

**CARACTERIZACIÓN DEL FENÓMENO DE LA PRÁCTICA DE VENTA
DIRECTA BAJO CONDICIONES DE DESPROTECCIÓN LABORAL Y SU
ACEPTACIÓN DENTRO DEL MARCO SOCIAL Y LABORAL**

**ERIKA LEAL HERNÁNDEZ
ADRIANA ROCIO LÓPEZ DELCAMPO
YULY ALEXANDRA RODRIGUEZ PÉREZ
WBEIMAR SÁNCHEZ BENAVIDES**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA
BOGOTÁ D.C., I- 2012**

**CARACTERIZACIÓN DEL FENÓMENO DE LA PRÁCTICA DE VENTA
DIRECTA BAJO CONDICIONES DE DESPROTECCIÓN LABORAL Y SU
ACEPTACIÓN DENTRO DEL MARCO SOCIAL Y LABORAL.**

**ERIKA LEAL HERNÁNDEZ
ADRIANA ROCIO LÓPEZ DELCAMPO
YULY ALEXANDRA RODRIGUEZ PÉREZ
WBEIMAR SÁNCHEZ BENAVIDES**

Trabajo de Grado para obtener el título de Psicólogos

**Asesor: YAIR GONZÁLEZ SÁNCHEZ
Psicólogo**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PSICOLOGÍA
BOGOTÁ D.C., I - 2012**

Dedicatoria

A mi familia por ser la compañía incondicional en cada instante de mi vida, por apoyarme en cada uno de mis proyectos, por hacer de mi la persona que soy hoy y por ser la razón que me impulsa a mejorar cada día. Erika

Le dedico este gran paso a mi mamá, por apoyarme en cada instante de este proceso, por darme la fortaleza, el ánimo, la valentía cada vez que lo necesite. No encuentro, ni encontrare las palabras precisas que definan el sentimiento de gratitud, y de inmenso amor que tengo hacia ti. Yuly

A mis Padres quienes me han impulsado y motivado a seguir mi propio camino en la vida, a mi Hermanita quien le ha dado luz y alegría a mis días, a ellos que me han enseñado el significado de la palabra amor y que son el motor para ser cada día mejor. Wbeimar

En primer lugar le agradezco a Dios por darme la oportunidad de iniciar y ahora finalizar este gran proyecto en mi vida; a mis padres quienes me han heredado amor y han dedicado gran parte de su vida a educarme, a quienes la ilusión de su existencia ha sido verme convertida en una gran persona, mujer y profesional. Adriana

Agradecimientos

Agradecemos a la Universidad Piloto de Colombia y a todo el cuerpo docente por brindarnos un espacio oportuno para nuestra formación profesional.

Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	4
Justificación	6
Planteamiento del problema	8
Objetivos	9
MARCO TEÓRICO	10
Evolución del Trabajo en Colombia	10
Proteccion Social	17
Practica de Venta Directa	35
Proceso de Aceptación Desde una Postura Construcccionista	40
El Trabajo como Fenómeno Psicosocial	44
MARCO METODOLÓGICO	49
Diseño	50
Participantes	51
Instrumentos o Técnica de Investigación	51
Procedimiento	52
RESULTADOS	53
Categoría Seguridad Laboral	53
Categoría Vinculación, Permanencia y Motivación	54
Categoría Aceptación Social	57
Categoría Aspectos Legales	59
DISCUSIÓN	62
CONCLUSIONES	68
RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS	71
APÉNDICES	73

Lista de Tablas

Tabla 1. Relación de ganancia sobre venta

36

Lista de Apéndices

Apéndice A. Garantías Y Prestaciones Sociales de un Trabajador

Apéndice B. Formato de Entrevista Semiestructurada

Apéndice C. Entrevistas

Apéndice D. Matrices

Resumen

Se presenta una caracterización de la práctica de venta directa dentro de la economía informal y las condiciones de desprotección laboral bajo las cuales se desarrolla, al tiempo que deja evidencia de la aceptación de dicho fenómeno tanto en el marco legal como en el marco social. Es una investigación de tipo cualitativo con una pretensión comprensiva, sustentada en la postura epistemológica construccionista y respaldada por la metodología denominada análisis de discurso. La recolección de información se dio a partir de entrevistas semi-estructuradas a tres mujeres relacionadas con la práctica de venta directa. La investigación permite concluir que la práctica de venta directa se desarrolla bajo condiciones de desprotección social para las consultoras aun cuando representan la principal fuerza laboral de la organización, dicha situación ha sido legitimada desde la sociedad por falta de conocimiento con respecto al tema y por un manejo inadecuado de las motivaciones, lo anterior conlleva finalmente a un crecimiento económico de la empresa a partir del aprovechamiento de la fuerza laboral bajo condiciones inequitativas.

Palabras Clave: Legitimación, Venta Directa, Desprotección Social, Desconocimiento.

Abstract

Presents a characterization to the practice of direct sales between informal economy and conditions of laboral deprotection developing at the same time what leaves evidence of this phenomenon as a Legal framework as a social framework. It is a qualitative investigation with a comprehensive pretention, supported by the epistemological constructivist position and differed by the discourse analysis methodology. Recollection of the information could be possible by semi-structured interviews with three women related with direct sales. The investigation concluded that the practice of direct sales developing under social deprotection conditions for the consulers still representing the laboral force of organization. That one situation has been legitimated over the society for lack of knowledge respects this topic and an improper handling of motivations. Finally this article is directed over economic growth of the company from the laboral force exploitation under inequitable conditions.

Key words: Legitimation, Direct sale, Social deprotection, Unknown.

Caracterización del Fenómeno de la Práctica de Venta Directa Bajo Condiciones de Desprotección Laboral y su Aceptación Dentro del Marco Social y Laboral

Todas las condiciones sociales que rigen el actuar de los individuos surgen de una construcción que ellos mismos han desarrollado a través del tiempo y de generación en generación, dichas condiciones han sido mediadas por aspectos como lenguaje y costumbres que a su vez desde la perspectiva de Berger y Luckman (2003) se han construido desde dos aspectos básicamente la normatividad y el conocimiento, la primera hace referencia a los aspectos que por ser repetitivos con el tiempo se convierten en parte de la cotidianidad y el conocimiento como ente que permite dar una explicación a dicha cotidianidad desde un postulado teórico que sustente el por qué. Lo anterior permite comprender las posibles razones por las cuales existen fenómenos que se dan dentro de la sociedad aún bajo condiciones que parecen inadecuadas pero que por diversos motivos siguen haciendo parte de la realidad y la cotidianidad de los sujetos que hacen parte de dicha sociedad.

Las condiciones laborales del país se desarrollan dentro de este marco de cotidianidad y puede mostrarse como ejemplo del proceso de normalización que aquí se plantea. El pleno empleo se ha venido desvalorizando a través del tiempo, inicialmente con la llegada de la Industrialización la mano de obra perdió valor e importancia de tal forma que fue remplazada de manera progresiva por las maquinas, así muchas personas quedaron a la deriva en la medida que ya no contaban con ninguna oportunidad laboral teniendo en cuenta que en su mayoría hacían parte de los procesos de producción de las industrias, lo anterior trajo como consecuencia la necesidad de buscar nuevas fuentes de ingreso, surgen así entonces las oportunidades laborales referentes a trabajos “flexibles” que implicaban condiciones como horarios determinados y salarios precarios que finalmente se convirtieron en la única opción para suplir las necesidades básicas.

Con respecto al fenómeno de la venta directa, que es el tema que centra esta investigación, es una práctica que se ha desarrollado a través del tiempo

dentro de la economía informal y que hace parte de una fuerza laboral comprendida exclusivamente por mujeres. Las condiciones bajo las cuales se desarrolla dicha práctica están dadas por una absoluta desprotección en lo que respecta al sistema de seguridad laboral, lo cual debería ser una falencia, sin embargo el marco de la informalidad y la independencia han llevado a la normalización de dicha situación, las consultoras por su calidad de independientes aceptan la situación de desprotección como una condición que hace parte del desarrollo de su labor. Desde la organización y a través de las personas expertas en el medio se ha transmitido la idea de negocio desde una labor independiente donde cada una de las consultoras debe auto sostenerse y responder por sus necesidades de manera autónoma sin contar con ningún tipo de asistencia por parte de la empresa.

La idea de independencia se ha transmitido por medios comerciales que han llevado a catapultar esta práctica como una opción laboral llamativa para las mujeres, sin embargo nunca se han tenido en cuenta las condiciones bajo las cuales se desarrolla esta práctica, nunca se ha visto como una falencia porque hay un desconocimiento del deber ser.

Este es un fenómeno que requiere la intervención desde la psicología en la mediada que esta práctica está normalizada desde la sociedad como una oportunidad laboral llamativa ya que brinda condiciones de independencia y flexibilidad para las personas que se dedican a esta labor, sin embargo de trasfondo hay una serie de situaciones que están afectando la calidad de vida de las consultoras y que además implica una consecuencia a largo plazo en términos de sostenibilidad en temas de salud y pensión.

