; por el otro lado, parecen formas de ocupar el tiempo libre. Existe, también, un grupo de respuestas que se relacionan con la calidad de los productos, es decir, que se trata de consumidoras que posteriormente se convierten en vendedoras.

En cuanto a las ventajas observadas en el trabajo la mayoría de las respuestas se encaminó a que es un buen negocio, aunque que no tiene horario y que es compatible con el hogar son respuestas que tienen una incidencia muy alta. Consideramos que estos factores se conjugan en las decisiones de iniciar con las ventas. Por un lado Jafra parece un buen negocio ya que el referente son las vendedoras exitosas, de tal forma que se piensa a mí me podría ir tan bien como a mi amiga. Por otra parte, los aspectos de los horarios y de la compatibilidad son fundamentales de hecho son parte primordial de este trabajo, ya sea la posibilidad de combinar con el hogar o, en algunos casos, con otro trabajo remunerado.

AI.2.2.1 Características del trabajo

Un elemento que se conjuga con las ventajas que se perciben del trabajo son las relacionadas con la forma en la que en ese momento veían el trabajo, para esta variable se preguntó por las características del trabajo. La respuesta que casi todas (82 %) eligieron fue “interesante” lo que

debe ser reflexionado desde dos ángulos: primero, los cuestionarios se aplicaron al salir de un evento en el que existió una fuerte dosis de motivación, por lo que las respuestas pueden estar influidas por ello. Por otra parte, es un trabajo que se realiza al mismo tiempo que otras actividades por lo que semeja una diversión o un descanso, ya que permite romper con la rutina. Al presentarse como una forma de romper con el tedio del trabajo cotidiano, parecer divertido y realizarse mientras se convive: resulta más difícil hacer conciencia de los esfuerzos que significa.

Anexar tabla 7

De acuerdo a los factores mencionados hemos conformado tres grupos: i) donde se afirma haber ingresado para ayudar a alguna persona cercana; ii) donde el ingreso tiene que ver claramente con que es un buen negocio; y iii) cuando el factor que determina la decisión son las bondades de los productos y la posibilidad de obtenerlos a un mejor precio.

Anexar tabla 8

Debemos aclarar que no se trata de cortes precisos ya que estamos trabajando con datos cualitativos y, por lo tanto, las respuestas tienen muchas dimensiones. La clasificación se construyó en función de la razón que las entrevistadas consideraron más importante y lo relacionamos con el discurso de la entrevistada.

La forma en la que se entra a Jafra se convierte en un factor determinante el tipo de carrera que se desarrolla. Es decir, que se determina una actitud que se tiene hacia el trabajo, así como los recursos que se movilizan en este proceso y las posibilidades de carreras exitosas.

i) Ayuda. Este segmento se conforma por las mujeres que han considerado como elemento fundamental para ingresar a la empresa la ayuda a alguna persona cercana. Diversos casos de los analizados comentaron que su primer contacto con las ventas de Jafra se realizó cuando ayudaban a algún miembro de su familia o a alguna amiga a vender. En este proceso descubren las posibilidades que tienen de recibir ingresos mayores si sigue por su cuenta.

Esta resulta ser una de las formas fundamentales para entrar a este tipo de trabajo. Lo que se explica por la importancia que tienen las redes sociales en este tipo de actividad y la idea falsa de que vender no implica “mucho” trabajo. La ayuda puede revestir diversas formas: la primera puede ser la ayuda solidaria en la que se apoya a alguna persona que por alguna razón no puede vender. Regularmente se ayuda a quien se encuentra en problemas, con dificultades económicas o simplemente “no saben vender”. La segunda, sería una forma de subcontratación en la que se realizan las ventas a cambio de comisiones menores a las que otorga la empresa.

Lo anterior permite afirmar que para muchas mujeres resulta más fácil “ayudar” que vender por su propia cuenta. Se evita, así, tomar responsabilidades civiles y la necesidad de negociar el premissio con la familia. Lo que se relaciona con una forma de conducta que remite a la clasificación de la mujer doméstica (que se analiza adelante), y permite, a su vez, captar los procesos de transformación en el nivel de la subjetividad.

En cuanto al proceso de negociación no parece haber problemas considerables en este segmento. Tal vez la estrategia, de iniciar con la ayuda, permite que se haga la transición de manera más suave. En los casos que estamos analizando encontramos que: sólo en un caso el esposo estaba de acuerdo, en dos no se requería negociación ya que la vendedora era soltera, en otro porque era viuda. Sin embargo, podemos encontrar dos: uno de los cuales no le avisó a su esposo y, la otra, el esposo no estaba de acuerdo aunque no se opuso con firmeza. En el discurso de las entrevistadas los cónyuges se convencen al momento de recibir el primer cheque.

ii) Entrada por considerarlo buen negocio. En este segmento encontramos que un amplio grupo afirma que se decidió en función de que se trataba de un buen negocio. En éste conviven quienes tienen un perfil laboral y académico alto, quienes se ocupan en el comercio y personas que nunca habían trabajado. Y, es que la estrategia de la empresa radica en parecer un buen negocio, que requiere poco tiempo y que cualquiera puede realizarlo. Asistimos a una muestra del éxito de las estrategias mercadeo de esta organización.

Esta imagen de buen negocio se construye a partir que desde el primer intento venden muchos productos. Lo que les permite ver que recibirían altos márgenes de utilidad —entre 40% y 60%—. Estas mujeres tienen la idea de que no exige mucho trabajo; ya que el esfuerzo se limita a realizar presentaciones o a ofrecer los productos “se venden solos”. En los documentos que se critica el esquema de este tipo de empresas hemos encontrado que las primeras ventas siempre son fáciles por la novedad del producto o por los compromisos sociales con las consumidoras, mientras en las subsiguientes se dificulta en tanto la novedad termina y ya le ha vendido a las personas cercanas (Clements, 2000).

A manera de conclusión debemos dejar claro que para que este trabajo sea un buen negocio se requiere la conformación de un grupo de vendedoras y que los niveles más altos serán los que resulten con mayores beneficios a partir del trabajo de las bases de la pirámide.

iii) Bondades del producto. En este segmento se agrupa a las mujeres que decidieron inscribirse en la empresa con el fin de conseguir los productos a mejor precio. Cuando iniciamos la investigación nos planteamos la pregunta de si la empresa buscaba antes que vendedoras consumidoras. A partir de este esquema se descubre que al inscribirse a la empresa se obtienen los productos a precios menores, lo que se traduce en un fuerte aliciente para inscribirse en la empresa. En este grupo encontramos mujeres que tienen una actividad de ventas muy reducida, así como alguna que ha desarrollado una carrera exitosa. En las líneas que siguen presentaremos una distinción entre las diversas carreras que han desarrollado las sujetas en estudio.

AI.2.3 Las carreras

Las carreras que desarrollan las vendedoras dependen de diversos factores. Por lo que hemos decidido dedicar algunas líneas a ese tema. En principio presentamos datos que nos revelan la información que tienen para el desarrollo de sus actividades. De manera particular nos referimos a lo relativo al conocimiento del mercado.

Las variables que se presentan a continuación nos permitirán tener un panorama de la forma en la que funciona el mercado de estos productos y como es definido por las vendedoras. Este es un componente fundamental, ya que el conocimiento es un espacio que determina las posibilidades de éxito de las distribuidoras. Todo esto tiene como fundamento una de las

preocupaciones repetidas a lo largo de esta investigación, relativa a la forma en la que el mercado determina y afecta estas actividades.

