

TRABAJO PRECARIO Y VENTAS POR CATÁLOGO

ERICA LÓPEZ LARA

Resumen

El propósito de este texto es analizar el quehacer de lo que significa “ser vendedora de artículos por catálogo”, las condiciones en las que se encuentran las vendedoras llevando a cabo esta actividad y la polifuncionalidad de su trabajo. Desde nuestra visión las vendedoras se encuentran ante un trabajo subordinado encubierto y las condiciones de precariedad laboral están latentes en todo momento.

Las ventas por catálogo se tratan de un trabajo subordinado encubierto, llevado a cabo por las vendedoras y no reconocido por las empresas, en su lugar lo que reconocen es una relación comercial y no una laboral.

Palabras clave: trabajo precario, trabajo decente (OIT), neoliberalismo, trabajadores mil usos, multiempleo, trabajo femenino, doble jornada laboral, ventas por catálogo, trabajo subordinado encubierto.

Introducción y objetivos

En este trabajo nuestro interés se encuentra dirigido a las “ventas por catálogo”, un trabajo en donde la estrategia económica de las empresas internacionales consiste en trasladar el riesgo comercial y laboral a las vendedoras. Trabajo en el cual se hacen visibles las redes de ventas totalmente gratis, en lugar que las grandes empresas paguen rentas de espacios fijos y sueldos del personal necesario para vender sus respectivos productos y todo lo que ello implica. Organizándose las redes de ventas de manera piramidal, jugando un papel primordial la red de relaciones sociales y en donde las personas que realizan este tipo de trabajo nada tienen seguro.

En este contexto nos interesa dar cuenta que se trata de un trabajo precario, un trabajo no asalariado, entre la vasta lista de trabajos que no son de calidad tenemos a las personas que se dedican a las “ventas por catálogo”, que sin duda, es un trabajo que implica grandes esfuerzos, *autoexplotación*, presiones, riesgos y costos para las vendedoras.

Por estas y otras condiciones que analizaremos más adelante, proponemos aquí una lectura de lo que significa “ser vendedora de artículos por catálogo”. Dicha propuesta radica en *considerar el trabajo realizado por las vendedoras como un trabajo subordinado encubierto*. Las vendedoras al momento de ingresar a las empresas no son trabajadoras independientes (discurso de las empresas), sino trabajadoras dependientes (realidad), que están sometidas a múltiples constricciones y lineamientos por parte de la empresa: tiempos, modalidades y costos. Las empresas determinan las fechas en las que las vendedoras deben de ingresar pedido y pagar el mismo, fijan los precios y los descuentos (si los hay) de los productos, la duración de las campañas, asignan el porcentaje de ganancias de las vendedoras y los niveles de sus ventas, entre otras cuestiones a las que se encuentran sometidas las vendedoras.

La dinámica del mercado de trabajo en México se enmarca en un contexto de transformaciones mundiales que ha tenido efectos en el aumento de trabajos que no son de calidad, de los niveles de pobreza y desigualdades sociales. Se multiplica con gran fuerza la dinámica que es objeto de nuestro estudio. Este artículo se deriva de una investigación más amplia, en el cual se vinculó las ventas por catálogo y el trabajo precario y para ello se realizó un estudio etnográfico en la Ciudad de México.

Este texto está organizado en dos apartados, en el primero se analiza el contexto laboral de México y América Latina, nos acercamos a una definición del trabajo precario, se da cuenta de la condición estructural en la que se encuentran posicionados los trabajadores, así como la flexibilización laboral conlleva a la implementación de trabajadores mil usos. También nuestra atención gira en torno a la situación laboral de las mujeres ya que, la precariedad laboral que experimentan aumenta debido al hecho de su condición de ser mujeres.

En el segundo apartado argumentaremos que las ventas por catálogo son un caso de relación laboral encubierta, por tanto hablaremos de las empresas multinivel, de las condiciones del trabajo de las vendedoras, de los riesgos y desembolsos a los que están expuestas. Por último, se da pauta a una discusión, a las reflexiones y consideraciones finales.

1. El Trabajo va de mal en peor: flexibilización laboral y el fin del trabajo asalariado

Es conveniente aclarar algunos puntos con respecto a lo que consideramos que es el trabajo precario, para ello nos basamos en el concepto de Trabajo Decente, concepto desarrollado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y forma parte de una metodología que busca evaluar el avance del mercado laboral en México. Para hablar de Trabajo Decente se tomaron en cuenta los siguientes ejes estratégicos¹ (cada uno de los ejes se encuentra integrado por variables):

- (i) *Acceso al empleo*. El primer eje agrupa variables que permiten valorar la composición del mercado laboral entre formal e informal, por nivel de ingresos de la población ocupada, por tiempo trabajado y aquellos que abiertamente buscan empleo.
- (ii) *Seguridad en el empleo*. En este eje se agruparon aquellas variables que muestran las condiciones en los centros de trabajo, recurriendo a variables como son asegurados en el trabajo, accidentes y enfermedades de trabajo.
- (iii) *Derechos laborales*. En este eje se agrupan aquellas variables que muestran el cumplimiento de la ley federal del trabajo en términos de equidad de género, eliminación del trabajo infantil y formalización del trabajo.
- (iv) *Diálogo social*. Para conformar este eje se seleccionaron indicadores que muestran el proceso de negociación obrero patronal, el cual se inicia con el proceso de emplazamiento a huelga, pasa a un proceso de conciliación y en caso de que no se llegue a ningún acuerdo se registra el estallamiento de huelga y/o culmina con la celebración de un contrato colectivo.

Sostenemos que el trabajo en donde están presentes: el acceso al empleo, la seguridad en el empleo, derechos laborales y diálogo social es un trabajo no precario, por su parte, estamos ante un trabajo precario cuando hay ausencia de estas características. De este modo, las características que constituyen el concepto de Trabajo Decente son fundamentales para definir y distinguir el trabajo precario de aquel que no lo es.

Sin embargo, el trabajo precario es el término que mejor define el esquema laboral predominante en México y América Latina en los últimos años, puesto que los trabajadores están perdiendo cada vez más las características mencionadas anteriormente. Esto

¹ OIT. Boletín semestral, año 1, núm.1. Septiembre 2013

encuentra su explicación en el hecho que estamos inmersos en una economía global y polarizada. Por un lado, se encuentran los sectores económicos que logran generar superganancias a expensas de los sectores más desprotegidos y, por el otro, la mayoría de la población que se encuentra en la clase social más desprotegida y con escasos recursos.