Es decir, a este momento no existen condiciones de cotización en salud y pensión por parte de las consultoras, no existe ninguna garantía de sostenibilidad a futuro, lo que traerá como consecuencia primero, una desprotección para las consultoras o colaboradoras ya que no van a contar con ningún amparo en pensión y salud en el momento que no sean laboralmente productivos, segundo, a largo plazo la carga pensional para el Estado será insostenible debido a la falta de aportes. “La informalidad es un fenómeno

económico y social que afecta el desarrollo económico de los países, pues no solamente se refleja en menor protección a los trabajadores ante choques inesperados en salud o empleo sino que tiene consecuencias sobre la productividad global de la economía, la pobreza y la distribución del ingreso”(Sánchez y Álvarez, 2011; pág.3)

Lo anterior como ya se ha reiterado, tiene una implicación social que ha hecho que sea aceptado como un hecho normal y por tanto nunca haya sido tema de interés o intervención, situación que se evidencia en los discursos de las personas que se dedican a este tipo de labor; si se tiene en cuenta que las realidades sociales se desarrollan a partir de las construcciones que hacen los sujetos a partir de sus experiencias, se puede pensar en la necesidad de un cambio de percepción de las personas con el fin de lograr que tengan claridad sobre el coste real de este tipo de práctica, que lleve posteriormente a la reflexión en pro del cambio y consecuente mejoramiento de las condiciones de vida de las personas que hacen parte de la fuerza laboral (García, 2007).

Justificación

En la actualidad el auge y el crecimiento de empresas dedicadas al mercado de venta directa es evidente y bastante significativo, identificándolas la insignia del desarrollo personal y laboral de sus vendedores dándoles la posibilidad de crear su propio negocio o empresa, teniendo en cuenta que no existe un contrato de trabajo que implique exigencias al trabajador sino que es una labor donde se desempeña de manera autónoma estableciendo su horario, su cliente y su posibilidad de expansión o ascenso dentro de la organización.

De acuerdo a lo anterior parece ser una opción laboral basada en la construcción de redes en pro del crecimiento de sus empleados, sin embargo es importante conocer las implicaciones de dichas características laborales en su totalidad, ya que aun con todas las ventajas ya nombradas el vendedor debe referir ganancias a la casa matriz, donde se toman las decisiones estratégicas que orientan el funcionamiento de la empresa y que está conformada por los directivos.

¿Son realmente trabajadores independientes?, no, parece ser una estrategia de acaparamiento de mano de obra utilizada por las organizaciones en pro del crecimiento económico a bajo costo ya que si se trabaja bajo políticas de “autonomía e independencia” se eliminan obligaciones como pago de salario, pensión, salud, y demás garantías que como trabajadores adscritos a una empresa deberían recibir.

Teniendo planteadas las características que enmarcan el funcionamiento de este tipo de relación laboral, surge la necesidad de conocer las implicaciones legales, el proceso de vinculación y como la práctica de venta directa ha sido aceptada socialmente convirtiéndose en una opción laboral importante en términos de personal adscrito a la misma.

Como investigadores del área de cultura organizacional se pretende dejar evidencia del funcionamiento del mercado de venta directa que permita fortalecer la base de investigación existente relacionada con trabajo informal y de igual manera fomentar la investigación puntualmente en la práctica de venta directa desde la psicología, ya que el tema solo ha sido trabajado desde áreas como economía y mercadeo, como es el caso de la investigación titulada “Plan de mercadeo para potencializar una consultora estrella como directora de Yanbal”; de igual manera es de nuestro interés poder ejemplificar desde un caso específico los factores sociales que determinan la normalización de este tipo de práctica ya que actualmente hace parte de una fuerza laboral significativa dentro del mercado del país, se ha convertido en una opción de trabajo aún bajo condiciones de desprotección laboral.

Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE para el 2010 la tasa de subempleo o llamado “rebusque” fue de 32.7 % mientras que para el 2009 fue de 28,2% es decir aumentó, lo cual deja la inquietud acerca del ¿por qué? de dicha situación. De igual manera la lectura de los procesos legales y sociales que enmarcan el proceso de vinculación en la práctica de venta directa, son una herramienta que contribuye al fortalecimiento de la formación de profesionales en psicología organizacional, que teniendo como ente principal al ser humano y no al trabajador, puedan entender las

estrategias del mercado, para posteriormente intervenir, desde sus posibilidades, en pro de la protección y bienestar de la persona.

Planteamiento del Problema

La venta directa es un canal de distribución al por menor, caracterizada principalmente por la relación personal que debe existir entre los vendedores y el cliente, además brinda la posibilidad del manejo personal del tiempo, de las metas y en general total flexibilidad y autonomía con respecto al propio desempeño ; así está definida por la Asociación Colombiana de Venta Directa (ACOVEDI) y bajo esa idea se da a conocer en el mercado, dichas características no permiten saber si está determinada como una actividad laboral o una actividad independiente, ya que aun cuando las personas tienen una relación con la empresa no están bajo ninguna condicionalidad, entonces ¿qué significa la venta directa en términos legales y/o laborales?.

De acuerdo a lo anterior surge la inquietud por conocer a fondo el funcionamiento de las organizaciones que pertenecen a la venta directa y de igual manera las condiciones bajo las cuales se encuentran adscritas las personas que pertenecen a dichas organizaciones, puesto que es conocido que en este tipo de empresas no existe un contrato laboral como tal, lo que implica que no existen ningún tipo de responsabilidad con las personas que pertenecen a la misma con respecto a prestaciones sociales legales, pero aun así según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, e incluyendo la venta directa dentro del trabajo informal, existe una fuerza laboral significativa que hace de esta actividad un medio de ingreso económico y a convertirla en una de las opciones más representativas y/o llamativas para las personas; pueden ser muchas las razones que podrían explicar este fenómeno: necesidad, comodidad, facilidad, etc., razones que finalmente son utilizadas de una u otra manera por la empresa para incrementar su fuerza laboral.

Todo lo anterior nos lleva a reflexionar acerca de los múltiples aspectos que se desarrollan alrededor de esta actividad: condiciones laborales, motivación y proyecto de vida, oportunidades, lucro, responsabilidad social, entre otros; aspectos que han pasado desapercibidos a través del tiempo desde

la aparición de esta práctica y que le corresponde trabajar a la psicología organizacional siendo uno de los entes reguladores del bienestar de todos los actores que intervienen en una organización, y dado que es un tema que no se ha tenido en cuenta dentro de la investigación en ninguna área, siendo de gran importancia ya que representa un número de personas significativo que están adscritas a esta actividad y que se ha constituido socialmente como una opción laboral.

A partir de la información expuesta en este documento surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo es el proceso de legitimación social de la práctica de venta directa bajo condiciones de desprotección laboral?

Objetivos

Objetivo general.

Caracterizar el fenómeno de vinculación y normalización de las prácticas de venta directa dentro de la economía informal bajo condiciones de desprotección laboral y su aceptación dentro del marco social y laboral.

Objetivos Específicos:

1. Analizar las características de desprotección en seguridad social propias de trabajadores pertenecientes a una organización de venta directa.
2. Identificar las estrategias y factores motivacionales asociados a la vinculación y permanencia en la práctica de venta directa.
3. Reconocer el proceso de aceptación social de la práctica de venta directa en trabajadores informales.

Marco Teórico

Evolución del Trabajo en Colombia

Teniendo en cuenta que la práctica de venta directa hace parte de las nuevas lógicas laborales, es importante hacer una revisión al concepto de trabajo y a la evolución que ha presentado a través del tiempo, revisión que se presenta a continuación.

Desarrollo de la industrialización.

Colombia es definida como un modelo de sustitución imperfecto (MSI), donde genera transformaciones sociales, económicas y políticas en una perspectiva histórica aparentando un modelo agro exportador, como si fuera una solución de sustituir un modelo por otro.

La industrialización se caracteriza por ser posible gracias a la gran crisis de los años treinta, el desencadenamiento de la industrialización es gracias a la depresión de los Estados Unidos, a partir de esto el desarrollo de la industrialización se caracterizó por tres aspectos fundamentales:

El primero es Integración nacional por la economía cafetera y culminada en las condiciones de despegue industrial capitalista sobre la base de unos cuantos centros urbanos. El segundo aspecto es la irrupción del movimiento obrero como fuerza social, que a la vez que se diferencia del partido liberal en sus luchas opositoras al partido conservador, conquista también reivindicaciones y por último el ascenso al poder político de una burguesía reformista que impone un modelo sustitutivo de importaciones e introduce una serie de reformas pragmáticas al Estado. (Montoya, 2002).