Por otra parte, planteamos preguntas para descubrir los recursos con los que las mujeres se integran a este tipo de actividades. ¿Lo hacen con conocimiento del mercado? ¿Qué tipo de información es la que utilizan? En este sentido la información es uno de los recursos fundamentales de este trabajo, por lo que el conocimiento de la competencia resulta básico.

Al preguntar cuáles son las compañías para las que vendían productos el 84.5% refirió no vender ninguna otra marca. Lo que nos hace pensar en trabajadoras exclusivas. Quienes si lo hacen respondieron Avón, Fuller y otros productos como ropa y joyas fueron también parte de la respuesta. Hemos dejado aparte las respuestas que consignan más de una marca, ya que nos llevan a pensar en prácticas comerciales distintas, mismas que configuran ocupaciones de corte más comercial.

Existen otros factores que serán determinantes para conocer las características de las vendedoras, por ejemplo resulta relevante conocer algunos riesgos que corren las vendedoras y en que proporción las afectan.

De acuerdo a lo observado en el trabajo de campo, descubrimos una serie de situaciones que incrementan las dificultades para realizar estas actividades. De manera particular destaca la posibilidad de que no se paguen los productos, en los diversos casos refieren que es constante escuchar que son buenas vendedoras, pero malas cobradoras. Por otro lado, el hecho de que no se conozca el mercado también es un factor de riesgo para esta ocupación. Con el peligro evidente de que las mujeres no tienen forma de hacer que sus productos sean pagados. Esto se

hace particularmente complicado con las mujeres que se encuentran en los niveles bajos, ya que con tal de tener mercado se pueden enfrentar a condiciones de mayor desventaja. Como ofrecer crédito o cobrar quincenalmente. De tal manera que las vendedoras arriesgan por la presión que sienten para vender y evidentemente los resultados no siempre son los mejores para ellas.

El sistema al que recurren muchas de las vendedoras es que dejan el producto y ofrecen ciertos plazos para cobrar los productos, pero hay casos en los que nos les son retribuidos. Muchas de las vendedoras recurren a los plazos o a las “tandas” para poder vender más productos. En el sistema multinivel encontramos una serie de condiciones que se pueden considerar irregulares. Casos en los que algunas mujeres son inscritas sin su consentimiento o quienes aparecen como vendedoras aunque ellas no hayan solicitado su inscripción. Este es un tema muy interesante, pero excede los límites de esta investigación. Valga dejar sentado que la manera en la que se realiza el trabajo resulta propicia para formas que, las más de las veces, se traducen en peores condiciones para las vendedoras.

Las condiciones en las que se realiza el trabajo han sido abordadas desde diversas dimensiones. En las páginas subsiguientes haremos una revisión de la forma en la que se realiza el trabajo y la forma en la que se organizan el tiempo y el espacio. En el entendido de que se trata de los campos en los que se puede ver de manera más clara la forma en la que los múltiples espacios de la vida aparecen mezclados y confundidos.

AI.2.3.1 Clasificación de las carreras

En este segmento presentamos: una clasificación de las carreras, la presencia de otro trabajo remunerado y sus efectos en la carrera Jafra, la forma en la que se organiza el trabajo doméstico, la relación con la empresa y las formas de liderazgo; finalmente, presentamos un análisis de los cambios que las mujeres ha experimentado desde su ingreso a Jafra.

En este esquema clasificatorio estamos proponiendo dos grupos: i) las carreras exitosas y ii) carreras no exitosas. El criterio que justifica la selección de este aspecto radica en el hecho de que la relación carreras exitosas y no exitosas es uno de los componentes fundamentales de este tipo empresas. Para que exista una carrera exitosa se deben conjuntar una serie de factores como son: los recursos sociales que se traducen en vínculos, los recursos económicos que se traducen en la posibilidad de comprar grandes cantidades de productos, el conocimiento del mercado, y en los recursos de organización, mismos que se pueden entender como la posibilidad de realizar planes de negocio y estrategias de productividad para su linaje. A lo que se deben añadir características personales, las cuales son fundamentales para marcar las diferencias entre las diversas vendedoras, tal como lo menciona Marcela Hernández (2003) al caracterizar a los empresarios como conformados por factores de cálculo racional, rasgos subjetivos y entre éstos una capacidad de interpretar el mundo —lo que les brinda pautas de acción—, pero particularmente un ilusión.

Lo anterior nos lleva a proponer las siguientes variables como elementos ordenadores. En primer término, y como indicador fundamental, hemos considerado el nivel en Jafra. Posteriormente realizamos una revisión de los factores que han intervenido en la conformación de la carrera. Pensamos en este aspecto en las ventajas que se aprovechan.

Hemos puesto atención, asimismo, a la incidencia de realizar trabajo doméstico. Y si se puede encontrar una jornada con límites claramente definidos. En dicho sentido los espacios que se utilizan para el trabajo resultan ilustrativos.

Con todo lo anterior pretendemos tipificar las trayectorias de las mujeres que se encuentran en los más altos niveles de la escala. Del mismo modo reconocer las razones que le han permitido ubicarse en dicha posición. Hemos considerado que el momento de ingreso parece ser un factor fundamental para lograr el éxito en la empresa. Es decir, que quien tiene más tiempo posee más posibilidades de ubicarse en una posición de privilegio. Sin embargo, el tiempo no es el único factor.

Un elemento novedoso que descubrimos lo largo del trabajo de campo fue que existen grupos de mujeres que han desarrollado sistemas que les permiten administrar de manera técnica su trabajo en la empresa y que, por lo tanto, tienen un comportamiento distinto al resto de las vendedoras. Las ideas anteriores nos han llevado a plantear otras variables para esta tipología: la respuesta a los programas productividad que hemos denominado, la existencia de un plan de negocios, y la presencia de sistemas de administración (véase cuadro tipos de carreras).

i) Carreras exitosas. Son todas aquellas mujeres que tienen niveles de lady y de animadora, aunque en un caso excepcional hemos integrado una consultora. Las mujeres agrupadas en este segmento son las que utilizan sus recursos profesionales y personales para lograr mayores ganancias en Jafra. Dentro de estos recursos consideramos el manejo de la jornada y los conocimientos tanto de los productos como de administración.

La existencia de una jornada definida y espacios claros de donde se puede realizar el trabajo son elementos a destacar, aunque no están presentes en todo el grupo. En el esquema que presentamos hay una sola consultora, la que fue integrada en este grupo debido a que ha desarrollado planes de negocio y sistemas de administración lo que le permite tener una carrera con incrementos en las ventas notables, además de que se encuentra a punto de conformar su grupo; para convertirse en animadora. Además la trayectoria exitosa puede ser solamente como vendedora, es decir cuando se elige no conformar un grupo, pero se tienen altos niveles de ventas.

Consideramos que salvo en algunos casos los niveles altos en escala multinivel exigen que las vendedoras tengan una jornada claramente definida. Y que en la mayoría de los casos instalen un una oficina para el trabajo en Jafra. Asunto que tiene efectos en el uso del espacio y del tiempo.

ii) Carreras no exitosas (en Jafra). Son todas aquellas mujeres que tienen niveles de consultoras y, sólo en casos excepcionales, animadoras. Todas las mujeres que se encuentran dentro de este segmento realizan trabajo doméstico y, en su mayoría, tienen otras fuentes de ingresos y otras actividades. Lo que implica que no ven a Jafra como una actividad principal.