Esta situación ha sido generada por la implementación de la globalización neoliberal que dio paso con el Consenso de Washington en los años 90, caracterizado por políticas económicas encaminadas a impulsar el crecimiento económico de los países latinoamericanos. Dichas políticas dieron pauta al libre comercio, desregularización financiera, así como apertura del mercado laboral manteniéndose en situación desventajosa los países subdesarrollados, contrariamente, a los países de primer mundo. A continuación, se desglosan las características del Neoliberalismo²:

- Libre mercado como criterio de bienestar social, empleo y oportunidades para una vida mejor.
- Intervención del Estado en la economía, sólo como arbitro o promotor de la libre empresa y competencia.
- Privatización de la empresa pública.
- Defensa del libre comercio internacional, abriendo las fronteras para mercancías, capitales y flujos financieros sin protección a los pequeños productores.
- Los derechos laborales son considerados un obstáculo para la libre empresa.
- Libre competencia entre personas, empresas y naciones como criterio para el desarrollo económico y social. Todo el que sea incapaz de competir debe desaparecer.
- El interés de la sociedad no existe, sólo existe el interés privado como motor social. Los derechos sociales sólo existen en función de la competencia individual.
- El Estado es el instrumento de la empresa privada y el regulador que garantiza la libre empresa.
- El trabajador asalariado sólo debe disfrutar de los beneficios que es capaz de obtener por medio de la competencia con sus semejantes.

² Robles, Jorge ed. *Glosario Político Sindical*. Fundación Friedrich Ebert. México. 2009: 64

No se hizo esperar una nueva organización de la producción y de la tecnología industriales: el toyotismo y con ello los cambios de las condiciones en las que se mantenían a los trabajadores en las fábricas. El trabajador tenía una tarea específica y repetitiva que atender en el proceso de producción de determinados productos en el fordismo, que estaba basado en cadenas de modelos de montaje, se almacenaba y producía en serie productos idénticos para un mercado masivo. Sin embargo, el fordismo no era capaz de producir en pequeñas cantidades los productos ni mucho menos productos variados y diferenciados, realizados de acuerdo a como cada cliente los solicitaba. Esto si fue posible con el toyotismo en donde los trabajadores pasaron a realizar varias tareas a la vez, presencia de una alta rotación en los puestos de trabajo, surgimiento de la figura del trabajador multifuncional que manejara y controlara a varias máquinas simultáneamente, ejecutara varias actividades y existiera una formación continua, en fin, se trata de pautas laborales flexibles.

Si anterior a la entrada del neoliberalismo las cosas no marchaban bien, con la entrada de este las cosas empeoraron aún más. El neoliberalismo provoca una nueva concepción de la vida y el trabajo. Beneficia a pocos y pone en situación desfavorable a muchos, el mercado laboral se caracteriza por un proceso de precarización que conlleva a que los riesgos e incertidumbres se trasladen a los propios trabajadores poniéndolos en una situación desventajosa, así a través de este proceso las empresas se desligan de los costos sociales que implican los trabajos asalariados.

Los cambios significativos experimentados con la entrada del neoliberalismo, indudablemente repercuten en el mundo laboral; en la calidad de vida de los trabajadores, estando expuestos cada vez más a la incertidumbre laboral, a empleos inestables y mal remunerados. Además, lejos de perderse los mecanismos de control corporativo sobre los trabajadores, con el neoliberalismo se refuerzan, y se pierden las prestaciones sociales de los trabajadores. Ineludiblemente, estos cambios en el mundo del trabajo responden a la lógica de los sistemas económicos globales, a los procesos transnacionales dando como resultado una amplia difusión de mercados laborales flexibles, precarización del trabajo con insuficiencia salarial y desprotección laboral.

Sin duda, la precarización laboral es un tema fundamental para comprender la realidad laboral y social de América Latina. La precariedad se ha convertido en una condición

estructural en la vida de los trabajadores (Guadarrama, 2007) que atraviesa grandes segmentos del mercado de trabajo, incluyendo aquellas ocupaciones que teóricamente deberían tener mejores condiciones laborales por sus exigencias intelectuales (Guadarrama, Rocío, Alfredo Hualde Alfaro y Silvia López Estrada, 2012: 222)³.

En otras palabras, se trata de una nueva forma de emplear y controlar la fuerza de trabajo, ya que la flexibilización laboral posibilita la desindicalización de sindicatos reales, y no de aquellos que están al servicio del patrón, y el debilitamiento de las relaciones colectivas de trabajo, responde a políticas abocadas a una nueva forma de regular el mercado de trabajo más que a una desregulación, con ello se ve afectada gravemente la posibilidad de poder garantizar a los trabajadores mejores condiciones de vida. La flexibilidad laboral⁴ ha sido una respuesta de carácter político, ante el problema distributivo favoreciendo a los dueños del capital en el proceso de acumulación, en detrimento de las condiciones socio-laborales.

Ahora predomina un panorama caracterizado por el deterioro tanto de las relaciones laborales formales como de la organización del proceso de trabajo, degradación de la calidad del empleo, a los trabajadores se les priva del acceso a regímenes de seguridad y provisión social, perciben remuneraciones flexibles según su productividad y rendimiento, ya no se paga el tiempo de trabajo invertido en cierta actividad sino el resultado: el producto. De este modo:

las nuevas formas de organizar la producción han traído consigo una intensificación del trabajo y una demanda de habilidades, destrezas y cualidades personales y competencias laborales más subjetivas de los trabajadores, lo que instaura nuevas formas de explotación

³ "Precariedad laboral y heterogeneidad ocupacional: una propuesta teórico-metodológica". Revista Mexicana de Sociología 74, núm. 2 (abril-junio, 2012): 213-243.

⁴ En términos generales, la flexibilización laboral se manifiesta básicamente en dos formas: una externa, representada por la subcontratación, contratos por tiempo determinado o a medio tiempo, contratos a domicilio, lo que ha sido denominado en doctrina como empleo "atípico", sinónimo del término "precario" utilizado por la Organización Internacional del Trabajo, es decir, la llamada flexibilidad numérica o externalización; y la llamada flexibilización interna o funcional, producto de la aplicación de técnicas modernas de organización productiva y la introducción de nuevas tecnologías, la cual se apoya en la polivalencia o polifuncionalidad del trabajador, que deja de ser visto como una prolongación de la máquina, para ser considerado como un polivalente, multifuncional, con derecho a la información, estimulado para participar y decidir, suficientemente capacitado y entrenado para agregar valor e incrementar la productividad (Fernández, 2006).

y una difuminación de los límites de la vida laboral y la vida no laboral (Godoy, Lorena; Antonio Stecher y Ximena Díaz, 2007:97)⁵.

Estas condiciones están presentes en el trabajo de las ventas por catálogo, las vendedoras deben de poner de sus propios recursos económicos y retóricos para obtener una venta, mientras se está conviviendo con las amigas o en cualquier momento, todo conocido o familiar puede convertirse en un cliente cautivo para las vendedoras.

El trabajo precario está presente tanto en ocupaciones formales e informales caracterizadas por la inestabilidad en el empleo, trabajos de baja calidad (tipo de trabajo), inseguridad económica y social. Quedando expuestos los trabajadores a la maleabilidad, adaptabilidad, disponibilidad, movilidad y deslocalización (Rivas, 2006) de las exigencias y fluctuaciones del mercado global, los mercados aprovechan los excedentes de fuerza laboral a su beneficio.