En la década de los veinte surgieron varias transformaciones, obteniendo un gran progreso material, el comercio de los Estados Unidos se mantuvo entre los años 1923 y 1928, otra gran transformación fue que se incrementó la infraestructura vial, implicación de ferrocarriles entre los años 1922 y 1924. Además para 1930 existía ya 5.742 KI carreteables, permitiendo dar paso a las economías externas que juegan un papel importante en el desarrollo capitalista.

Otros de los cambios materiales fue durante el periodo de 1921-1929 donde se crearon 800 empresas, de las cuales más del 50% se destinan a

impulsar los bienes de consumo, al igual se incrementa la energía eléctrica ya que es la encargada de abastecer las plantas industriales que carecen de ella. Sin embargo estos cambios no fueron suficiente para un despegue en la industrialización eran necesarios tres elementos más importantes: creación de un mercado interno y un proceso de proletarización, acumulación de capital dinero y por último creación de un mercado interno.

En cuanto al aspecto laboral, no predominaba el trabajo asalariado, lo que avanzaba era un proceso donde la mano de obra a la industria es categorizado como proletariado, los agrícolas asalariados por su parte estaban distribuidos en 80.000 cultivadores de café y 24.000 recolectores, en 1914 de igual forma se asalariaron grandes grupos de arroz, el banano y los ingenios azucareros. Paralelo a esto se dio transformación de materiales y la concepción del Estado en la organización de la economía.

Otro de los pasos que atribuyeron a la transformación global de la sociedad colombiana fue la presencia del capital norteamericano en diferentes actividades como transporte, petróleo y cultivo de banano y café principalmente. El capital norteamericano jugó un papel importante en el campo político y en la lucha de clases enmarcando el proceso de industrialización dentro de la estrategia de sustitución de importaciones, presente ya para los años treinta, donde aproximadamente en 1930-1945 el capital extranjero propiamente en la industria era mínimo y el auspicio por la presencia del capital extranjero, determinaría nuevos rumbos a la industrialización sustitutiva.

Una de las metas más relevantes de la crisis fue que permitió un enfoque teórico más preciso del desarrollo económico (Leyes 12 y 90 de 1931) , la reforma constitucional de 1936 de igual manera contribuyo de forma considerable ya que dio entrada a la intervención estatal: “el estado puede intervenir por medio de leyes en la explotación de industrias o empresas públicas o privadas con el fin de racionalizar la producción, distribución y consumo de las riquezas o dar al trabajador la justa protección a la que tiene derecho” lo que pondera la intervención del estado; la industrialización parece ser condición ineludible del desarrollo económico.

Colombia obtuvo un rápido crecimiento en la primera etapa de industrialización gracias a un desarrollo exportador, la industria encontró una gran oportunidad en materia de política económica y además gracias al sector externo en la década de los treinta permitió que la industria manufacturera pudiera incrementar su capacidad de producción.

La segunda etapa de la industrialización sobresale con el capital extranjero que se vuelca sobre el país, principalmente en las ciudades de Cali y Bogotá, en el país se abren nuevos organismos financieros internacionales como el Banco Internacional de reconstrucción y fomento (BIRF), Fondo monetario internacional (FMI), Banco interamericano de desarrollo (BID); en 1958-1969 la inversión pública sería la nueva estrategia impulsora de la economía contribuyendo así a la ampliación del mercado interno ampliando la esfera de la producción y el excedente capitalizado, se acelera el proceso de monopolización, se transforma la tecnología, integra la economía al proceso de transnacionalización del capital e incide sobre la balanza de pagos.

En síntesis la inversión extranjera no logra alterar la estructura de las exportaciones pero sí acelera las importaciones, creando severos obstáculos al crecimiento económico independiente equitativo. La intervención extranjera pasó de ser un simple sector de corriente internacional de capitales, a incorporarse en la globalidad de la política económica de los países inversionistas. A finales de la década de 1960 la industrialización es basada en el desarrollo de las exportaciones en la mayor parte de los países subdesarrollados, incluido Colombia.

Década de los ochenta.

La década de los ochenta, una fase que permitiría la aplicación de un nuevo modelo de desarrollo económico y social, donde el rol del Estado se centraría más en la intervención a través de la política económica, donde el objetivo principal era detener el desequilibrio macroeconómico que consigo mismo llevaba desempleo, inflación y desindustrialización. Lo anterior reflejado en aspectos como: quiebra de las empresas más representativas del sector

industrial, caída fuerte del precio del café, que en ese entonces era considerado como uno de los productos más exportados en Colombia.

Ante esta serie de hechos, el gobierno de Belisario Betancourt (1982-1986) toma como medida, un ajuste de políticas macroeconómicas donde el objetivo principal era reducir el déficit fiscal y dar prioridad a las exportaciones, lo cual podría generar agudización del gasto público, mayor incremento en el precio del combustible y transporte, y una aceleración de las devaluaciones.

Entre 1986 y 1987 los precios del café volvieron a repuntar, lo que reflejó en el nivel de actividad económica un margen de maniobra importante, e impulso al Estado a dejar su política de proteccionismo y abrir las puertas para que la industria no solo produjera para mercados nacionales sino también para mercados internacionales, dando así paso a una apertura económica, sin embargo esta apertura no fue del todo buena debido a que muchas industrias no lograron sobrevivir a la competencia.

Al finalizar esta década se revela la persistencia de factores estructurales que se oponen a un desarrollo auto-sostenido, entre los cuales se encuentran:

1. El problema de la deuda externa, que surge como la principal restricción para el financiamiento del desarrollo.
2. La persistencia de factores que impiden la profundización de la industrialización y la mayor generación de empleo.
3. La permanencia de altos niveles de "deuda social" en aspectos vitales del desarrollo como los servicios básicos, la educación, la salud y la convivencia política.

Toda esta consecución de hechos, como la apertura económica, hizo que Colombia no decayera totalmente y se generara una evolución en cuanto a estrategias de estabilización de la economía; la década de los 80 dio paso a reformas legislativas, acompañadas de un proceso de liberalización, apertura de sector financiero, que daría como resultado una banca con diversificación de servicios que en la siguiente década sería de mucha ayuda para la entrada y salida de capital.

Sucesos relevantes años ochenta.

1980- 1982: Se produjo un deterioro de gran magnitud en el frente fiscal y de balanza de pagos como consecuencia de la concentración del gasto en el sector de infraestructura.

1982-1983: Con la explosión de la crisis del sector financiero y con la quiebra de varias de las empresas más representativas del sector industrial, el gobierno del presidente Belisario Betancourt inicio en 1983 un proceso de ajuste en todos los frentes de la política macroeconómica que tenía como propósitos esenciales: la recuperación del atraso cambiario, la disminución del déficit en cuenta corriente de la balanza de pagos y la reducción del déficit fiscal.

Neoliberalismo en Colombia

Dando continuidad a los cambios iniciados en la década de los ochenta, durante los noventa el panorama no fue más alentador, las políticas de estado lideradas en principio por Cesar Gaviria presidente en turno, es él quien toma entonces la decisión de dar paso a la apertura económica, siguiendo las recomendaciones que tanto el Banco Mundial como el Banco Interamericano de desarrollo habían dado luego de facilitar unos créditos condicionados donde propone la eficiencia del mercado por la vía de la descentralización del estado siguiendo algunas de las políticas macroeconómicas recomendadas por teóricos o ideólogos neoliberales:

Políticas monetarias restrictivas.

Aumentar tasas de interés o reducir la oferta de dinero.

Políticas fiscales restrictivas.

1. Aumentar los impuestos sobre el consumo y reducir los impuestos sobre la producción y la renta; eliminar regímenes especiales y disminuir el gasto público.
2. Liberalización: Tanto la liberalización para el comercio como para las inversiones.
3. Privatización: Se considera que los agentes privados tienden a ser más productivos y eficientes que los públicos y que el Estado debe

adelgazarse para ser más eficiente y permitir que el sector privado sea el encargado de la generación de riqueza.

4. Desregulación: Se considera que demasiadas reglas y leyes inhiben la actividad económica y que su reducción a un mínimo sería necesaria.

Los resultados de la teoría no fueron los esperados por ejemplo, lo que se había previsto era que al bajar los aranceles provocaría una elevación del tipo de cambio que estimularía una expansión de las exportaciones no tradicionales, también se predecía que la mayor competencia conduciría a un incremento de las importaciones esenciales y a la inversión, por el contrario se presentó un deterioro en ellas.

Con la adopción de la nueva Constitución se hacen presentes característica del modelo neoliberal, entre ellas las políticas de apertura económica, la privatización y la integración regional; otra de las características que afianza el modelo neoliberal es la descentralización que busca debilitar las funciones del Estado central, dando a los departamentos y municipios facultades para utilizar y obtener recursos financieros nacionales e internacionales.

En 1993 durante el mismo gobierno se presentan dos hechos adicionales sobresalientes para país, el primero fue como a partir de la Ley 37 del año mencionado se le da al sector privado ciertos servicios de telecomunicaciones lo cual representó un negocio multimillonario para algunos grupos económicos en especial inversionistas extranjeros. El segundo fue la Ley 100 del mismo año donde la seguridad social solo sería para aquellos trabajadores con ingresos estables con capacidad para pagarse sus propios servicios.