Si bien es cierto que el trabajo Jafra se puede combinar con otras actividades lo que nos parece distintivo de las mujeres de este segmento es que no lo asumen como una actividad fundamental en relación con otras que conforman su vida.

Encontramos mujeres que no se asumen como vendedoras (Josefina y Rosario) o, por ser de reciente ingreso están en proceso de incorporación. Las mujeres agrupadas en este segmento

no se integran a los programas de productividad no han desarrollado un plan de negocios y, salvo en un caso, no tienen sistemas de administración.

Las carreras no exitosas son la gran mayoría de las vendedoras de Jafra, ya que se trata de quienes cumplen la función de ser la base del esquema piramidal. El trabajo de estas mujeres es el que redunda en beneficio de quienes se encuentran en los niveles altos.

En conclusión, el éxito de las carreras depende de una serie de recursos que se movilizan. El tiempo, los vínculos sociales, habilidades de mando —las que se vinculan con la selección de un equipo de trabajo eficiente— y recursos de administración se conjugan con el momento del ingreso. Las habilidades para interpretar el comportamiento del mercado y la información que se tiene para decidir adecuadamente. Hemos visto que las carreras exitosas se pueden conformar desde diversos orígenes, en ocasiones, polarizados —alta o baja educación— pero destaca la capacidad para el manejo de los grupos y el conocimiento del mercado.

En este espacio hemos relacionado el éxito en las ventas con aspectos relativos a lo laboral, sin embargo el funcionamiento de estos aspectos de encuentra profundamente imbricado con aspectos que exceden lo meramente laboral. De tal forma que la configuración de las familias es determinante.

AI.2.4 Tiempo

Hemos visto hasta ahora que la oferta de la empresa es que se puede trabajar sin un horario fijo, pero es justamente en este aspecto donde resulta relevante las dimensiones del tiempo y el espacio mismas que han sido centrales en nuestro análisis.

El tiempo permitió realizar construir algunos indicadores, el primero de ellos es el tiempo dedicado a las ventas. A partir de la distribución obtenida hemos calculado promedios ya que creemos que refleja en buena medida el comportamiento de la población. Encontramos que la variabilidad es muy pequeña y el promedio es de 11.75 horas, lo que significaría menos de dos horas al día, aunque esto puede resultar engañoso ya que encontramos mujeres que trabajan hasta 40 horas a la semana, lo que significaría una jornada completa

Anexar tabla 9

Consideramos que la aparente flexibilidad del trabajo se combina con una presión que se relaciona con la necesidad de mayor productividad. Por tal motivo consideramos que era necesario preguntar el tiempo que les gustaría dedicar a las ventas y al trabajo doméstico.

Se observa que la mayoría de las mujeres prefieren no realizar trabajo doméstico, mientras que en cuanto al cuidado de los hijos les parece adecuado el tiempo dedicado, lo que se explica por el inmenso valor que se asigna a estas labores. Por otra parte una gran mayoría refiere que le gustaría dedicar más tiempo a las ventas. En este orden de ideas resulta que entre más tiempo se dedique a esto mayores son las ganancias; hasta llegar a las mujeres que tienen la posibilidad de dedicarse de tiempo completo a Jafra.

La confusión de jornadas es uno de los factores que nos parece fundamentales de acuerdo con nuestra propuesta de investigación, por lo que resulta interesante saber cuales son los momentos que se aprovechan para el trabajo Jafra.

Como parte de las conclusiones podemos adelantar que las confusiones en los momentos de trabajo y otras actividades, afecta preferentemente a los niveles bajos, ya que son ellas quienes no tienen oportunidad de dedicarse jornadas completas. Un elemento que resulta destacable en este aspecto es que una gran mayoría vende los productos al momento de divertirse, lo que favorece la tesis de que los espacios queden confusos. Vender al momento de convivir implica que la jornada de trabajo se incremente y de alguna manera se convierta en interminable, reforzando la tesis de que los trabajos comparten características.

A partir de los anterior se podrá objetar que son diversas la actividades en las que se percibe una mezcla, a lo que respondemos que la diferencia se marca en la dimensión del género ya que es aquí donde las confusiones de temporalidades cobran un matiz distintivo ya que nos remite al argumento ya mencionado de las jornadas interminables en el caso del trabajo doméstico.

Anexar tabla 10

AI.2.5 Espacio

Debemos recordar que este campo funciona como concepto puente para analizar las relaciones entre el trabajo doméstico y otros espacios, en tal sentido es un indicador de la forma en la que se relaciona las diversas actividades que se realizan.

En esta variable presentamos las respuestas, no suman cien ya que existen respuestas múltiples. En esta variable destaca la relación con amigas como un elemento predominante, seguido de la colonia y la casa, todo hace pensar que se buscan opciones que no impliquen desplazamientos largos.

Anexar tabla 11

Creemos que este es uno de los campos que nos permite tener conciencia de la forma en la que el trabajo de las ventas en Jafra modifica la vida de la familia. En esta variable encontramos que una buena parte de las encuestadas responden que ocupan la sala para los productos que venden.

Las visitas a los hogares nos permitieron ver con mayor claridad el uso de los espacios del hogar. Partes de la sala, habitaciones vacías, dormitorios. Para quienes venden pocos productos no parece ser una fuente de conflicto, puesto que se utiliza una parte del hogar y conforme el negocio crece, también lo hacen los espacios que ocupa. En algunos casos encontramos que se desplazan actividades, pero en otros se trata más bien de utilizar los espacios que estaban sin un uso aparente. A lo que debemos sumar el uso de los distintos recursos de la familia, como el teléfono y los servicios. Además, en el caso de la lideresas, la mayoría de ellas, organizan las reuniones en sus hogares lo que implica el uso de espacios como la sala o el comedor para que se lleve a cabo la reunión. Se utilizan diversos recursos para lograr el éxito del negocio.

Anexar tabla 12

El tiempo es un factor fundamental en nuestra propuesta por lo que consideramos fundamental poner atención en la duración de la jornada doméstica. Consideramos que son los espacios en los que fundamentalmente se producen los encuentros entre la vida del trabajo y el trabajo doméstico.

Encontramos que el promedio de las entrevistadas ocupa 23³⁷ horas a la semana en las labores domésticas. Creemos que esta es una pregunta que da cuenta de las limitaciones propias del instrumento ya que se trata de un dato que es difícilmente cuantificable. En algunos de los cuestionarios se encontraron respuestas del tipo “todo el tiempo” o “mucho tiempo”. Lo cual no es cuantificable, aunque no deja de ser un dato útil y que orienta el trabajo cualitativo. Durante las entrevistas realizamos preguntas que permiten revisar la forma en la que ordenan el tiempo de un día promedio, de manera que pudiéramos obtener más información.

En lo que se refiere al tiempo que dedican al cuidado de los hijos encontramos que en promedio se dedican 29 horas a la semana, aunque tenemos elementos para considerar que existen rasgos que nos invitan a tomar con cuidado este dato, el cual tiene las mismas condiciones que lo referente a las labores domésticas, con jornadas sobradamente indeterminadas, flexibles y con límites que trascienden las medidas de tiempo lineales. Si conjuntamos el promedio de dichas actividades estaríamos hablando de jornadas de 52 horas en promedio, lo que representa más de 7 horas diarias.