Las posibilidades de encontrar un Trabajo Decente en el sector formal dentro del marco legal vigente están disminuyendo y están ganando terreno otras formas de trabajo: formas de empleo atípicas, tales como: el trabajo no asalariado, el empleo temporal, a tiempo parcial, por cuenta propia, trabajo a destajo, trabajo por comisiones, trabajo por propinas, la subcontratación y las actividades desempeñadas en el sector informal. Esto ocasiona una fractura en la relación laboral tradicional caracterizada por jornadas de trabajo completas, permanencia y continuidad en el puesto de trabajo (trabajos estables), actualmente existen contextos de gran heterogeneidad productiva y laboral. Estas formas de trabajo atípicas no cumplen con los cuatro ejes estratégicos del Trabajo Decente, son precarias tienen un limitado acceso a la seguridad social, los salarios percibidos son muy bajos y no tienen representación sindical real.

La realidad laboral que se está reproduciendo con mayor frecuencia se destaca por la subcontratación laboral⁶, desprotección social, la mayoría de los trabajadores están

⁵ En *Los significados del trabajo femenino en el mundo global. Estereotipos, transacciones y rupturas*.

⁶ La subcontratación laboral se define como aquella forma contractual en la cual el trabajador, aun cuando está subordinado de facto a una empresa, no existe una relación laboral directa entre la empresa (o patrono) y el trabajador (Fernández, 2006).

expuestos a condiciones laborales llenas de incertidumbre e insalubres, jornadas de trabajo de diez o más horas, se cuenta con un horario de entrada pero no con uno de salida, trabajo intenso generador de mucha fatiga pero poco remunerado, no hay pago por horas extras, alta rotatividad en los puestos de trabajo y en los turnos, los trabajadores están bajo condiciones de multifuncionalidad, salarios reducidos⁷ que no alcanzan a cubrir los gastos básicos de los trabajadores (existe una controversia entre el salario mínimo legal establecido en la constitución mexicana de 1917, el cual en teoría debería cubrir las necesidades de la familia del trabajador “en el orden material, social y cultural, además de proveer la educación básica a sus hijos” (Robles, Jorge. 2009: 69). Sin embargo y pese a ello, en la práctica en México el salario mínimo real no alcanza para cubrir las necesidades básicas de una familia, por lo que se hace necesario que más de un integrante de la familia se inserte al ámbito laboral para contar con otros ingresos, y así poder satisfacer las necesidades de la familia), trabajos no permanentes, sin estabilidad laboral, pocas posibilidades de ascenso, se prolongan los periodos de prueba, sin pago del IMSS, las capacitaciones y entrenamientos se alargan en ese periodo de tiempo los trabajadores no gozan de las correspondientes prestaciones conforme se acentúa en el marco legal, gran parte de los trabajadores carecen de prestaciones sociales, despidos, se obliga a firmar renunciaciones y documentos en blanco (para que los empleadores evadan responsabilidades y costos laborales), renovación de contratos temporales para no generar trabajadores con antigüedad y no alcanzar la jubilación esto con el objetivo que las empresas puedan disminuir sus costos buscando competitividad, buscan desaparecer la protección sindical real para los trabajadores y con ello sus posibilidades de acción y lo más importante, la bilateralidad en las relaciones laborales.

⁷ Los salarios mínimos han dejado de cumplir su función central, establecer estándares mínimos que garanticen el nivel de vida de las y los trabajadores y sus familias. Esto ha ocurrido, en la práctica, no mediante la eliminación del salario mínimo de la legislación laboral, sino mediante la adopción de canastas alimentarias restrictivas que tienden a excluir costos indispensables para garantizar el bienestar de los hogares (Mora, 2005:35).

Trabajadores mil usos

Los trabajadores ahora son nómadas laborales, deben permanecer con disponibilidad de apertura a los cambios y a la adaptación de múltiples experiencias de trabajo, ya sea ocupando diferentes puestos de trabajo dentro de un mismo espacio laboral, es decir, hay una “*rotatividad de actividades en un mismo ámbito laboral*” en un corto plazo de tiempo. En algunos casos, ni siquiera hay tiempo para esto y en su lugar lo que acontece es una “*rotatividad total de ámbito de trabajo*”, continuamente están en busca de una oportunidad laboral y una vez que logran esa oportunidad el tiempo transcurrido es mínimo, nuevamente deben de recurrir a la búsqueda de otro trabajo, pasando de un trabajo a otro, sin una garantía de estabilidad tanto en el empleo como en el ingreso.

Esta nueva forma de regular el mercado laboral se caracteriza por delegar a los trabajadores mayores responsabilidades, el diseño predominante de los puestos de trabajo son visualizados ya no para la ejecución de determinadas tareas fijas sino para la asignación de una multiplicidad de funciones. La expectativa que se está proyectando es que los trabajadores sean “*mil usos*”, los que ocupan los puestos de bajas jerarquías son los más vulnerables ante esta situación.

Parece que el ámbito laboral ya no se regirá por lo rutinario, lo monótono, trabajos de por vida, sino por la incertidumbre, la espontaneidad, la fugacidad y lo volátil. Una modificación en el trabajo trae cambios en el modo de vivir, debido a que el trabajo permea los demás ámbitos de la vida, limita o permite la vivencia de ciertas experiencias y no de otras, así:

El trabajo al transformarse genera distintas conformaciones que darán lugar a nuevos modos de vida (Salles, 1999) produciéndose cambios diversos y 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 (Maza,2000:8).

Ahora bien, bajo este contexto general, se hace necesario que los trabajadores asalariados y no asalariados recurran a otras fuentes de empleo (ya sean formales o informales) simultáneamente, es decir, al multiempleo como una estrategia para contar con *más entradas de ingresos* y hacer frente a la realidad en donde los precios de los productos de la

canasta básica van en aumento. Constantemente, el proveedor de la familia busca emplearse en una heterogeneidad de ocupaciones y a mayor escala:

...las familias han desarrollado múltiples actividades. No sólo la mujer se ha incorporado al mercado de trabajo, sino que los niños y los ancianos participan en la búsqueda de recursos en el ámbito de la informalidad: con ocupaciones domiciliarias, realizando *changas*, trabajos callejeros, etcétera (Burgardt, 2009:156)⁸.

Ante esta realidad la incorporación de la mujer en el mercado laboral está creciendo y se ha hecho notorio, ya que para satisfacer las necesidades familiares se hace necesaria la inserción femenina en el mercado de trabajo y/o de otros miembros de la familia.

Con la crisis del modelo de trabajo garantizado y la aparición del peligro latente de perderlo en cualquier momento, nada es predecible, han aumentado las desigualdades sociales, se han empobrecido enormes capas de la sociedad afectando con mayor fuerza a personas indígenas, personas ancianas, niños y mujeres.

En un mundo de trabajo sumergido en la incertidumbre como el de hoy, es casi imposible que únicamente el jefe (a) del hogar trabaje para cubrir las necesidades elementales de su familia, se hace necesaria la inserción de más de un miembro de la familia en ocupaciones (formales o informales) que los provea de ingresos para el aporte a la economía familiar.