Terminado el periodo de Cesar Gaviria asume la presidencia Ernesto Samper Pizano, quien luego del proceso 8.000 se vio gravemente afectado por la intervención norteamericana, tuvo que hacer concesiones como aumentar las dádivas a la inversión extranjera, generando así un mayor posicionamiento del modelo neoliberal. El neoliberalismo ha puesto en desventaja a la industria Colombiana, en especial el sector agrícola, dadas las condiciones que le resulta imposible al agro ser competitivo cuando sus competidores reciben

subsidios por parte de sus gobiernos, como en la Unión Económica Europea y en los Estados Unidos de Norteamérica, por tanto pueden ofrecer productos más baratos que los nuestros. Lo anterior incrementa el nivel de pobreza en el país y mayor riqueza en los países que le venden los bienes a Colombia, además acentúa problemáticas como el desempleo, que para el 2001 alcanzó una tasa del 20.3%, casi el doble de la reportada en 1990 la cual fue de 10.6% como el indicador más representativo de los niveles de pobreza que se ha alcanzado en nuestro país, además de los niveles de subempleo que ya alcanzan el 30%.

Dan cuenta de estos acontecimientos el descalabro económico de 1999 el PIB cayó el 4.5%, el desempleo subió el 20%, las empresas industriales perdieron la mitad de su patrimonio, razón por la cual obligó a recortar gastos y por ende personal, que a su vez presentó otras implicaciones sociales como que un amplio sector de las clases medias y bajas tuvieron que entregar sus viviendas a los bancos por la imposibilidad de realizar sus pagos, además de la insolvencia del sector financiero a causa de las gigantescas carteras en mora. Este evento disminuyó el consumo debido a la reducción de los ingresos laborales, los ajustes o medidas que se aplicaron resultaron aun peor, la reforma tributaria provocó una fuerte reducción en capacidad de compra, lo cual borró inmediatamente cualquier posibilidad de reactivación económica.

El neoliberalismo ha introducido en nuestro país cambios institucionales como, descentralización administrativa, apertura económica, autonomía del Banco de la República, privatizaciones (como la del complejo Minero del Cerrejón), adelantada por el gobierno Pastrana, el incremento del gasto público social, la reforma al régimen de salud, la nueva legislación laboral, debilitamiento de los sindicatos estatales; tal vez su mayor problema se deba a que en su concepción este modelo fue creado pensando en los países industrializados, pudientes, los cuales no tienen problemas sociales, políticos y económicos de la importancia que lo tienen los países en desarrollo como Colombia, problemas como: la pobreza, el conflicto armado, la delincuencia común, la corrupción, la marcada desigualdad social, el narcotráfico, el

terrorismo y los intereses individualistas , por lo tanto es más probable sus efectos negativos sobre nuestro país.

Protección social

Se hace una revisión al tema de protección social con el fin de definir este concepto y tener claridad sobre las condiciones bajo las cuales funciona el mercado laboral actualmente.

Evolución de la Protección Social

Históricamente Cesar Giraldo hace la apreciación de tres etapas de la protección social que se desarrollaron acorde a la situación social y económica de cada época. A continuación se presenta una breve reseña de cada una de ellas.

Asistencialismo,

Surge de la necesidad de crear instituciones encargadas de la protección de la población más necesitada, definida como aquellas personas con incapacidad para trabajar. El ente regulador del sistema de asistencialismo fue la iglesia, desde allí se coordinó la creación de instituciones de acogida para los necesitados tales como los hospicios y orfanatos, para financiar estos lugares y lograr su permanencia la iglesia inicialmente recibía limosnas y legados (herencias) posteriormente se establecieron impuestos locales y diezmos. El sistema de seguridad social era entendido entonces como un acto de caridad, voluntario y caracterizado por condiciones precarias en cuanto al servicio.

Aseguramiento.

Nació como mecanismo para llevar la protección social a los trabajadores por medio de la cotización a un sistema de seguridad social, lo anterior en razón a que en el modelo asistencialista los trabajadores no tenían acceso al sistema ya que al contar con una remuneración o salario no tenían la necesidad de contar con ayuda asistencial, por el contrario en el modelo de aseguramiento para estar dentro del sistema era indispensable contar con el status de trabajador. Este sistema estaba representado desde diferentes modalidades, por ejemplo, sociedades mutuales, donde se hacían aportes iguales de todos los asociados con el fin de tener un fondo monetario utilizado en el caso de

enfermedad de alguno de los aportantes, al mismo tiempo esta modalidad de protección dio espacio a la creación de los sindicatos que surgieron de la necesidad de catalogar los accidentes de trabajo como un riesgo dando al empleador la responsabilidad de cubrir con una indemnización al empleado.

Dos características permiten identificar el aseguramiento: primero, el sistema de seguridad social esta dado exclusivamente para las personas catalogadas como trabajadores, es decir que puedan cubrir el aporte como cotizantes, y segundo, la contribución es tripartita, es decir salariales, patronales y estatales.

Universalismo

En las dos etapas anteriores, asistencialismo y aseguramiento, el sistema de seguridad social esta condicionado por ciertas características que se deben cumplir para tener acceso al mismo, ya sea estar catalogado como incapaz de trabajar o en el otro caso ser un trabajador, por lo anterior la protección social no tenía hasta ahora una cobertura universal. Después de la segunda guerra mundial surge la necesidad desde el Estado de proteger la población en la medida que cada persona sana se convierte en un activo valioso para enfrentar las situaciones de crisis.

La nueva estrategia de cobertura fue definida como “plan base” regido por principios unidad (es decir que el sistema estuviera regido por una sola institución bajo la responsabilidad del Estado), universalidad (tener una cobertura para toda la población y contra todo los riesgos independientemente del monto de sus ingresos) y uniformidad (entendida como la igualdad entre derechos y deberes). (Giraldo, 2007).

Protección social en América Latina

La universalidad de la protección social se dio en los países desarrollados gracias a la generalización del asalaramiento y el reparto del capital y el trabajo; sin embargo en América Latina este proceso no se dio de la misma manera, en nuestro caso los sistemas de aseguramiento se establecieron con la industrialización (1930-1970), se inicio con la cobertura de empleados públicos y trabajadores que hacían parte de los sindicatos, lo anterior en razón a una

necesidad de acuerdos comunes que favorecieran tanto al Estado como a los trabajadores, es decir el Estado necesitaba garantizar la producción y el apoyo político y esto solo era posible manteniendo a los empleados bajo condiciones satisfactorias. De acuerdo a lo anterior se puede decir que el sistema de protección social estaba mediado por Estado – Sindicatos, el resto de la población o “grueso de población” como lo define Giraldo (2007), disponía únicamente de políticas asistencialistas que rápidamente tomo forma de clientelismo, donde el acceso a servicios estaba mediado por relaciones sociales y políticas.

El modelo de protección social en América Latina estuvo mediado por la formación de alianzas multclasistas que se basaban en la inclusión selectiva donde cada sector recibía prestaciones de acuerdo a su poder político, aquí no se desarrollo un sistema de protección social universal porque no se dieron las condiciones adecuadas de asalaramiento extendido (es decir una división equitativa de las ganancias) que permitieran la cobertura de las cotizaciones por parte de todos los trabajadores. En América Latina se puede hablar de una cobertura parcelada, lo que significa que existe una cobertura restringida para un grupo minoritario de la población, es decir los beneficios sociales se extienden parcialmente a determinados grupos privilegiados.

Ahora la pregunta es ¿qué se necesita para lograr una cobertura total?, Giraldo (2007) plantea la necesidad de aspectos tales como: una economía desarrollada basada en un alto grado de salarización que genere los ingresos fiscales suficientes que se requieren para sostener el sistema y una repartición de las ganancias de la productividad entre asalariados y empresarios.

Seguridad social

El Departamento de Seguridad Social de la oficina Internacional del Trabajo (OIT), Ginebra, en conjunto con el Centro Internacional de Formación de la OIT, con sede en Turín y la Asociación Internacional de la Seguridad Social (AISS), en Ginebra publicaron en 1991 un documento titulado “Administración de la seguridad social”, en dicho documento se considera la siguiente definición para el concepto de seguridad social:

Es la protección que la sociedad proporciona a sus miembros mediante una serie de medidas públicas, contra las privaciones económicas y sociales que, de no ser así, ocasionarían la desaparición o una fuerte reducción de los ingresos por causa de enfermedad, maternidad, accidente de trabajo o enfermedad laboral, desempleo, invalidez, vejez y muerte y también la protección en forma de asistencia médica y de ayuda a las familias con hijos (OIT, 1991, p. 5)

Desde la perspectiva de Giraldo (2007) la seguridad social se puede dar a través de tres mecanismos, primero: aseguramiento, significa que la protección se obtiene a través de la afiliación a un sistema en el cual existen obligaciones y derechos, es decir implica cotizar, segundo: cobertura universal, en este caso no existe ningún requisito diferente a la ciudadanía para tener el derecho al acceso a la protección social, tercero: asistencia pública, aquí la asistencia es discrecional y puntual, es decir no es un derecho sino un favor y esta dirigida a aquellos que son considerados como necesitados, dicha clasificación de la población se da desde el ente que provee la protección.