AI.2.6 La jornada de trabajo doméstico

El trabajo doméstico es, de acuerdo al planteamiento teórico de nuestra investigación, uno de los espacios que se vincula con la configuración del trabajo en las ventas de cosméticos. En este apartado analizaremos la forma en la que las mujeres en estudio se comportan en relación con el trabajo doméstico.

37. Según los datos del INEGI quienes trabajan y hacen TD tienen una jornada de 27:45, quienes solo hacen TD 43:13. La comparación es útil aunque se trata de un promedio nacional y las dificultades ya mencionadas sobre medir este tipo de jornadas.

De acuerdo a lo observado podemos segmentar a la población entre quienes realizan trabajo doméstico y quienes no. Los casos estudiados permiten observar que muchas de las mujeres realizan trabajo doméstico, sin embargo no todas lo hacen de la misma manera, ni en las mismas condiciones. Entre quienes realizan trabajo doméstico hemos trazado una distinción: las que lo hacen con ayuda y quienes realizan esta actividad cargando con toda la carga ellas solas.

Cabe aclarar que en el proceso de esta investigación hemos constatado que la medición de la jornada de trabajo doméstico reviste grandes complejidades. Asunto que también analizamos a partir de los planteamientos de Cristina Carrasco (1991)³⁸. Se trata de aspectos que exceden la intención de este documento, sin embargo esta introducción sirve para mencionar que presentaremos (cuando esté disponible) la duración de la jornada de TD como una variable que permita organizar esta información.

Los tipos presentados se organizan como sigue: i) no realiza trabajo doméstico, ii) realiza trabajo doméstico con ayuda, iii) realiza trabajo doméstico sin ayuda.

i) No realiza trabajo doméstico. Son todas aquellas mujeres que por sus condiciones se encuentran en posibilidad de que otras personas realicen las labores domésticas.

En este grupo descubrimos tres casos cada uno reviste condiciones distintas, por lo que vale la pena analizar con detalle: Harriet, tiene servicio doméstico y ha constituido un acuerdo con su pareja que le permite desligarse por completo del trabajo doméstico. Este es uno de los casos

38. La autora afirma que el trabajo doméstico reviste límites que son difícilmente observables, ya que se conjugan los afectos, de tal forma que la actividad conlleva mayores esfuerzos y cuidados, que podrían ser más allá de lo que se requiere.

que permite abordar con mayor seriedad la existencia de un modelo de mujer con orientación laboral. Lupita Flores, por su parte, revela ausencia de trabajo doméstico lo cual se puede explicar por la condición económica que resulta de su posición en la escala multinivel, y por su origen de clase. Finalmente, Ana María, quien ha delegado en su hija las labores de administración del hogar; además de contar con servicio doméstico.

ii) Realiza trabajo doméstico con ayuda. Este es el segmento con una mayor incidencia de esta clasificación. Hemos integrado aquí a las mujeres que realizan trabajo doméstico, pero cuentan con la ayuda de servicio doméstico o de algún miembro de la familia.

En este grupo encontramos, en primer término, a las mujeres que realizan trabajo doméstico a pesar de tener servicio. Particularmente se ocupan en las labores de alimentación y aducen hacerlo con placer. Esta es una condición que encontramos en las mujeres de mayor edad y con más alta posición dentro de la escala multinivel.

En segundo término, quienes reciben ayuda de los miembros de su familia (hijos, hijas o esposo) estas mujeres presentan un grado mayor de mezcla en la jornada y manifiestan mayor incomodidad por realizar estas actividades. En estas últimas, es común encontrar casos en los que al tiempo de realizar labores domésticas se atiende a las vendedoras o se realizan gestiones para Jafra.

iii) Realiza trabajo doméstico sin ayuda. En este grupo consideramos a las mujeres que no tienen ayuda para el trabajo doméstico ni de personal contratado ni de miembros de la familia.

Encontramos una variedad de casos que vale la pena especificar: en los que el trabajo doméstico se hace por gusto (Kika), se hace por tradición (Josefina), porque no tiene quien

ayude (Albina), y por los acuerdos que se realizan en la vivienda (Leticia). Las jornadas de trabajo doméstico en este grupo parecen más claramente definidas que en el anterior y las mezclas de actividades son relativas.

AI.2.7 Opiniones

Consideramos que las opiniones sobre el trabajo que realizan nos dan cuenta de la forma en la que ha cambiado, desde la percepción de las vendedoras, la situación familiar y social de las mujeres que venden Jafra. Resulta interesante descubrir las ventajas que este trabajo ofrece — desde la perspectiva de las mismas actoras— a las mujeres quienes aquí encuentran posibilidades de desarrollo que de otra forma se les niegan³⁹.

Se puede observar que se perciben cambios en cuanto a su presentación y su capacidad para el arreglo personal, aunado a la posibilidad de tener más vínculos sociales. Queda en la perspectiva de las interrogadas en segundo termino las relativas al aumento de poder o la capacidad de decidir. Asuntos que parecen ser poco importantes para las encuestadas y que nos hacen recordar la idea de que se busca mantener inalterado el equilibrio de poderes. Es decir, que existen transformaciones sin que esto modifique el orden de las cosas.

AI.2.8 Datos de bienestar

En este segmento pretendemos obtener datos que nos permitan conocer la situación socioeconómica de las vendedoras de Jafra Cosmetic's. En este espacio encontramos ingresos

39. Para estas preguntas construimos escalas del tipo Likert en las que las encuestadas tenían que responder con una batería de respuestas que van del totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo. Para la interpretación de dicha información asignamos los siguientes valores: Totalmente de acuerdo 2, de acuerdo 1, ni acuerdo ni desacuerdo 0, en desacuerdo -1, total desacuerdo -2.

relativamente altos cuyo promedio es 6,573.91 pesos, pero existe una alta variabilidad. Para comprender ampliamente los datos hemos relacionado con el número de personas que viven en el mismo hogar.

Los datos obtenidos la tabla 34 nos llevan a considerar que no existe una relación entre el número de personas y los ingresos. Por su parte el 35% de las mujeres encuestadas reportaron que su casa tiene 3 cuartos, de los cuales la gran mayoría son utilizados como dormitorio. El 41% tiene teléfono y el 63.90 tienen al menos un auto.

En suma, este es un trabajo que abarca a mujeres de clases medias, con ingresos que se encuentran por encima del salario mínimo. Es decir no se trata de familias pobres. Lo que se explica por el tipo de productos que se comercializan, y se vincula para su explicación en los niveles de estudios (medio).

Anexar tabla 13

AI.2.9 Otros Trabajos remunerados

La posibilidad de realizar otro trabajo remunerado resulta una de las principales características descubiertas en nuestro trabajo. En las páginas siguientes proponemos un esquema clasificatorio a fin de analizar la forma en la que las mujeres se han comportado en relación con otro trabajo remunerado. Como vimos en el grupo anterior tener otro trabajo remunerado puede servir como un factor que inhibe el desarrollo de carrera Jafra o como un factor que la acelera (Véase cuadro otro trabajo remunerado).

Esta distinción es fundamental ya que ayuda a dilucidar los distintos comportamientos ante el mercado de trabajo. La primera variable que hemos utilizado en este campo es entre quienes tienen otro trabajo remunerado aparte de Jafra y quienes no lo tienen. Sin embargo, a efectos de profundizar en el análisis se debe analizar con mayor detalle por lo que estamos proponiendo una subdivisión como sigue:

Anexar gráfico 5

- Si tienen otro trabajo remunerado. Se divide en tres grupos: i) trabajo en el ámbito familiar, ii) trabajo por realización (de acuerdo a la clasificación de García y Oliveira), iii) ejercen su profesión en otros ámbitos.