La división sexual del trabajo que históricamente ha existido se pone de manifiesto en el actual mercado de trabajo tornándose en una forma de segregación social, aumentando así los trabajos femeninos precarios e inestables. Esto nos deja claro que el mercado laboral se encuentra cimentado en *valores masculinos* (Guadarrama, 2007) y, con ello, se fomentan las desigualdades sociales y la discriminación laboral por género.

En este ámbito constantemente se están reproduciendo los roles estereotipados de lo que debe “ser una mujer” y lo que debe “ser un hombre” en nuestra sociedad. Bajo este panorama las mujeres se ven obligadas a recurrir a trabajos flexibles que les permita conjugar y compatibilizar las actividades domésticas, el cuidado de los hijos y en ocasiones

⁸ En *Trabajo y capitalismo entre siglos en Latinoamérica. El trabajo entre la perennidad y la superfluidad (tomo II)*.

también, el cuidado de otras personas (roles socialmente asignados y no remunerados) con las actividades de un trabajo remunerado⁹. Experimentan una doble presencia: obligaciones domésticas (trabajo familiar no remunerado) y extradomésticas (Guadarrama, 2007).

La condición que se deriva del “ser mujer” en nuestro contexto es sumamente desventajosa, ya que el trabajo productivo (sea fuera o dentro del hogar) no exenta a las mujeres del trabajo doméstico. Las identidades laborales femeninas atraviesan por la esfera familiar (Guadarrama, 2007). Ello repercute negativamente en la vida de las mujeres ya que implica que el cansancio sea mayor por la doble carga que desempeñan, pese a estas circunstancias los ingresos generados del trabajo que realizan para el aporte al gasto familiar no es reconocido socialmente y, en ocasiones, ni por ellas mismas.

2. Empresas multinivel y ventas por catálogo: un caso de relación laboral encubierta

El mercado laboral ofrece a las mujeres reducidas oportunidades de trabajo que les permita combinar las actividades domésticas con las actividades laborales. Entonces, les parece atractiva la oferta de trabajo que las empresas multinivel internacionales ofrecen ya que, hasta cierto grado, les permite dicha combinación. Sin embargo, este tipo de trabajo es uno de los sectores productivos más vulnerables, inestables y precarios puesto que no constituye una oportunidad de trabajo que sea viable a largo plazo.

Las empresas multinivel se caracterizan por proporcionar a sus vendedores ingresos en función de sus ventas personales, pero también los vendedores reciben ingresos provenientes de las ventas realizadas por las personas que hayan reclutado (ya sea directa o indirectamente), por las ventas realizadas por los integrantes de su grupo (red). Estas empresas tienen como objetivo vender sus productos, sacarlos al mercado global por medio de las personas que fungen el papel de vendedores independientes, que a su vez estos (vendedores independientes) buscan que se integren nuevos vendedores independientes, así

⁹ En ocasiones, tienen que ver con actividades relacionadas a la limpieza del hogar, el cuidado de los niños y enfermos, la preparación de alimentos, el lavado y planchado de ropa. Es decir, actividades relacionadas al “quehacer doméstico”, pero llevadas a cabo en otros hogares distintos al de la trabajadora doméstica recibiendo una remuneración a cambio.

sucesivamente, formando una red de venta. Se perfila un esquema piramidal de ventas, los sujetos que se encuentran posicionados en la parte superior obtienen mayores beneficios a comparación de los que se encuentran posicionados en la parte inferior: “la pirámide es un mecanismo mediante el cual los promotores de supuestas “inversiones” o esquemas de “intercambio” se enriquecen en progresión geométrica mediante los pagos hechos por los reclutas de dichos esquemas”¹⁰.

Esta actividad consiste en una forma singular de comercialización de productos, entre ellos: “...cosméticos y productos de cuidado del cutis; artículos de tocador y de lavandería; aspiradoras y enseres domésticos; especialidades para el hogar; productos de limpieza para el hogar; productos alimentarios y de nutrición; juguetes, libros y productos educacionales, así como ropa, joyería y accesorios de moda, por mencionar algunos”¹¹. Es llevada a cabo por parte de los *vendedores/as* (estos vendedores reciben etiquetas como “trabajadores independientes”, “vendedores directos independientes”, “consultores independientes”, “representantes independientes”, “comerciantes independientes”, “socios activos”, “microempresarios”, etc.) hacia los consumidores de forma directa, cara a cara, al margen de un establecimiento comercial fijo. En su lugar, la comercialización de los productos surge en una infinidad de espacios posibles como el interior de la casa del vendedor, en casa de los consumidores, en el mercado, la oficina, la escuela e inclusive se comercializan los productos de tales empresas a través de la forma tradicional de comercio: el tianguis.

O bien, en otras palabras:

La venta directa por catálogo es un método de distribución de productos de consumo y servicios, realizado directamente con los consumidores/as, por medio del contacto personal de un vendedor o vendedora independiente, fuera de un establecimiento comercial fijo; generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros o en su lugar de trabajo. (Ramírez Madrid, Margarita y Sohely Rúa Castañeda, 2008: 7).

Este esquema de ventas fue empleado en sus inicios por empresas internacionales como Avon, Tupperware y Amway. Ahora, hay una variedad de empresas de este tipo, tales como

¹⁰ WFDSA: *Ventas en pirámide*. http://www.wfdsa.org/legal_reg/index.cfm?fa=sp_ppaper1 (fecha de consulta: 22 diciembre 2013).

¹¹ WFDSA: *Venta directa*. http://www.wfdsa.org/legal_reg/index.cfm?fa=sp_ppaper2 (fecha de consulta: 22 diciembre 2013).

Jafra, Arabela, Mary kay, Fuller, Zermat, Oriflame, Herbalife, Omnilife, Kromasol, etcétera.

Los propósitos de las empresas de este tipo mediante el sistema de ventas empleado: ventas directas por catálogo, consisten en ampliar la planilla de sus consumidores: *clientes directos* (las vendedoras) y *clientes indirectos* (estos son los clientes de las vendedoras), que de otra forma sería prácticamente imposible de llegar a ellos, ya que debido a la labor de las vendedoras los productos de estas empresas logran posicionarse en el mercado local y global; facilitar a los clientes indirectos la tarea de compra (sin necesidad de asistir a los centros comerciales para adquirir ciertos productos), ya que bajo la modalidad de venta que estamos estudiando usualmente los productos son entregados en las puertas de los domicilios, en el lugar de trabajo o en un lugar cercano/accesible a los clientes; también las empresas buscan facilitar la tarea de elección de compra entre la gama de productos que ofrecen a través de la asesoría de las vendedoras, esta es la razón por la que constantemente las empresas se interesan en impartir cursos de entrenamiento a su fuerza de ventas con el objetivo que las vendedoras conozcan las características de los productos, y así poder recomendarlos a sus clientes y vender.