Evolución del Concepto de Trabajo y Trabajador en Colombia

Para entender la situación actual del trabajo en Colombia es necesario conocer y entender la evolución que se ha dado en las dinámicas laborales a través del tiempo, esto permite entender el por qué de algunos de los eventos relevantes que han caracterizado el cambio en cuanto a cultura laboral en nuestro país. A continuación se presenta una caracterización general de algunas etapas en la historia que muestran cambios importantes que han formado la estructura de empleo en Colombia.

Las primeras evidencias de relaciones laborales en nuestro país, las encontramos en la sociedad colonial (Siglo XVIII) bajo la dinámica de esclavitud, mostrando así los inicios de la división social del trabajo (subordinación en relación a la capacidad económica); caracterizado por la dominación no solo física sino emocional, en la medida que el esclavo debe reverencia y admiración por su amo, pues a él le debe todo lo que tiene, si encuentra un buen amo, lo respeta, admira y es sumiso ante sus deseos, tendrá trabajo seguro, no habrá motivo para que lo despidan; esta característica hace

del trabajo de la época un trabajo personalista, es decir, el desempeño laboral del esclavo (trabajador) se evalúa por su comportamiento personal, por el nivel de reverencia hacia su amo.

Esta situación surge de la dinámica social del momento que pone en los Españoles los privilegios económicos que les permite comprar el trabajo de los esclavos y en consecuencia disponer de ellos, pues no había en ese momento ninguna otra posibilidad de empleo, sobrevivía aquel que sirviera a su mano sin replica alguna. En un segundo momento de la misma época, surge la oportunidad laboral de tipo hacendatario, en este caso, se cambia la denominación esclavo-amo por la de arrendatario-dueño, respectivamente, sin embargo se sigue manteniendo la dinámica de dominancia e incluso en cuanto a decisiones políticas, el dueño tiene el poder y el arrendatario debe apoyarlo con su voto como condición de permanencia en las tierras.

Ya entre 1900 y 1930 aparecen las primeras formas de trabajo capitalista, surge el trabajo asalariado así como también las primeras organizaciones obreras, este cambio se da a causa de la consolidación del capitalismo que impulso la transformación en las relaciones sociales y laborales, el trabajador paso de ser evaluado por su “comportamiento personal con el amo” a ser evaluado y medido de acuerdo con sus capacidades físicas y productivas, el trabajo paso de ser personalista a ser conveniente; en este momento, como consecuencia del orden capitalista lo importante no era la reverencia ni el servicio, era la producción y la ganancia que el trabajador representara para el dueño o jefe. Este panorama mostraba entonces la finalización de la era colonial y el inicio de una etapa moderna caracterizada por nuevas dinámicas sociales y laborales como consecuencia del cambio económico que se encaminaba ahora al poder capitalista.

Luego de este cambio en la dinámica económica del país, en la etapa posterior a 1930 inicia la consolidación de las primeras organizaciones industriales, lo que cambia la relación laboral entre jefe- trabajador en la medida que es mucho más distante que antes, ahora cada empleado tiene una función específica, cumple con una parte del trabajo que luego será continuado por otro

y así sucesivamente; en este sentido es imposible para el jefe conocer y evaluar personalmente el desempeño de cada trabajador, ahora importa solo el resultado final o producto, y el trabajador es solo una ficha de un gran rompecabezas.

El proceso de industrialización, trajo consigo la mecanización de muchas de las labores que antes eran desarrolladas por los trabajadores, ahora la maquina remplaza al hombre, lo que llevo a una evidente disminución en el requerimiento de mano de obra, sumado a esto el trabajo agrícola perdió gran parte del mercado lo que limito la vinculación de trabajadores, en ese momento el mercado estaba demandando productos ofrecidos por empresas como Telares Medellín (1909), Coltejer (1908), Obregón y Cervecería Bolívar (1908), Cementos Samper (1909) y otras manufactureras de grasas, empaques, cigarrillos, vidrio y cemento, de las cuales pocas de ellas requerían materias primas agrícolas. En este orden de ideas el trabajador paso de tener una labor estructurada (ya fuera como esclavo, arrendatario u operario de industria) a no tener nada que hacer porque la producción no requería de su servicio.

De acuerdo a lo anterior, la mecanización del trabajo que se inició en aquel momento, trajo como consecuencia para los trabajadores desempleo (la industria remplazó su labor con las maquinas) y la necesidad de búsqueda de medios alternativos de subsistencia (subempleo o trabajo informal). La industria trajo una nueva alternativa laboral pero así mismo redujo la necesidad de contratar mano de obra remplazándola por la inversión monetaria, ya no se necesitaban personas sino dinero para adquirir maquinas, la industria se convirtió entonces en la opción laboral de las personas que tenían dinero para invertir.

Los trabajadores optan actualmente por encontrar un oficio que les facilite el cubrimiento de sus necesidades básicas, en el mejor de los casos, cuando se logra la vinculación a una organización, ajustándose a las condiciones temporales que la precaria oferta laboral ofrece. El trabajo entonces, está determinado por la adquisición monetaria que obliga a dejar de lado otras

necesidades del ser humano como filiación, desarrollo personal y laboral, y planificación de vida a largo plazo (pensión, por ejemplo).

El voto femenino en Colombia y su participación en el contexto social

Colombia ha sido un país caracterizado por ser generalmente patriarcal, a finales del siglo XIX y aun en principios del XX la mujer continuaba siendo responsable del trabajo doméstico y del cuidado de los hijos; sin embargo a través de la historia ha existido una constante lucha de la mujer por lograr la igualdad legal frente a los hombres, lucha que durante mucho tiempo no dio ningún resultado eficiente y que aun en nuestros días se sigue fortaleciendo.

En 1932 la mujer adquirió mediante la Ley 28 los derechos civiles, luego trece años después en 1945 mediante el Congreso de la República se les reconocieron los derechos como ciudadano, lo que significó un avance en su objetivo de lograr la igualdad, gracias a este nuevo reconocimiento las mujeres podían ocupar cargos públicos, embajadas y otros puestos de alto nivel, sin embargo aún no lograban adquirir el derecho al voto.

En 1946, en medio del disgusto de las mujeres frente a su situación y en medio de su lucha por lograr la igualdad de derechos frente a los hombres, Organización de Naciones Unidas ONU hizo un llamado a todos los países de América Latina en cuyas Constituciones no estaba todavía establecido el derecho al voto femenino, exigiéndoles que actuaran de una forma razonable y acorde con los tiempos, pues este organismo consideraba que negar a la mujer el derecho al voto era perpetuar un estado de desigualdad social entre hombres y mujeres. Sin embargo fue hasta 1954 mediante el Acto Legislativo No 3 de septiembre 14 de 1954, que la mujer obtuvo el derecho legal del sufragio.

Nuevas formas de trabajo e implicaciones del cambio tecnológico para el empleo

La creciente integración de procesos que posibilitan las nuevas tecnologías de la información sugiere nuevas opciones alternativas de configuración de entornos para el trabajo. Todas estas opciones tienen en común el manejo de información como patrón principal de actividades y una elevada independencia, en este contexto, el concepto de flexibilidad laboral va

desempeñar un importante papel en los próximos años. En todo caso conviene tener en cuenta que la tendencia hacia la flexibilización de la actividad laboral vendrá propiciada por los avances tecnológicos, aunque su consolidación se basara en los cambios sociales, económicos y legales que están transformando un mercado laboral (Peiró, 1996).

La cultura de las relaciones Laborales.

Las relaciones laborales están enmarcadas por ciertas características de acuerdo al momento y a las circunstancias bajo las cuales se den, de acuerdo a lo anterior encontramos dos grandes momentos, la vieja cultura y la nueva cultura.

La vieja cultura.

Es una cultura que se basa en la relación que existe entre empresario y trabajador en la confrontación, o en la sumisión, o en el sometimiento, tres características que suelen ser diferentes pero en su relación se obtienen consecuencias muy similares. Como veremos más adelante estas características no permite al trabajador ser participe o protagonistas de transformaciones en su vida y del desarrollo nacional. (Obregón, 1996).

La sumisión de los trabajadores con los empresarios es algo que actualmente aún se utiliza; esto se debe a que a un existe la ideología de que el empleado le debe obediencia al empresario ya que este le facilita el empleo, por ende le debe la subsistencia económica tanto personal como familiar. Esta idea surge por el concepto feudal, irónicamente muy utilizado por el izquierdismo de que el empresario es patrono y el empleado esclavo. El estado guarda un poco de indiferencia con respecto al tema, ya que en lo que intervienen es en registrar los pactos colectivos que los empresarios obligan a firmar a los trabajadores.