Anexar gráfico 6

* No tienen otro trabajo remunerado. Esta clasificación la hemos organizado en tres campos: iv) nunca trabajó antes de Jafra, v) suspenden con el nacimiento de los hijos, vi) se dedica al cuidado de los hijos.

AI.2.9.1 Si tienen otro trabajo remunerado

i) Trabajo en el ámbito familiar: en este grupo consideramos a las mujeres que combinan el trabajo para Jafra con el apoyo a un negocio familiar. Esto, en la mayoría de los casos, implica que la familia también ayude en las actividades de ventas de cosméticos. Se pudo observar en la mayoría de los casos que los locales en los que trabajan sirven, también, para la venta de los productos Jafra.

El trabajo familiar como ya se mencionó está relacionado directamente con personas que tienen un bajo nivel educativo y son quienes presentan trayectorias laborales constreñidas a la informalidad o a lo que en otros espacios hemos definido como sectores no estructurados. En este esquema encontramos carreras no exitosas y otras que si lo son. Lo que podemos concluir es que, estos casos, el uso del propio negocio para vender y constituir grupos Jafra es un elemento que permite incrementar las ventas y además genera las redes sociales para formar equipos de trabajo.

Es, también, útil mencionar que los negocios familiares que poseen estas mujeres son en el comercio y, en su mayoría, en las colonias populares de Morelia. Las mujeres que hemos agrupado en este segmento son la expresión de lo que se conoce como estrategias de sobrevivencia. Revisar estos casos nos permite ver arreglos distintos al resto de las familias, ya que se caracterizan porque la cooperación familiar es un elemento preponderante.

ii) El trabajo por realización: Esta es una clasificación que tuvimos que incorporar ya que nos enfrentamos a un caso fuera de lo común. La mujer que hemos incluido en este espacio es aquella que tiene una trayectoria laboral de ama de casa; sin embargo, con posterioridad al ingreso como vendedora de Jafra empezó a realizar otras actividades remuneradas particularmente dar clases de baile. Este tipo de actividad no podía ser considerado como trabajo familiar y tampoco como una actividad profesional: por tal motivo decidimos incluirlo en una forma de trabajo distinta. La clasificación del trabajo por realización la tomamos de Orlandina de Oliveira y Brígida García, quienes consideran que las mujeres de clase media pueden realizar trabajo remunerado con fines distintos a la sobrevivencia, como podría ser el mantenimiento del estatus.

Cabe mencionar que este caso ha sido considerado, en cuanto a su trayectoria laboral, como ama de casa. Sin embargo, tiene una carrera exitosa ya que realiza una serie actividades directivas en Jafra, maneja un amplio grupo de vendedoras y posee una oficina instalada para tales efectos con apoyo secretarial.

En conclusión, existen mujeres que a partir de su ingreso a Jafra han logrado incorporarse a otras actividades remuneradas. Les brinda recursos tanto sociales como económicos y les permite reconocerse como sujetas capaces de obtener recursos económicos mediante el trabajo

iii) Ejercen su profesión en otros ámbitos. Son todas aquellas mujeres que conjugan sus actividades profesionales con las ventas de cosméticos.

En este tipo encontramos una relación directa con quienes tienen una trayectoria laboral que definimos antes como profesionales. La mayoría de las mujeres agrupadas en este campo son

profesoras universitarias, una es profesora de educación básica y otra es *manager* de una empresa transnacional. Es interesante considerar que todas pertenecen al mismo linaje “el grupo de Kika”. Es un grupo que tiene características distintas al resto de los grupos de trabajo. Particularmente merece mención el nivel educativo y el poder adquisitivo. En la entrevista con Guadalupe Flores (quien posee el más alto nivel en el linaje) encontramos una referencia a este grupo: se le preguntaba a Kika que hacía para ascender con tanta celeridad, a lo que la interrogada respondió que: “simplemente la ven, profesora universitaria, con muchos grados académicos y todas piensan que Jafra si era buen negocio”.

En conclusión, estas mujeres aprovechan su posición laboral para el crecimiento en la empresa. Se generan con esto carreras que parten de mayor información sobre la forma de hacer negocios. Además aquí la información se constituye en un factor determinante del éxito.

AI.2.9.2 No tiene otro trabajo remunerado

iv) Nunca trabajó antes de Jafra. Se trata de mujeres cuya única actividad remunerada han sido las ventas para Jafra. Esta es una caracterización que se relaciona directamente con las trayectorias laborales de las amas de casa y con el modelo tradicional de mujer. Para lograr mayor claridad en esta presentación detallaremos algunas características:

Josefina quien ingresó a la empresa con la finalidad de tener los productos a un menor costo. Se trata de un caso que si bien ingresó a la empresa cuando lo hicieron las que hoy son lideresas, no se dedicó a hacer crecer su linaje. La trayectoria de esta mujer es de las consideradas como no exitosas.

Por otra parte Guadalupe Flores⁴⁰, quien es la lideresa de la empresa en el estado de Michoacán refiere que su primer trabajo remunerado fue Jafra, no ha tenido otro. Esta mujer dedica todo su tiempo laboral al mantenimiento del linaje en Michoacán. De hecho es quien, entre las entrevistadas, invierte el mayor tiempo a la empresa y quien obtiene los más altos ingresos.

v) Suspenden con el nacimiento de los hijos. En este grupo encontramos personas que tienen una trayectoria laboral de trabajadoras intermedias, que suspenden su trabajo por el nacimiento de los hijos o por el matrimonio; para muchas de ellas Jafra significa una posibilidad de regreso al mundo del trabajo remunerado.

Este grupo de mujeres dedicó buena parte de su vida al cuidado de los hijos y en un momento deciden ingresar a las ventas de Jafra (véase tipos de entrada). Se trata de mujeres cuyo nivel de calificación no les ofrecía muchas alternativas, esto se conjuga, además, con las exigencias de horario propias de quien se dedica a las labores domésticas. En la entrevista con la Sra. Cerano nos dijo que sólo en Jafra podría ganar lo que gana a su edad, sin estudios y sin descuidar a su familia.

vi) Se dedica al cuidado de los hijos. En este caso se encuentra una mujer que actualmente se dedica al cuidado de los hijos. Este podría ser un subgrupo del anterior (suspenden pero si trabajaron) ya que esta mujer responde a dicha descripción. Sin embargo, lo dejamos a parte ya que brinda posibilidades para observar el comportamiento de este grupo de mujeres.

40. Un caso muy similar es el de Adriana Rodríguez lideresa de León, Gto. Cuya trayectoria es muy similar a la de Guadalupe Flores.

Conclusiones al anexo

La investigación de campo permitió ver los diversos matices que cubren al trabajo de las mujeres que venden Jafra . De manera particular las variantes configuradas en función de la articulación doméstico—extradoméstico.

Las trabajadoras de Jafra son en su enorme mayoría mujeres casadas, con un promedio de edad de 36 años (aunque existen casos que superan los 60) y con hijos pequeños. Los niveles de calificación son bajos al igual que los educativos. Aunque encontramos mujeres con altos niveles educativos. Para las encuestadas una de las mayores ventajas de este trabajo es que permite combinar ambos espacios de la vida sin descuidar ninguno; es decir, permite atender las labores domésticas y las relativas al cuidado de la prole con un trabajo remunerado. Con sus correlativos incrementos de intensidad y de duración de la jornada.