Este sistema de ventas empleado les permite a las empresas constantemente ampliar la extensión de su fuerza de ventas, ya que en cualquier lugar y en cualquier momento se encuentra una mujer que se puede convertir en una potencial vendedora, contrarrestando así el alto índice de rotación de estas trabajadoras características.

Condiciones del trabajo de las vendedoras

La situación real de las vendedoras parece indicar que de “independientes” (manera como las empresas se empeñan en denominarlas), no tienen nada, sino todo lo contrario, se encuentran subordinadas ante una empresa desde el momento que ingresan se les pide firmar un contrato meramente mercantil, en donde se estipulan las cláusulas de la venta de los productos, les rigen determinados plazos de tiempo para meter y pagar los pedidos a la empresa, la duración de los catálogos y las campañas. A cada vendedora se le designa un número de folio que la identifica como clienta de la empresa, deben de apegarse y tener presente la visión y misión de la empresa, asistir a los eventos y cursos de capacitación, se

encuentran clasificadas dentro de la estructura organizativa de la empresa, promueven los productos, se acatan a los precios fijados por la empresa, reciben premios si logran acumular el volumen de ventas y reclutamiento requerido, los premios son mejores si se obtienen mayores ventas.

Al momento de ingresar a la empresa les obliga, de manera sutil, adquirir un paquete de inicio, “kit de inicio”, bajo el discurso de ser esta la herramienta fundamental para iniciar su propio negocio y para que la vendedora cuente con un inventario para mostrar a sus clientes, también se les pide cubrir cierto monto mínimo inicial de venta. El “Kit de inicio”, es una forma velada de pago de inscripción para las mujeres interesadas en ingresar, es decir, al momento de ingresar las vendedoras experimentan un desembolso que no les garantiza la permanencia en la empresa y las obliga a trabajar para recuperar esa primera erogación.

La labor de las ventas por catálogo constituye una de las múltiples formas de trabajo que no van de acuerdo a lo que sería el Trabajo Decente porque “traslada a los propios trabajadores responsabilidades de gerenciamiento (<<el trabajador empresario>>) dándoles más espacios de autonomía, creatividad y de despliegue de sus calificaciones, que en la práctica promueven comportamientos de <<autoexplotación>> (Todaro y Yáñez, 2004:70)” (Guadarrama, 2007: 89).

Vendedoras: trabajadoras polifuncionales

Esta actividad en la práctica demanda de las vendedoras compromiso, creatividad, desembolsos continuos y tiempo. En esta investigación nos dimos cuenta también que las vendedoras son trabajadoras polifuncionales porque su labor no sólo se limita a mostrar a sus clientes el catálogo para obtener una posible venta, sino que realizan funciones adicionales y entrelazadas entre sí, que deben de desempeñar para cubrir la función esencial que es la venta, una de ellas es de brindar asesorías sobre los productos. Estas asesorías en Tupperware se les llama demostraciones o fiestas Tupperware, por su parte, las empresas que se encargan de comercializar cosméticos se refieren a ellas como “sesiones de belleza”.

Otras funciones que realizan las vendedoras es la de hablar de las promociones de la empresa, acordar las condiciones y modalidades de pago, tramitar pedidos, realizar pagos al banco, asistir a reuniones, capacitaciones y de manera constante se encuentran en búsqueda de nuevas vendedoras; las mujeres que han conformado a un grupo de vendedoras, deben de capacitar, coordinar, organizar y motivar a sus vendedoras, parte de los ingresos que ellas perciben provienen del desarrollo y el nivel de ventas de su grupo. Si una mujer logra tener a la mayor parte de sus integrantes activas cumpliendo con los niveles de ventas requeridos, obtendrá mayores beneficios e ingresos comparado con una mujer que tenga activas solo a unas cuantas integrantes de su grupo. Las tareas y funciones se complejizan cuando las mujeres tienen a su cargo a un grupo ya que, además de las ventas personales, deben de estar al pendiente de la funcionalidad de su grupo de vendedoras, puesto que se encuentra en juego parte de los ingresos que se derivan a partir de sus vendedoras integrantes.

P.-... ¿Este cheque que me comenta cada cuando le llega?

R.-Cada mes, después del 6 ya viene mi tarjeta, voy y lo cobro. El cheque es de acuerdo a lo que vendan las chicas que yo meta y también lo mío, las ventas mías. Yo apenas soy animadora, pero hay 10 categorías, hay animadora A, animadora AA, cuando se llega a AA ya te dan seguro, Lady, Lady Junior empiezas a subir te regalan carros, las Ladies Grand Máster tienen miles y miles de gente.

Yo a mí gente la capacito cada mes para darles estrategias de ventas, como recomendar, como cobrar, aprender a sacar los costos, como sacar IVA, como ingresar a la gente, aquí haces un carrera si tú quieres. Las cito tal día, les invito un café, una frutita o yogurt (...) cuando se acerca la fecha para meter pedido todas tus chicas te hablan te dan sus pedidos, te preguntan, les tienes que resolver sus dudas, aquí la haces de todo de secretaria, administradora y de capacitar...

(entrevistada 1, enero del 2013).

P.-...Y ese cheque ¿de qué depende?

R.-Depende de cómo yo motive a la gente y enseñe a trabajar para que ellas a su vez les den un buen servicio a sus clientes. Yo ya dirijo a un grupo.

P.- ¿De cuántas personas es su grupo?

R.-Oscilo, ahorita entre 30-35 personas...

(entrevistada 2, abril del 2013).

Los ingresos no dependen de las horas de trabajo empleadas para la realización de determinada tarea, sino de los resultados obtenidos de ese trabajo. Las vendedoras sacan de sí mismas lo máximo de sus energías y esfuerzos para cumplir con las metas establecidas por las empresas. Las ventas directas por catálogo es una actividad que se entrecruza con otras actividades, coloniza el tiempo libre y, más allá de este, capitaliza las relaciones sociales, necesita de bastante organización, y no se sabe exactamente donde empieza y donde termina dicho trabajo ya que, hay un entrecruzamiento entre las actividades domésticas y otras actividades laborales, actividades remuneradas. Mientras las vendedoras se encuentran realizando actividades domésticas y/o alguna(s) actividad(es) remunerada(s), ejecutan al mismo tiempo actividades relacionadas con las ventas por catálogo. Estamos ante una fuerza laboral que:

...no se adquiere de manera continua (como sucedía en el trabajo típico), sino que se hace en tiempo discontinuo y sin un lugar determinado. (De la Garza, 1998) Pensamos que esta forma de organizar la jornada hace que la fuerza de trabajo se comprometa más que la comprada por un lapso de tiempo determinado, ya que se generan otras formas de presión. 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 factor del trabajo. (Gorz, 1999). (Maza, 2000:13)

El trabajo de las ventas a simple vista pareciera fácil, sin embargo, es una labor compleja, insegura, con un alto grado de presiones, riesgos y tensiones que recaen sobre las vendedoras.