Con respecto al sometimiento no funciona el halago, aquí funciona la amenaza trabajadora y el sindicato cuando logran subsistir pasan a ser objetos de todo abuso. Aquí la sumisión es sustituida por el sometimiento. Los trabajadores no tienen derecho a manifestar sus quejas, reclamos e inconformidades ya que esto es considerado como acciones contrarias al orden

autoritario impuesto en la empresa. El sometimiento es una forma de relación obrero- empresarial donde representan el temor y el odio (Obregón, 1996).

La confrontación se puede nombrar como una estrategia sindical y que diferencia entre trabajadores y empresa denominándolas irreconciliables; entiéndase la lucha sindical como una herramienta política para incitar la lucha de clases. La estrategia y la táctica sindical se trazan desde fuera de la organización sindical sin ninguna participación de los afiliados, el sindicato es la transmisión de la ideología revolucionaria; cada conflicto se convierte en una oportunidad para exigirle al empresario o dar a conocer sus inconformidades.

Las características de la confrontación son la mentira, el odio, el engaño, la intimidación entre otras, convirtiéndose esta en un prerrequisito para llegar al acuerdo. Negociar una convención colectiva o un convenio sin pasar por enfrentamientos es considerado como un acto de conciliación de clases, contrario al principio que soporta este tipo de relación laboral. (Obregón, 1996).

Como podemos ver el objetivo de la confrontación es negociar las peticiones y conflictos que se derivan del reglamento del trabajo. Se debe tener en cuenta que en este proceso de negociación el dialogo desaparece no incluye temas tan vitales como la modernización de las empresas, la capacitación de los trabajadores, la productividad entre otras. Lo más importante son los conflictos colectivos sobre los individuales. El sindicato suele ser más importante en el espacio laboral, la participación individual de los trabajadores es prácticamente inexistente, el conflicto no se resuelve oportunamente y se prologa indefinidamente.

La nueva cultura.

Esta nueva cultura tiene como fin el entendimiento y la cooperación entre empresarios y trabajadores; reconoce la empresa y el sindicato como dos instituciones propias de la democracia, no antagónicas con libertad y la construcción de una república social de derecho, existe equidad teniendo en cuenta sus intereses y respetando que cada uno son diferentes, creyendo que es posible llegar a acuerdos, reconociendo la superioridad de los empresarios sobre los trabajadores.

Los empresarios admiten que los trabajadores deben disponer de mecanismos para dar a conocer los conflictos laborales por ejemplo por medio de huelga dando a conocer así la concertación, la mediación y la negociación colectiva; postulando así el tripartismo como la mejor forma para concertar políticas laborales y sociales. En esta nueva cultura el conflicto laboral no desaparece, lo que la diferencia la vieja con la nueva cultura es que en la última el conflicto se puede manejar y es tratado como un hecho propio de la relación laboral, que expresa las diferencias entre empresarios y trabajadores. Los valores que caracterizan esta cultura son como se ha mencionado anteriormente el reconocimiento del otro en la diferencia, la convivencia, la solidaridad y la transparencia.

El papel de la ética en el contexto laboral.

En una reunión convocada por el gobierno a través del ministerio de trabajo aproximadamente en el año de 1994, se originó el nombre de *nueva cultura en las relaciones laborales* y es desde esta época donde se han hecho estudios, investigaciones, seminarios sobre el tema. Este hecho, ha creado polémicas entre trabajadores ya que se preguntan si es una estrategia del gobierno que busca involucrar a los dirigentes de las centrales sindicales en apoyo de sus políticas; otros creen que es una táctica para evadir las soluciones a los problemas laborales. De igual forma se piensa que los empleadores utilizan estos escenarios para promover las condiciones que les permitan el aumento de productividad que exige la competitividad en los mercados.

La expresión nueva culturas en las relaciones laborales se puede categorizar que tiene como finalidad construir procesos de acercamiento entre empleador y empresario, abordar los conflictos colectivos; lo que se intenta con este proceso es dar un nuevo enfoque a las contradicciones; para el movimiento sindical Colombiano este concepto de nueva cultura en las relaciones laborales debe tener correspondencia con prácticas y ejercicios que puedan ser verificables en el tiempo, en los cuales se consulten las necesidades e intereses de las partes en conflicto y que permitan superar las

dificultades equitativamente. (Obregón, 1996). Con lo anterior lo que se pretende es que los trabajadores cuenten con la seguridad y garantías para el cumplimiento de lo establecido con respecto a las normas de orden constitucional y legal.

La ética es una condición que la sociedad le otorga a varios aspectos de la vida ya sea profesional, cultural, político o religioso, en este caso lo relacionamos con trabajador y empleador, entendiendo la ética como consecuente de los valores, es decir lo que debe ser para cada una de las partes una acción o decisión, lo que lleva a que para unas personas lo que es ético para otras personas tal vez no lo sea, cada persona tiene conceptos diferentes de ética cada uno actúa respecto a su ética. Es decir que si hay una política en las nuevas relaciones laborales en la que esté presente la ética puede contribuir a la solución del conflicto, a consultar las mejores posibilidades y hacer que los trabajadores participen en las decisiones y no sean simples observadores del desarrollo de las empresas (Obregón, 1996).

Lo anterior sugiere que dentro de las relaciones laborales es indispensable que todos los actores estén involucrados, de tal manera que sean respetados los derechos tanto del trabajador como del empleador con el fin de lograr equidad en cuanto a los intereses de cada uno y de esta manera se logren los objetivos tanto a nivel individual como a nivel organizacional.

Posicionamiento de la informalidad en el mercado laboral

Teniendo en cuenta que la venta directa se encuentra catalogada como una práctica del mercado informal, es importante hacer una conceptualización acerca de las implicaciones que enmarcan la informalidad así como también las condiciones bajo las cuales se desarrolla este tipo de labor.

Concepto de trabajo informal,

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE presenta la siguiente definición operativa y posterior diferenciación entre trabajo formal e informal: “puede definirse el *empleo informal urbano* como el compuesto: a) por los ayudantes familiares, el servicio doméstico, los trabajadores por cuenta propia distintos de profesionales y técnicos independientes, y b) por los

asalariados y patrones vinculados a empresas privadas de hasta 10 personas. Por oposición el empleo formal agruparía a los profesionales y técnicos independientes, los empleados del Estado y los asalariados y patrones de empresas privadas de más de 10 personas”.

El sector informal fue reconocido como fenómeno económico a principios de los años setenta, se le veía como algo importante, pero no crítico para el análisis económico. Se pensaba que desaparecería gradualmente a medida que los trabajadores informales se integraran al empleo y ese empleo integrado se formalizara. Lo cierto es que para el principio del nuevo siglo el número y la importancia de los trabajadores informales y sus negocios se habían incrementado en muchos países (Piras, 2006; p. 243)

“El trabajador informal está permanentemente sometido a condiciones de escasez e inestabilidad, su posición es altamente vulnerable, estos elementos van marcando las estrategias de la organización, destacando las características más comunes en ellos: la diversificación y adaptabilidad”. (Schvarstein ,2005; pág. 39). Adicionalmente se encuentra el tema de salarios, el principal argumento para dar explicación a la sustancial diferencia entre ingresos del sector formal e informal, surge desde la apreciación de que las unidades de producción formales generan mayor estabilidad del trabajo en cuanto a la organización interna de labores lo cual permite acceder salarios más altos y fijos, por el contrario en la actividad informal no se da una base económica sólida que sustente un ingreso fijo debido a la rotación constante de actividad y de condiciones bajo las cuales se desarrolla la actividad, independientemente de cual sea, lo cual trae como consecuencia la incertidumbre constante del ingreso económico. (Uribe y Forero, 1986).

Características del sector informal.

“El sector informal puede ser visto como una válvula de escape para los individuos menos educados de una sociedad, en momentos recesivos. La informalidad existe básicamente por la incapacidad del sector formal de generar suficientes empleos.” (Ochoa y Ordóñez, 2004; pág.7)

La OIT (2002) define como persona ocupada con un empleo informal a aquella cuya relación de empleo no está sujeta a la legislación laboral

habitual y al pago de impuestos, y no disfruta de protección social o derecho a ciertas protecciones laborales.” Esta definición agrega a la elusión de regulaciones e impuestos, la falta de beneficios laborales y sociales. De hecho estos beneficios usualmente dependen de la existencia de un contrato laboral regulado y del cumplimiento de las obligaciones impositivas en el área laboral. Por tanto, según esta concepción la característica central de los trabajadores informales es no estar reconocidos ni protegidos dentro de los marcos jurídico y reglamentario (Bertranou, & Gasparini, 2004; p. 4)

Variables relacionadas con el posicionamiento del trabajo informal.