Todo lo anterior confirma las expectativas iniciales, sin embargo encontramos grupos con características distintas. De tal forma que nos encaminamos a inquirir sobre las diversas formas de acercarse al trabajo Jafra, los efectos que esto tiene en las carreras en la empresa y las articulaciones con otros espacios de la vida. De manera particular se analizó la relación con otro trabajo remunerado lo que nos llevó a avanzar en varios sentidos ya que las historias laborales de las vendedoras de Jafra dan cuenta de una variedad de conformaciones, lo que se traduce en que en la empresa conviven mujeres que nunca habían tenido un trabajo remunerado, con quienes han desarrollado una carrera profesional en otros ámbitos.

Nuestra indagación permitió observar que existe otro campo de relaciones que se debe considerar: la relación entre el trabajo en Jafra y otro trabajo remunerado. Se constituye, así, un

campo de nuevas posibilidades para el análisis del problema en estudio, en el que se perciben tendencias a los procesos de precarización del trabajo, el cual no solo abarca segmentos marginados sino a personas de clase media independientemente de que cuenten con trabajos estables. Mismos que se extienden aún a quienes ya poseen puestos laborales con cierta estabilidad.

El trabajo en Jafra lo hemos clasificado como precario por diversas características como la inestabilidad y la ausencia de prestaciones. De manera particular en este capítulo abordamos los aspectos relacionados con el esquema multinivel. Dicho modelo adquiere sentido en una amplia base —muchas vendedoras— en los niveles bajos y muy pocas en los niveles altos. Este aspecto se traduce en altos beneficios para las lideresas y aumentos en las intensidades de trabajo para las consultoras. Además de los aspectos relativos a la inestabilidad y las nulas garantías laborales.

Otro aspecto que se descubrió en la investigación fue la estrecha relación que existe entre el consumo y el trabajo: consumir los productos es parte fundamental del trabajo. Dentro de los muchos aspectos que se movilizan en esta forma de trabajo destaca la necesidad de consumir. Esto tiene sentido al momento que se confunde la necesidad de las empresas de vendedoras o sólo consumidoras.

Hemos desarrollado, también, una clasificación de las formas de entrada que tienen las mujeres y su relación con las carreras que logran desarrollar. Se perfilan variadas maneras de ingresar a la empresa: quien lo hace por ayudar a otra persona, quien lo hace considerándolo buen negocio, y, finalmente, quien lo hace pensando en las características del producto. Todo esto con repercusiones diversas en cuanto a la conformación de las carreras.

Los datos obtenidos permitieron construir clasificaciones de carreras: exitosas y no exitosas, división en la que entran en juego factores tales como las posibilidades de desarrollo en la empresa. Y nos permite demoler la pretensión de que cualquiera puede lograr una carrera exitosa.

El tiempo es uno de los factores que resultan fundamentales en nuestro esquema analítico. Si bien la oferta de la empresa radica en permitir combinar actividades y una aparente libertad la exigencia de jornadas intensas se incrementa en función de diversas variables: las necesidades económicas y la posición en el esquema multinivel. A lo que se debe añadir la saturación del mercado. Lo que resulta en un creciente desplazamiento de otras actividades y se traduce en jornadas cada vez más intensas y de mayor duración, donde se hace evidente que el proceso de liberación del tiempo se traduce en otras actividades y en mayores compromisos para el consumo.

Al igual que con el tiempo sucede con los espacios mismos que con el avance del negocio devienen en formas diversas de reestructura del espacio doméstico. Ya que se requieren mayores espacios para almacenar los productos y para la atención de las compradoras ya las vendedoras del grupo personal.

Se transforman, también, las racionalidades y los recursos del hogar. En cuanto a las racionalidades encontramos que al no quedar claro en que momentos se trabaja y en cuales se convive se mezclan las formas en las que se vinculan las personas. Los afectos y las necesidades del negocio generan formas distintas de trabajo, si se les compara con los modelos típicos de trabajo. En cuanto a los recursos del hogar encontramos que —en la mayoría de los casos— no es posible marcar los límites entre los gastos y los ingresos del grupo familiar. El teléfono

del hogar, el auto, el local, la energía son bienes que sirven tanto para el hogar como para el negocio, generando una zona gris sobre los límites de cada campo.

Finalmente, proponemos una clasificación en la que se pretende conjuntar las diversas condiciones que se han puesto en juego. La primera distinción es entre quienes tienen otro trabajo remunerado y quienes no lo tienen.

El grupo de quienes tienen otro trabajo remunerado ha sido dividido en tres: trabajo en el ámbito familiar, trabajo por realización, ejercen su profesión en otros ámbitos. Mientras que el grupo de quienes no tienen otro trabajo remunerado ha sido dividido en tres campos: nunca trabajó antes de Jafra, suspenden con el nacimiento de los hijos, se dedica al cuidado de los hijos.

Esta clasificación ha permitido reconocer distintas formas de articular el TD con el TED, lo que conlleva distintas concepciones de la vida, la familia y de los ingresos. El esfuerzo encaminado a construir clasificaciones puso en evidencia la necesidad de construir una tipología dicotómica, misma que permitirá establecer un vínculo más productivo en el sentido analítico entre los aspectos teóricos y los empíricos. Cabe aclarar que los datos obtenidos en el trabajo de campo exceden por mucho lo aquí presentado: esto es una síntesis de los aspectos que inciden con mayor fuerza en la conformación de las conclusiones.

Bibliografía

1. Among, O. (1998). "The problem of social type: A review." Electronic Journal of sociology 3(3).
2. Antunes, R. (2001). ¿Adiós al trabajo? Sao Paulo, Cortez Editora.
3. Antunes, R. (2002). Tempo de trabalho e tempo livre. Sao Pablo, CLACSO: 10.
4. Andrade, Graciela. (1997) Empleo, salario, ingreso y consumo en las colonias marginadas de Morelia. Desarrollo urbano regional y ciudades medias en México. Cidem, UMSH. México.
5. Arias, Patricia. (1998) El trabajo femenino a domicilio ayer y hoy. Sociológica, año 13, núm. 37. Economía informal micro empresas y estrategias de empleo. mayo agosto.
6. Ash, Mary Kay. (1995) Mary Kay You can have it al. Prima publishing. USA.
7. Applebaum, H. (1992). The concept of work. New York, State University of New York Press.
8. Arendt, H. (1958). The human condition. Chicago, University Chicago Press.
9. Aronowitz, S. y. W. D. (1994). The jobless future. Minneapolis, Minnesota Press.
10. Aronowitz, S. y. W. D. (1998). La perdida del sentido del trabajo, Segunda Época.
11. Babbie, E. (1993). Métodos de investigación por encuesta. México, FCE.
12. Bachelard, G. (1978). La formación del espíritu científico. México, Siglo veintiuno.
13. Balbo, L. (1994). La doble presencia. Las mujeres y el trabajo: rupturas conceptuales. C. y. C. C. Borderías. Barcelona, ICARIA: 503-510.
14. Baptiste, I. (2001). "Qualitative Data Analysis: Common Phases, Strategic Differences." Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research (on-line journal) 2(3): 26.
15. Beauvoir, S. (1990). El segundo sexo. México, Siglo Veinte.
16. Barker, K. (1993). "Changing assumptions and contingent solutions: The costs and Benefits of woman working full and part time." Sex roles 28.