...yo tenía clientela de 11 de la noche porque a esa hora llegaban de trabajar y ahora ya no, como que fui recorriendo poco a poco el horario porque tampoco puedo andar muy noche en la calle, se ha puesto muy feo por la Moctezuma. En una ocasión, cuando fui hacerle visitas a mis clientas un chavo me iba siguiendo y me asuste, más porque ya era noche, pues se encuentra uno con peligros porque la gente que nos ve y sabe lo que vendemos ha de pensar que traemos dinero, si se ha puesto feo. Corre uno riesgos, pero ahí le andamos echando ganas.... (entrevistada 3, marzo del 2013).

Lo que cuesta ser vendedora: riesgos y desembolsos

Algunas mujeres invierten parte de su tiempo y dinero promocionando los productos, realizando demostraciones y sesiones de belleza sin tener la seguridad que de estas demostraciones se obtengan ventas, ni nuevas vendedoras. Lo que sucede, en repetidas ocasiones, es que el tiempo y el dinero empleados terminan traduciéndose en esfuerzos en vano, en trabajo sin resultado alguno. Las vendedoras para poder realizar demostraciones deben de comprar, con dinero que sale de sus bolsillos, los productos que van a ocupar, por ejemplo, en el caso de las vendedoras de cosméticos como Mary Kay y Jafra, *adquieren* cremas faciales, mascarillas, maquillajes, labiales, etc., que utilizan al momento de llevar acabo las sesiones de belleza.

También se encontró que otro de los pagos cubiertos por ellas son los costos de envío de pedido, es decir, les cobran el transporte para que los pedidos lleguen a sus domicilios. Aunque también está la posibilidad de que las vendedoras vayan a recoger sus pedidos al centro de distribución correspondiente, y de esta manera eviten pagar directamente a la empresa tales costos. Sin embargo, se recurre a una forma de gasto indirecto, ya que las vendedoras que acuden al centro de distribución gastan en gasolina en el caso de tener transporte particular, o en pasajes para trasladarse y recoger sus pedidos. De cualquier forma que sea, esta situación les genera gastos y disminuye el porcentaje de sus ganancias.

Otro de los factores que generan desembolsos para las vendedoras es referido a los catálogos debido a que las empresas sólo proporcionan una cantidad limitada. Si las vendedoras requieren más catálogos de los que la empresa otorga, los tienen que comprar. Lo mismo sucede con aquellas vendedoras que desean entregar los productos a sus clientes en bolsas de plástico con el diseño de la empresa y con su respectiva notita, tanto las bolsas como los blocks de notas tienen costo para las vendedoras que los soliciten:

P.-...Por ejemplo, si uno vende \$3,000 en una campaña ¿Cuánto le queda de ganancia para uno?

R.-Viene saliendo como el 22% o menos porque nos cobran folletos, las libretas de notas, impuestos, el reparto de camioneta. ¡Nos cobran todo! y Avon dice que nos da las herramientas. También batallamos cuando viene un producto mal y nos lo cobran.

También Avon ya nos está pidiendo los catálogos que se los entreguemos al repartidor para la campaña de reciclaje y ya no talar más árboles, esos folletos nos cuesta a nosotras, todo nos cobra. Nos cobra algo que no llega, pero lo facturan y no nos creen que sean faltantes. (entrevistada 4, marzo del 2013).

P.-¿Cuánto le daban de comisión en AVON?

R.-Según nos dan el 30%, pero me puse a hacer mis cuentas y saque que nos dan el 17% porque nos descuentan todo, la camioneta, los folletos (...). (entrevistada 5, abril del 2013).

Un gasto más al que están expuestas las vendedoras tiene ver con el hecho que de manera frecuente les envían junto con su pedido productos adicionales no solicitados, muestras de perfumes, cremas, productos que se acabaron de lanzar al mercado: productos de introducción. Las vendedoras se ven obligadas a pagar los costos de los productos adicionales, en su factura vienen incluidos: “Nos mandan cosas que no pedimos, pero cosas caras. Nos las facturan y las tenemos que vender” (palabras de una entrevistada: marzo del 2013).

Las posibilidades de no poder desplazar estos productos son altas y la mayoría de las veces representa pérdidas para las vendedoras. Hay incertidumbre acerca de si podrá ser vendido ese producto que no fue solicitado y que ya fue pagado a la empresa y, en el caso que la vendedora logró desplazarlo, lo vende generalmente por debajo del precio que le cobraron. Sin duda, el envío de productos adicionales en los pedidos de las vendedoras representa pérdidas para ellas en tanto que para la empresa representa ganancias.

El gasto en transporte es otro de los aspectos presentes entre las vendedoras, algunas de ellas viven lejos del centro de distribución, del lugar donde las capacitan y asistir a las reuniones convocadas por las empresas implican gastos en transporte los cuales, son absorbidos por ellas.

Del mismo modo, con tal de cumplir con el objetivo principal de este trabajo que es la venta y el reclutamiento, algunas vendedoras se desplazan a diversos lugares aunque estos se encuentren alejados de su domicilio, asumiendo los costos que este traslado genere: “...cuando vengo para acá a vender, tengo que pagar pasajes...” (palabras de una

entrevista: marzo del 2013), van a casa de sus clientes o en busca de otros posibles clientes. En este sentido, las vendedoras se vuelven exploradoras de la ciudad y del espacio, asumiendo los peligros que esta exploración pudiera contraer.

La modalidad predominante que emplean las empresas con respecto a la forma de ingresar los pedidos es la “vía virtual”, la cual trae consigo riesgos económicos que impacta mayoritariamente en aquellas mujeres que tienen poco conocimiento acerca del funcionamiento tecnológico de las computadoras, un “error de dedo” les podría salir bastante caro, ocasionándoles un desembolso grave. Además, el ingreso de pedido por “vía virtual” es un aspecto más con el que se busca encubrir una auténtica relación laboral, por medio de esta modalidad las empresas buscan generar clientes virtuales y no trabajadores, desvinculándose así de cualquier relación laboral.

P.- ...¿Y esto del pedido por internet usted cómo lo ve?

R.-Yo no sé de computadora, entonces el que me hace favor es mi hijo, pero luego no está de humor. Con lo que hemos visto la mayoría de la gente no sabe ocupar la computadora y entonces ¿cómo le vamos a hacer para meter el pedido por internet?. Lo que queremos es que nos sigan mandando las cosas así como estamos metiendo la hoja de pedido y entregárselas en la junta. No queremos hacerlo por internet, no todas somos jóvenes ahí, no todas saben de la computadora. Inclusive yo metí a una de mis ahijadas a Avon, ella quiso meter el pedido por internet y apretó mal las teclas, en lugar de 10 le mandaron 100 productos, andaba como loca no sabía qué hacer, hablo a Avon y les dije: “es que no sé yo manejar la computadora”, y le dijeron: “no sé cómo le vas a hacer, tú tienes que pagar los productos” y la muchacha lloraba. Precisamente por eso, no queremos el internet y casi la mayoría es gente grande, hay gente joven también, pero tampoco sabe ocupar la computadora...