¿Cuáles son sus motivaciones, ingresos y bienestar?

Sus motivaciones reportadas y su percepción acerca de su bienestar y satisfacción con el empleo, indican que 1) la mayoría de los trabajadores independientes (aproximadamente dos terceras partes) ingresaron a sus empleos voluntariamente, asignan un valor significativo a los beneficiarios no pecuniarios del trabajo autónomo y escogen “escapar” a los sistemas formales de protección social; 2) por el contrario la mayoría de los trabajadores informales asalariados parecen haber sido excluidos de empleos más deseables, ya sea como asalariados formales o como trabajadores independientes. Los trabajadores informales sostienen que ellos no contribuyen a la seguridad social ni a los planes de seguro de salud, principalmente debido a sus bajos ingresos y también debido a la decisión de sus empleadores de no ofrecer beneficios (Perry, 2008, pág. 5)

“En el caso de la mayor parte de trabajadores informales asalariados debido a que carecen de información sobre los beneficios y funcionamiento de los programas de protección social; recurren a otros mecanismos de cobertura incluyendo la cobertura a través de otros miembros de la familia y servicios universales.”(Perry, 2008; pág.5)

Nivel de educación, “La mayor parte de las personas que pertenecen al sector informal posee un grado de escolaridad bastante bajo, el cual no supera la educación básica secundaria, lo que se convierte en una desventaja para

estos, ya que disminuyen las probabilidades de emplearse en el sector formal.” (Ochoa y Ordóñez, 2004; pág.7)

Sexo.

La tasa de informalidad femenina es mayor que la masculina. La razón de este fenómeno es que las mujeres no solo tienen la responsabilidad de trabajar para complementar los ingresos del hogar, sino que también allí tienen obligaciones por lo que necesitan horarios flexibles que les permitan hacer dos cosas a la vez. Además, hay que tener en cuenta el relativamente poco tiempo que lleva la mujer en el mundo laboral (Ochoa y Ordóñez, 2004; pág. 9)

Edad. “La evidencia internacional muestra que la mayor parte de quienes pertenecen al sector formal son personas entre los 25 y los 35 años de edad, por lo que aquellas que se quedan por fuera de este rango se les dificulta más su ingreso a este sector, y no les queda más remedio que comenzar a formar parte del sector informal en Colombia.” (Ochoa y Ordóñez, 2004; pág.12).

Desempleo.

El lento e insuficiente proceso de generación de empleo por parte de las empresas formalmente constituidas hace que la tasa de desempleo crezca rápidamente, por lo que el sector informal se muestra como una tabla de salvación para aquellas personas que no tienen la fortuna de pertenecer al sector formal. El comportamiento de la informalidad en Colombia venía presentando una tendencia a la baja desde 1996 y también las tasas de informalidad femenina venían disminuyendo hasta igualar en este mismo año la tasa masculina. A partir de 1996 nuevamente se empiezan a incrementar los niveles de desempleo debido a esta tendencia, el exceso de mano de obra aumento; por esto se estimulo el crecimiento del sector informal como una opción frente al desempleo, lo que permite a los individuos percibir algún ingreso, mientras consiguen empleo en el sector formal (Ochoa y Ordóñez, 2004; p.10)

Empleo flexible

Con frecuencia se utilizan los términos de “trabajo flexible” y “empleo flexible” ambos poseen significados muy amplios. Inicialmente se refieren a situaciones en las que el empleado es contratado periódicamente cuando

las circunstancias de producción de las empresas lo requieren, para desarrollar su trabajo en jornadas laborales de carácter viable. En la actualidad, dichos términos se utilizan para referirse a situaciones laborales caracterizadas por variaciones en los puestos de trabajo, horas de trabajo, lugar de trabajo y compensaciones económicas. Ahora bien con respecto a las reacciones de los trabajadores ante el empleo flexible son todavía desconocidas, dependerán del tipo concreto, de su duración y de la posibilidad en el mercado laboral. En todo caso se podría afirmar que la flexibilidad tendrá efectos sustanciales sobre los patrones de vida cotidiana en los periodos en que se exige una mayor dedicación al trabajo y mayores niveles de movilidad (Peiró, 1996, p.. 25).

Contrato laboral. La ética del trabajo es una norma de vida con la cual se quiere conseguir lo necesario para vivir y ser feliz, donde es preciso dar primero para luego recibir. Otra característica de la ética del trabajo es que es dañino el conformarse con lo ya conseguido y quedarse con menos en lugar de buscar más, el trabajar es un valor jerarquizado, donde trabajar es bueno no hacerlo es malo.

La mayor parte de las personas pueden ganarse la vida ofreciendo su trabajo para obtener a cambio lo que merecen, todo lo que las personas logran es una recompensa de su trabajo anterior y por ver sus logros están dispuestos a seguir trabajando, el trabajar es normal el no hacerlo es anormal. De la ética del trabajo surge una gran batalla donde luchan los pioneros de la razón moderna contra la irracional, insensata, ignorante e imperdonable resistencia al progreso. El objetivo de esta guerra era que los ciegos vieran la luz, enseñar a la sociedad a aspirar una vida mejor, a desear nuevas cosas y cada vez mejores. Siendo esta lucha un intento de resucitar actitudes características del periodo preindustrial, pero en condiciones nuevas que las despojaban de sentido, el propósito de la cruzada moral era recrear, dentro de la fábrica y bajo la disciplina impuesta por los patrones, el compromiso pleno con el trabajo artesanal, la dedicación incondicional al mismo y el cumplimiento, en el mejor nivel posible de las tareas impuestas (Bauman, 1998).

John Stuart Mill (como se citó en Bauman, 1998) decía que en la mayoría de los casos se encontraba con que las personas querían recibir mucho a cambio de brindar pocos servicios. Stuart Mill definía esto como un comportamiento desprovisto de emociones y regida por la relación costo beneficio.

En relación con la ética del trabajo se promovía la ética de la disciplina, donde ya no importaba el orgullo, la finalidad o el sentido, el obrero debía trabajar día tras día y hora tras hora aunque no tuviera un motivo para ese esfuerzo. El mayor problema que enfrentaban los pioneros de la modernización era la necesidad de obligar a las personas, acostumbradas a darle sentido a su trabajo por sus propias metas, a cambiar esto por un cumplimiento de labores que otros le imponían y controlaban que carecían de sentido para ellos; la solución fue habituar a los obreros a obedecer sin pensar, como comenta Werner Sombart ((como se citó en Bauman, 1998) el nuevo régimen fabril necesitaba solo partes de seres humanos: pequeños engranajes sin almas integradas a un mecanismo más complejo.

La práctica de la cruzada por la ética del trabajo era batallar por imponer un control, unas normas, separar lo que las personas hacían de lo que consideraban digno de ser hecho, batallar por que los trabajadores aceptaran el homenaje a la ética y a la nobleza del trabajo. Si se hubiera incorporado la ética del trabajo por completo, probablemente habría remplazado las demás actividades humanas como (elegir, ponerse firmes, reflexionar y evaluar), y las personas solo se limitarían a cumplir con las formalidades, si la ética del trabajo se hubiera impuesto, por primera vez en la historia se habría dado prioridad a lo que se debe hacer por encima de lo es necesario hacer.

El introducir maquinaria y la organización del trabajo sometió a los obreros a una mortal rutina administrativa y mecánica, anteriormente se les daba la oportunidad a los trabajadores de expresar su personalidad y su talento en el trabajo y de esta forma el artesano obtenía placer por su labor. El trabajador debía ser ágil, no tenía derecho de pensar en forma autónoma, ser leales solo a sus patrones.

En el esfuerzo por comprender las nuevas relaciones entre trabajo, género, identidad, se han identificado un conjunto de ejes problemáticos:

El primer eje problemático deriva del hecho de que el trabajo sigue siendo un elemento organizador de la vida cotidiana y la principal fuente de generación de ingresos personales, al mismo tiempo ha perdido su centralidad como fuente de sentido para la construcción de identidades

El segundo eje problemático se refiere al sentido del trabajo como articulador de vínculos sociales. A diferencia de lugar fundamental que ocupaba el trabajo para la integración social y el ejercicio de la ciudadanía en la sociedad industrial, en la actualidad parece debilitarse su capacidad de ofrecer formas de afiliación, pertenencia o identificación. La transitoriedad, la precariedad, y el individualismo que caracterizan las actuales relaciones laborales debilitan las posibilidades de que el trabajo se constituya en un espacio de articulación de vínculos capaces de sostener la conformación de identidades y referentes colectivos.

El tercer eje problemático remite a la situación de las mujeres quienes al entrar al sistema laboral deben enfrentar una estructura y una normativa basada en una distribución sexual del trabajo que asigna casi con exclusividad el trabajo productivo a los hombres, manteniendo el trabajo reproductivo como responsabilidad femenina.