17. Benería, L. (1992). Las encrucijadas de la clase y género, trabajo a domicilio, subcontratación y dinámica de la unidad doméstica en la Ciudad de México. México, FCE COLMEX.
18. Benería, L. (1999). "El debate inconcluso sobre el trabajo no remunerado." Revista internacional del trabajo **118**.
19. Benssunsán, G. (1998). Los determinantes institucionales de la flexibilidad en México, en Zapata, Francisco, ¿Flexibles y productivos? Estudios sobre la flexibilidad laboral en México, Colmex.
20. Biggart, N. (1989). Charismatic Capitalism: direct selling organizations in America. Chicago, The University of Chicago Press.
21. Borderías, C. y. C. C. (1994). Las mujeres y el trabajo: aproximaciones históricas, sociológicas y económicas. Las mujeres y el trabajo. C. B. e. al. Barcelona: 15-110.
22. Bourdieu, P. (1990). Sociología y cultura. México, Grijalbo.
23. Bourdieu, P. (1999). Actualmente la precariedad está en todas partes. Contrafuegos. Barcelona, Anagrama: 120-128.
24. Bravo, V., Héctor Díaz-Polanco y M. M. (1985). Teoría y realidad en Marx, Durkheim y Weber. México, Juan Pablos.
25. Carrasco, C. (1991). El trabajo doméstico y la reproducción social. España.
26. Carter, R. (1999). Amway Motivational Organizations: Behind the Smoke and Mirrors. Florida, Backstreet Publishing.
27. Castells, M. (1999). La era de la información, Economía sociedad y cultura. México, Siglo XXI.
28. Chalita, P. (1994). "Spatial metaphor and politics of empowerment: mapping a place for feminism and post-modernism in geography." Antiphode **26**(3).
29. Charmaz, K. (1999). Grounded theory. Rethinking Methods in Psychology: 27-49.
30. Chauca, P. (1999). "La micro, pequeña y mediana empresa manufacturera en Michoacán." Economía y sociedad **4**(5).
31. Chauca, P. (2003) "La industria manufacturera en Morelia, Mich.", UMSH, Michoacán.
32. Cidem, (2000) Centro de investigación y desarrollo de Michoacán, El estado en cifras, Disco de datos del estado.
33. Cisneros Puebla, C. (2000). "Schütz: de la tipificación cotidiana a la cuantificación empírica." Sociológica **año 15**(43 mayo-agosto 2000): 59-86.
34. Clements, L. (2000). Inside network marketing. USA, Prima.
35. Cortés, F. (1998). Procesos socioeconómicos y desigualdad en la distribución del ingreso. El papel del sector informal. México, UAM A.

36. Conapo. (2000) Índices de marginación en base al conteo 1995. México.
37. De la Garza, E. (2002) epistemología y sujetos: algunas contribuciones al debate. UNAM P Y V. México.
38. De la Garza, E. (1988). El positivismo polémica y crisis, Hacia una metodología de la reconstrucción. Porrúa UNAM.
39. De la Garza, E. (1998). "¿Fin de trabajo o trabajo sin fin?" Mimeo.
40. De la O, M. E. (2000). Las mujeres frente a la flexibilidad: una reflexión ausente en la sociología del trabajo en México. México, CIESAS.
41. De la O, María Eugenia Y Cirila Quintero (1995) Trayectorias laborales y estabilidad en las maquiladoras de Matamoros y Tijuana. Frontera Norte vol. 7, núm. 13, enero junio.
42. DeVos, R. (2000). HOPE from my heart. USA, Countryman.
43. Denzin, N. (2001). "The reflexive interview and a performative social science." Qualitative Research **1** (1): 23-46.
44. Dombois, R. (1998). La apertura y la crisis de las relaciones laborales en Colombia, en Sindicalismo y Globalización. Venezuela, Nueva Sociedad.
45. Douglas, M. (1996). La aceptabilidad del riesgo según las ciencias sociales. Barcelona, Paidós.
46. Durán, M. Á. (1986). La jornada interminable. Barcelona, Icaria ocho de marzo.
47. Edy, Carolyn. (1999) Avon Malling. American Demographics. EEUU abril.
48. Fitzpatrick, R. a. J. R. (1997). False Profits. Charlotte, N.C., Herald Press.
49. Forrester, V. (1999). El horror económico. México, FCE.
50. Frau Llinares, J. M. (1998). Mujer y trabajo, entre la producción y la reproducción. Alicante, Universidad de Alicante.
51. Galván, F. (1985). El aporte de Weber en la fundación de una sociología alemana. Max Weber: elementos de sociología. C. Nelson. México, UAM-UAO: 11-80.
52. García, B. (1999). Mujer género y población en México. México, COLMEX.
53. García, G. B. O. d. (1986). Encuestas, hasta dónde? Problemas metodológicos en la investigación sociodemográfica. México, Colmex.
54. García, B. y O. D. O. (1998). Trabajo femenino y vida familiar en México. COLMEX. México.

55. García, B. O. d. O. (1996). El significado del trabajo femenino en los sectores populares urbanos. Ajuste estructural, mercados laborales y TLC. México, Colmex.
56. García Canclini, N. (1984). Las culturas populares en el capitalismo. México, Nueva Imagen.
57. Giddens, A. (1995). Afluence, poverty and the idea of a post-scarcity society, UNRISD.
58. Giddens, A. y. W. H. (2000). En el límite. España, Tusquets.
59. Girola, L. (1985). Sobre la metodología de Max Weber: Explicación y comprensión. Max Weber: elementos de sociología. C. Nelson. México, UAM-UAP: 81-126.
60. Glaser, B. (1999). "The future o grounded theory." Qualitative Health Research 9(6): 836.
61. González, M. A. (1995). Las mujeres en Michoacán. Situación actual y construcción de esperanzas. Lo masculino y lo femenino en perspectiva. M. A. González.
62. González, M. A. (1996). Las mujeres en Michoacán. Hacia un nuevo amanecer. México, UMSNH, CEMIF.
63. Gorz, A. (1998). Metamorfosis del trabajo, búsqueda del sentido, crítica de al razón económica. México, Editorial Sistema.
64. Gorz, A. (1999). Misérias del presente, riqueza de lo posible. México, Paidós.
65. Granovetter, M. 1985. Economic action and social structure: the problem of embeddenes. American Journal of sociology 91, 481-510.
66. Guerrero, M. (1999). Integrating paid and unpaid work into national polices, selected papers. New York, UNDP.
67. Guber, R, (1998). El Salvaje metropolitano, Ariel, Buenos aires.
68. Hondenneau, Pierrette y Sotelo. (1994) Gendered transitions, Mexican experiences of immigration. Berkley, California.
69. Hekerman, S. (1999). Max Weber, el tipo ideal y la teoría social contemporánea. México, McGraw-Hill.
70. Heller, A. (1977). Sociología de la vida cotidiana. Barcelona, Península.
71. Hernández, M. (2003). Subjetividad y Cultura en la toma de decisiones Empresariales, tres estudios de caso en Aguascalientes. UAA PYV .
72. Huberman, M., Matthew Miles, (1994). Data management analysis methods. Handbook of qualitative research. N. Denzin.