(entrevistada 6, marzo del 2013)

Una de las dificultades constantes de este trabajo a las que se enfrentan las vendedoras está relacionada con los pagos: *la morosidad de los clientes* (Ramírez Madrid, Margarita y Sohely Rúa Castañeda, 2008) en este tipo de ventas juega un papel importante el manejo del crédito y la confianza. La incertidumbre que los clientes no les paguen en el lapso de tiempo convenido a las vendedoras está latente, así como hay clientes que pagan puntualmente, hay clientes que no pagan el día acordado y otros aún, ni siquiera pagan. No

obstante, les hayan o no pagado sus clientes, las vendedoras deben de pagar dentro del plazo de tiempo estipulado por la empresa, ya que así se encuentra establecido en el contrato mercantil que firman al momento de ingresar a las empresas. Las vendedoras deben de pagar a tiempo para poder recibir el siguiente pedido:

...hay clientas que te quedan a deber. Yo ahorita como ya no vendo mucho mis clientas me pagan bien, me vienen a pagar aquí, pero cuando yo vendí mucho, mucha gente deja de pagar y nosotros debemos de pagar esos productos, nuestra ganancia se va ahí y si nuestra ganancia no alcanza debemos de poner de muestra bolsa...

(entrevistada 7, mayo del 2013).

P.-Y... ¿Cómo ha sido su experiencia con los pagos por parte de sus clientes?

R.-Ya se me fue una sin pagar. Al principio, empezó muy bien, era muy buena clienta y le di la confianza que se llevara unos productos y me los pagara después, a la señora ya no la vi jamás.

(entrevistada 8, abril del 2013).

Las vendedoras ante el incumplimiento por parte de algunos de sus clientes se ven obligadas a recurrir a diversas alternativas para a completar el dinero y poder realizar el pago del pedido correspondiente. Lo que a mayor medida sucede es que pagan con su propio dinero o piden préstamos, toman parte del gasto que está destinado para la economía familiar, la situación de las vendedoras hace que se vean atrapadas en el juego del “estire y afloje del dinero”, ya que lo realmente difícil no es conseguir que los clientes les encarguen productos sino cobrar y juntar el dinero de esos productos para poder pagar el pedido, las vendedoras piden que les preste dinero el esposo o algún otro familiar.

Todo ello, en general, representa riesgos y costos trasladados a las vendedoras que, más bien, les debería de corresponder a las empresas. Una de las mayores dificultades dentro de esta labor radica en el acto de cobrar por todas las implicaciones que pudiera tener. Las vendedoras se sienten presionadas y estresadas por las actividades que realizan: por el cumplimiento de ventas, metas y pagos.

Las presiones y riesgos aumentan para aquellas mujeres que venden productos de más de una empresa, ya sea porque los clientes no pagan a tiempo y ellas deben de pagar en tiempo

y forma a las distintas empresas, los pagos de las diversas empresas se les juntan así como las metas y ventas que deben de cumplir con cada una de ellas.

Si el ingreso que reciben las vendedoras depende del nivel de ventas y de las personas reclutadas, el que tengan que cubrir estos pagos implica una reducción en sus ingresos. Esto nos lleva a afirmar que el trabajo de las ventas constituye una labor que requiere de grandes esfuerzos, autoexplotación, sobreexplotación y un desembolso por parte de las vendedoras. Es una actividad con altos niveles de riesgo e inestabilidad, en donde los ingresos son muy inciertos a pesar de todo el trabajo realizado por las vendedoras.

Discusión y consideraciones finales

Este texto muestra en efecto que las vendedoras se encuentran ante un trabajo subordinado encubierto, que requiere de mayores exigencias y dedicación que un trabajo asalariado contratado por determinado lapso de tiempo al día, a la semana, etc.

Una relación laboral auténtica: empresas-vendedoras

Las empresas de este tipo buscan reducir los costos laborales y fragmentar las relaciones laborales que pudieran generar las fuerzas de ventas (las vendedoras). En este estudio nosotros sostenemos que sí existe una relación laboral implícita entre las vendedoras y las empresas, aunque en los discursos de las empresas se emita todo lo contrario. Entonces, se trata de una relación laboral encubierta por denotaciones como “microempresarias”, “socias”, “comerciantes independientes”, “consultoras de belleza independientes”, entre otras. Los hechos demuestran lo contrario, más bien se trata de trabajadoras subordinadas y dependientes con muchas funciones que cumplir a tales empresa.

Desde sus inicios, estas empresas han etiquetado a las vendedoras como “*trabajadoras independientes*” en sus diferentes acepciones (comerciante independiente, consultora de belleza independiente, damas Arabela etc.), ofrecen a las vendedoras la posibilidad de tener su propio negocio: hacerse microempresarias, flexibilidad en el horario de trabajo, prometen un desarrollo personal y profesional para las vendedoras, prometen obtener éxitos ilimitados e ingresos elevados, ante estas proposiciones las mujeres reaccionan emotivamente, situación que favorece a las empresas. En otras palabras, de lo que se trata

es de transmitir, promover y poner a la venta una “*imagen de éxito*” (Maza, 2008:88): un lugar en donde “los sueños se cumplen” y la mujer se convierte en la figura estrella de este ámbito, esto es lo que se enfatiza constantemente en la filosofía de las empresas de este tipo.

Sin embargo, el cumplimiento de sueños y la imagen de éxito son cada vez más escasos, se encuentran en constante degradación, o cuando más, requiere de mayores esfuerzos por parte de las vendedoras por lo costoso que resulta llegar a cumplir con las metas exigidas por la empresa para ganar tal o cual regalo. Situación que se deriva a partir de:

La información con la que las mujeres ingresan a este mercado es muy reducida, por lo que nunca se calcula la posibilidad de que se trate de un mercado saturado. Es decir, si una persona cercana ha laborado en este negocio con cierto éxito, no se puede inferir de manera automática que cualquiera que entre podrá tener el mismo éxito; de hecho, las posibilidades de éxito son cada vez menores. (Maza, 2000:88)

En realidad, lo que buscan las empresas es ampliar, conservar y capacitar a sus redes de *clientes*, categoría asignada a las personas que se encargan de distribuir sus productos. Las empresas definen a las vendedoras como clientas y no microempresarias como pretenden hacerles creer, menos aún como trabajadoras, pese a toda la serie de obligaciones laborales que las vendedoras están obligadas a cumplir con la empresa. Lo cual es una situación sumamente desventajosa para las vendedoras porque no se les provee de una remuneración fija, seguridad social, pensiones y demás derechos laborales que les debería de corresponder, frente a una ocupación tan fatigosa y costosa como es la labor de las ventas de este tipo particular. El ingreso que perciben las vendedoras es resultado del descuento que las empresas hacen en función de la cantidad de ventas, obtienen premios o dinero por inscribir a referidos y obtienen cierto porcentaje designado por la empresa proveniente de las ventas de los referidos. Estos ingresos son flexibles, precarios y esporádicos.

Las denominaciones que las empresas les asignan a las vendedoras para categorizarlas tienen una importancia ficticia porque lo importante para las empresas es su nivel de ventas disfrazando a través de una supuesta relación comercial la verdadera relación laboral.

La labor de las ventas por catálogo es mucho más absorbente ya que, para llegar al objetivo deben cumplir con las metas de venta individual y grupal, así como con el número de personas que las vendedoras deben reclutar cada determinado tiempo, porque así lo requieren las empresas. Para cumplir con esto, las vendedoras deben agotar sus recursos económicos y sociales sin importar el tiempo que se lleven en la realización de tales objetivos. Entonces, estamos frente a una labor en donde se trabaja por objetivos y en base a ellos se obtienen beneficios, no importando ni el tiempo, ni el método, ni los sacrificios empleados para llegar a ellos experimentando las vendedoras una autoexplotación en sentido económico y físico.

Las ventas por catálogo se trata de un trabajo no asalariado, sin remuneraciones seguras ni fijas, sin un tipo de protección social, con un grado latente de riesgo y, no obstante, con un elevado nivel de exigencias y costos. Además, constituye una labor que no es reconocida socialmente como trabajo con todo lo que ello implica, lo cual es inaceptable y lamentable porque realmente la labor que realizan las vendedoras es agotadora, tiende a infiltrarse en todo espacio y relación social, las vendedoras invierten parte de su tiempo para llevar a cabo esta labor y, además, tienen obligaciones que cumplir con las empresas. Considerando lo anterior, es digna de reconocerse como trabajo propiamente. Esto deja ver que dentro de la precariedad laboral hay obligaciones que los trabajadores deben de cumplir. Al no ser reconocidas las vendedoras como trabajadoras propiamente, hace que la situación en la que se encuentran sea aún más precaria y llena de desventajas para ellas.

El hecho que las empresas establezcan una estructura organizativa para las vendedoras no implica que reconozcan que existe una relación laboral con ellas, sin embargo, representan riesgos, presiones y una forma de controlar a las vendedoras. Las empresas logran acumular ganancias valiéndose de los roles tradicionalmente asignados a las mujeres. Sin duda, esto implica un riesgo porque es difícil trazar una línea divisoria entre ambos trabajos, tanto las relaciones sociales como los espacios de la vida cotidiana se vuelven vulnerables ante las actividades de las “ventas por catálogo”. Debido a que en cada relación social establecida se espera encontrar a un posible comprador; la casa se convierte en una especie de oficina para la mujer-vendedora porque ahí es donde recibe los pedidos, otras mujeres la van a buscar para tratar asuntos vinculados con las ventas, el teléfono de la casa se convierte en

uno de sus instrumentos principales, y también es común que dentro de la casa se designe un espacio, es decir, una pequeña bodega para almacenar productos en lo que logra venderlos.

Entonces, afirmamos que la relación existente entre las empresas de este tipo y las mujeres que se encargan de vender-distribuir sus productos es una *relación laboral* porque el papel de “empleador” lo toman las empresas y el de “empleados” las vendedoras. Sin embargo, esta relación laboral que sostenemos que existe se encuentra oculta y disfrazada por una supuesta relación mercantil. Ello tiene su lógica ya que, de esta manera las empresas buscan deslindarse de cualquier obligación laboral con las vendedoras (que, finalmente, y para nosotros son trabajadoras), etiquetándolas como clientas y bajo un respectivo número de registro. De lo contrario, si las empresas reconocen a las vendedoras como trabajadoras implica el cumplimiento de costos laborales, reduciéndoles el nivel de ganancias.

Por último, mencionaremos un caso que en efecto muestra la existencia de la relación laboral del tipo que hemos insistido aquí. Las vendedoras de Avon en un tiempo si fueron reconocidas como trabajadoras de tal empresa, a tal grado que tenían seguridad social, con el transcurrir del tiempo tal derecho les ha sido negado, ya no son consideradas trabajadoras sino vendedores independientes. Ello respondiendo al sistema económico global en donde las ganancias de las empresas se ven amenazadas por la competencia, afectando de esta manera y gravemente a los trabajadores, las empresas buscan reducir costos sociales que derivan de trabajos asalariados.

Ante esta situación algunas vendedoras de Avon se han organizado y han formado una asociación civil: Cosmogar, A.C., cuyo objetivo buscado es ser reconocidas como trabajadoras y por lo tanto les devuelvan el seguro social. Dicha asociación se encuentra en movimiento para obtener tal reconocimiento y consigo los derechos laborales.

Bibliografía

Bialakowsky, Alberto L., Raquel Partida, Ricardo Antunes, Jorge Carrillo, María I. Costa, Nise Jinkings, Marcos Supervielle (comps.)

2009 *Trabajo y capitalismo entre siglos en Latinoamérica. El trabajo entre la perennidad y la superfluidad (tomo II)*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.

Fernández, León

2006 “Flexibilización y precarización laboral”, Fundación Escuela de Gerencia Social. Ministerio del poder popular para la planificación y desarrollo, Caracas.

Guadarrama, Rocío, Alfredo Hualde Alfaro y Silvia López Estrada

2012 “Precariedad laboral y heterogeneidad ocupacional: una propuesta teórico-metodológica”. *Revista Mexicana de Sociología*, pp. 213-243.

Guadarrama, Rocío y José Luis Torres (Coords.)

2007 *Los significados del trabajo femenino en el mundo global. Estereotipos, transacciones y rupturas*, Barcelona: Anthropos; México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa, División de Ciencias Sociales y Humanidades.

Maza Díaz Cortés, Octavio Martín

2000 “Análisis de las formas de trabajo no asalariado y su relación con los diversos espacios de la vida cotidiana. Un estudio de caso las vendedoras de Jafra Cosmectic’s en Morelia, Michoacán”. Tesis de maestría. UAM-I.

Mora, Minor

2005 “Ajuste y empleo: notas sobre la precarización del empleo asalariado”. *Revista Ciencias Sociales*, pp. 27-40.

OIT

2013 Boletín semestral, año 1, núm.1. Septiembre.

- Ramírez Madrid, Margarita y Sohely Rúa Castañeda
- 2008 *Mujeres que venden y compran sueños. Vendedoras directas por catálogo en Medellín y el Área Metropolitana*, Colombia, Escuela Nacional Sindical (ens).
- Rivas, Ana M^a
- 2006 “El empleo o la vida: Perder el empleo para conservar la vida o renunciar a la vida para conservar el empleo ¿De qué conciliación hablamos?”. *Revista de Antropología Iberoamericana*, pp. 367-374.
- 2009 Robles, Jorge
Glosario Político Sindical, Fundación Friedrich Ebert México, Frente Autentico del Trabajo-México.
- WFDSA
- Ventas en pirámide*. http://www.wfdsa.org/legal_reg/index.cfm?fa=sp_ppaper1
- Venta directa*. http://www.wfdsa.org/legal_reg/index.cfm?fa=sp_ppaper2
- (fecha de consulta: 22 diciembre 2013).