73. INEGI. (1999). Anuario estadístico del estado de Michoacán. México.
74. INEGI. (2000). Datos preliminares del censo de población y vivienda 2000. México.
75. INEGI. (2002). Censo de población y vivienda 2000. México.
76. INEGI. (2001). Censo de población y vivienda 2000. México
77. INEGI. (1998). Encuesta nacional de Empleo, Michoacán. México.
78. INEGI. (1993). Morelia, cuaderno estadístico municipal. México.
79. Jafra (2000). Guía para el desarrollo de un liderazgo productivo. México.
80. Jaureguí, R. e. a. (1999). El tiempo que vivimos y el reparto del trabajo. México, Paidós.
81. Jelin, E. (1999). Pan y afectos. México, FCE.
82. Kergoat, D. (1994). Por una sociología de las relaciones sociales. Del análisis crítico de las categorías dominantes a una nueva conceptualización. Las mujeres y el trabajo, rupturas conceptuales. C. y. C. C. Borderías. Barcelona, ICARIA: 515-533.
83. Lamas, M. (1996). Introducción. El género: la construcción cultural de la diferencia sexual. M. Lamas. México, Pueg, UNAM.
84. Lamas, M. (2002). Cuerpo: diferencia sexual y género. México, Taurus.
85. Leiva, S. (2000). El trabajo a tiempo parcial en Chile. Chile, CEPAL.
86. León, E. (1999). Usos y discursos teóricos sobre la vida cotidiana. México, Colmex.
87. Lipovetsky, G. (1999). La tercera mujer. Barcelona, Anagrama.
88. Luhmann, N. (1998). Sociología del Riesgo. México, UI, Triana.
89. Makinney, J. (1962). Tipología constructiva y teoría social. Buenos Aires, Amorrourtu.
90. Martínez Aparicio, J. (2003). Lázaro Cárdenas análisis desde la visión de los enclaves. Morelia, Michoacán. UMSH.
91. Mata, A. (1999). "Incorporación de las cuestiones de género a las estadísticas laborales." Revista internacional del trabajo **118**.
92. Medá, D. (1998). "New Perspectives on Work , as a Value." International Labour Review **135**(6).
93. Melgoza, J. (1990). "Tras la huella de la subjetividad obrera, algunas reflexiones desde la sociología del trabajo." Sociológica(14).
94. Milkaman, R. a. E. T. (1999). "Gender and the economy."

95. Mückemberg, U. (1996). "Towards a new definition of the employment relationship." International Labour Review **135**(6).
96. Núñez, Miriam Aidé. (1998). Políticas económicas y pobreza femenina. Mujeres, género y desarrollo, María Arcelia González, editora. UMSNH, 1998.
97. Navarro, J. C. (1997). La marginación por regiones en el estado de Michoacán. Desarrollo urbano regional y ciudades medias en México. Morelia, Mich., Cidem-UMSH.
98. Pandit, N. (1996). "The creation of theory: A recent application of the grounded theory method." The Qualitative Report **2**(4, December 1996).
99. Piore, M. y. C. F. S. (1984). The second Industrial Divide. Possibilities for prosperity. New York, Basic Books.
100. Pompa, I. (1997) Crecimiento urbano y deterioro ambiental de la Ciudad de Morelia. Desarrollo urbano regional y ciudades medias en México, Cidem. UMSH México.
101. Pratt, M. (2000). "The good, the Bad, and the Ambivalent: Managing Identification among Amway Distributors." Administrative Science Quarterly **45**: 2000.
102. Pries, L. (1997) Conceptos de trabajo, mercados de trabajo y "proyectos bigráfico laborales" en Los estudios sobre la cultura obrera en México. UAM FONCA. México.
103. Raygadas, L. (1998). Fábricas con aroma de mujer. Las nuevas culturas del trabajo vistas desde la ópticas de género. Gênero e trabalho na sociologia latino-americana. L. Abramo. São Pablo, II Congreso Latinoamericano de Sociología del Trabajo: 83-100.
104. Rendón, T. (1999). División sexual del trabajo en el México contemporáneo. Foro Población y sociedad en siglo XXI, El Colegio de México.
105. Rendón, T. y Carlos Salas. (1996). Ajuste estructural y empleo: el caso mexicano. Revista latinoamericana de estudios del trabajo. Año 2. Número 2.
106. Rifkin, J. (1996). El fin del trabajo. Barcelona, Páidos.
107. Román, Ignacio. (1999) ¿Qué es el ajuste estructural? Racionalidad e irracionalidad de las políticas económicas del libre mercado. ITESO.
108. Román, I. (1997). El desempleo y subempleo ante el modelo económico la política social. Guadalajara, UANL-UdeG.

109. Salazar, C. E. (1999). Espacio y vida cotidiana en la Ciudad de México, Colmex.
110. Salles, V. (1998). Tipos y tipologizaciones: acercamientos a Weber y Schütz. México, CES, COLMEX.
111. Salles, V. (1999). "Una discusión de aportes y conceptos con base en la revisión de textos clave sobre el género." mimeo.
112. Sennet, R. (1998). La corrosión del carácter. Barcelona, Anagrama.
113. Schütz, A. (1979). El problema de la realidad social. Buenos Aires, Amorrourtu.
114. Strauss, A. (1987). Qualitative analysis for social scientist. Cambridge, Cambridge University Press.
115. Supiot, A. (1999). "The transformation of work and the future of labour law in Europe: A multidisciplinary perspective." International Labour Review **138**(1).
116. Tapia, C. (1997). Marginación urbana y movilizaciones en las ciudades medias en México. Desarrollo urbano regional y ciudades medias en México. Cidem. México, UMSNH.
117. Tienda, M. y. K. B. (1991). "Gender, migration and social change." Internacional Sociology **6**.
118. Touraine, A. (1999). Crítica de la Modernidad. México, FCE.
119. Tuirán, R. (1999). Theoretical approaches to the study of the life course. MIMEO, University of Texas Austin EUA: 69.
120. Tylor, s. B. (1987). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona, Paidós.
121. Valles, M. S. (2000). La grounded theory y el análisis asistido por ordenador. El análisis de la realidad social. J. Ibáñez. México, Alianza: 575-603.
122. Vargas, G. (1985). Apuntes para una geografía económica del estado de Michoacán. Tesis de licenciatura Geografía, UNAM.
123. Velasco, M. L. (2001). Un acercamiento al método tipológico en sociología. Observar, escuchar y comprender. M. L. Tarres. México, COLMEX, PORRUA.
124. Villavicencio, D. (2000). Economía y sociología: historia reciente de una relación conflictiva, discontinua y recurrente. Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo. E. d. L. Garza. México, FCE UAM: 683-715.
125. Walsh, J. (1998). You can't Cheat an Honest Man. USA, Siver Lake.
126. Weber, M. (1984). Economía y sociedad. México, FCE.
127. Zapata, Francisco. (1998). ¿Flexibles y productivos? Estudios sobre la flexibilidad laboral en México. México. Colmex.

128. Zemelman, H. (1997). Sujetos y subjetividades en la construcción metodológica. Subjetividad: Los umbrales del pensamiento social. H. Zemelman. México, Anthropos.
129. Zemelman, H. (2002). Necesidad de conciencia. México, Anthropos.
130. Zenteno, R. (1999). "Tendencias y perspectivas en los mercados de trabajo locales." Ponencia Presentada en el foro: Población y sociedad en el siglo xxi.
131. Zepeda, J. (1988). Michoacán, biblioteca de entidades federativas. México, UNAM.