El cuarto eje problemático se relaciona con el hecho de que el significado del trabajo para la identidad de las personas remite a experiencias e historias de vida singulares, inscritas siempre en un campo de condiciones sociales, culturales, políticas y materiales (Schvarstein, 2005; pág. 104-106)

El sujeto como trabajador flexible.

El trabajador contemporáneo es un sujeto que se adapta a las múltiples circunstancias y contingencias propias del contexto laboral: diferentes tipos de contratación, múltiples horarios, múltiples funciones. Las empresas se enfrentan a un contexto más incierto y competitivo, y en esa medida deben asumir mayores riesgos para sobrevivir. Sin embargo, las empresas amparadas por las políticas de desregulación laboral logran desplazar estos riesgos hacia el trabajador (Urrea, 1999 como se cito en García, 2007). Así, las formas de

contratación se han flexibilizado de tal manera que la variabilidad y contingencias del proceso de producción pueden ser asumidas por la empresa a través de la contratación de trabajadores temporales, contratos de trabajo con horarios flexibles y sin costo considerable para la empresa, formas de despido masivo más favorables para la empresa en términos de costo, a su vez, el trabajador se debe someter a las nuevas condiciones, puesto que, si no las acepta, otro puede venir a remplazarlo.

La necesidad de trabajar para poder asumir la propia supervivencia obliga al trabajador a ser maleable de acuerdo con las circunstancias; a someterse a horarios (sábados y domingos) que comprometen otros espacios de la vida del trabajador, que en situación de no necesidad seguramente no se verían comprometidos (García 2007).

Dada dicha situación, surge la inquietud de cuál es el coste beneficio real de la flexibilidad laboral, se requiere que desde distintas disciplinas se le preste especial atención al tema de las condiciones laborales a las cuales se deben ajustar las personas y la necesidad de estar acorde con el actual sistema económico y laboral, sin embargo es necesario tener en cuenta también que dichas condiciones han sido socialmente construidas y de igual manera deben ser corregidas en pro del mejoramiento.

En el caso específico de la psicología organizacional ha contribuido a la producción de la realidad vigente, una realidad en la que los trabajadores son concebidos como recursos necesarios para la reproducción del capital. La forma como se nombra el mundo produce verdades que se sedimentan y que se dan por sentadas, verdades que configuran formas de relación: competencia, individualismo, indiferencia. En esa medida, es importante reflexionar acerca de las formas vigentes de pensar y actuar sobre el mundo. Una Psicología reflexiva sería aquella que logre desnaturalizar realidades laborales que nadie cuestiona porque son “normales”, realidades que la misma psicología ha contribuido a producir, pero que desde actos de reflexión y/o denuncia puede contribuir a su cuestionamiento y/o reducción (García 2007).

Venta directa.

La Venta Directa es la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros o en su lugar de trabajo, siempre por fuera de locales comerciales establecidos. Usualmente se realiza a través de una explicación o demostración de dichos bienes o servicios por parte de una fuerza de ventas independiente. (Asociación Colombiana de venta directa -ACOVEDI, 2011).

En sus orígenes, a mediados del siglo XIX, la venta directa se desarrolló en Estados Unidos, estableciéndose como trabajo independiente, y fue concebido como una actividad que cambió la noción de subordinación laboral explícita, por una tácita o sutil, que permitió a los empresarios/as reducir los costos laborales, y modificar la relación laboral con vendedores/as. Las políticas implementadas en el mercado laboral, en la década de los noventa, están dirigidas hacia la flexibilidad laboral, la precariedad y la externalización de procesos de intermediación; éstas dan origen a nuevas y diferentes formas de vinculación laboral. Sin embargo, desde su implementación, la venta directa por catálogo es la que ha utilizado la figura de trabajadores/as independientes: flexibilidad en el horario de trabajo, actividad parcial o de tiempo completo; remuneración variable, el ingreso depende de las ganancias, y trabajo sin protección social —ausencia de salud y pensiones—, entre otros (Ramírez & Rúa, 2008: p.4.)

Una de las características que distingue la venta directa de las denominadas ventas a distancia, es que en éstas no existe un contacto personal entre la empresa vendedora y el comprador, por el contrario en la venta directa la consultora se encarga de prestar este servicio personal que facilita satisfacer sus necesidades ya que se conocen de manera directa Ongallo (2007), además de esta que es su principal característica se encuentran:

1. Fuera de un local comercial.
2. Atención en el domicilio del consumidor.
3. Contacto personal asesor – cliente, lo cual brinda altos niveles de servicio la cliente.

4. No existe contrato laboral, la relación entre consultoras y empresa se basa en una relación comercial de ganancia sobre venta y vinculación de nuevas personas a la red.
5. Es una fuente de ingresos adicionales sin restricción de sexo, edad, nivel educativo o experiencia previa que ofrece flexibilidad de horario.
6. Funcionamiento de la red en la modalidad de venta directa
7. La venta directa se basa en el trabajo en red, el funcionamiento de la misma esta direccionado por varios aspectos:
8. Se gana vendiendo: Como colaboradora de la red de venta directa, a mayor venta mayor ganancia, se gana del 25 % al 40 % sobre venta, las empresas de venta directa manejan un esquema donde se relacionan tiempo invertido, número de clientes y ganancia, así:

Tabla1. Relación de ganancia sobre venta.

Horas Invertidas	Número de Clientes	Venta Diaria	Venta Semanal	Venta por campaña	Ganancia por campaña
2	2	\$70.000	\$350.000	\$1.400.000	\$350.000
4	4	\$140.000	\$700.000	\$2.800.000	\$850.000
6	6	\$210.000	\$1.050.000	\$4.200.000	\$1.680.000
8	8	\$280.000	\$1.700.000	\$5.600.000	\$2.240.000

Fuente: Asociación Colombiana de Venta Directa ACOVEDI)

Se gana incorporando: Por cada colaboradora nueva que se incorpore se ganara el 4 % sobre la venta adicionales a las ventas personales.

Se gana duplicándose: Se gana formando en ventas y atención al cliente a las nuevas colaboradoras, con el fin de lograr la permanencia de las mismas dentro de la organización de esta manera crece la red y crece proporcionalmente la ganancia.

Los criterios de valoración por desempeño que se manejan para el área de ventas, son definidos de acuerdo al nivel de ventas que tengan en el mes y a partir de ello se les califica en un status de venta y proporcional a éste se le

otorga un cupo de crédito a partir del cual podrá hacer la venta, es decir la empresa le asigna un tope de dinero que respalda el pago de las ventas.

La distribución se puede hacer por medio de dos canales de venta:

1. El sistema “Party-Plan”: que consiste en hacer una reunión en el domicilio o lugar de trabajo de una persona llamada anfitriona que recibe un regalo por prestar su servicio y su casa o lugar de trabajo para reunir a los invitados, allí se realizan sesiones de muestra de los productos para conocer los beneficios de los mismos con el fin de impulsar la posterior venta que se dará al final de la reunión (ACOVEDI, 2011).
2. La venta por catalogo: la consultora entrega el catalogo de productos directamente al cliente para que éste observe los productos y haga su pedido, se usa material de apoyo como muestras y como estrategia de motivación para la compra el uso de los productos por parte de la consultora quien incluye en su presentación personal joyas, fragancias, ropa, etc.

La práctica de venta directa es una opción laboral basada en la autonomía de sus colaboradoras, sin embargo teniendo en cuenta que existe la prestación de un servicio, una retribución y cierto grado de subordinación, ya que de acuerdo a las características planteadas antes las consultoras deben referir cierta cantidad de pedido para poder acceder a la ganancia y mantener la permanencia dentro de la red, se puede llegar a pensar en una relación laboral de dependencia que estaría alejado del concepto de independencia que se pretende mostrar con este tipo de práctica.

Aún cuando todas las condiciones presentadas anteriormente, plantean la venta directa como una alternativa de ocupación que brinda muchas ventajas para las consultoras, principalmente el estatus de independientes.

La condición de trabajadores/as independientes “no subordinados”, tiene algunas características que podrían indicar que ello no es así: cada trabajador/a tiene un código que lo identifica como tal; debe asistir a reuniones y conferencias; está clasificado en niveles o jerarquías de trabajo; se le

establecen formas y lugares de pago (en efectivo, en un local propio, bancos, etc.); promociona los productos a través de catálogos; se debe adherir a un código de ética; le rigen plazos determinados; le establecen frecuencias permanentes para las campañas; recibe premios por volumen de ventas; los precios los fija la empresa; asiste a cursos de capacitación; se le establecen áreas específicas de venta; y debe dar factura por lo que ha vendido. Estas características muestran aspectos comunes, de tipo laboral, que deberían estar integrados a las situaciones de protección dentro de los derechos del trabajo (Orsatti (2006 como se citó en Ramírez & Rúa. 2008; p. 1):

Algunos conceptos importantes.

A continuación se presentan algunos conceptos que permiten dar una nueva mirada a las condiciones bajo las cuales se desarrolla la labor informal y específicamente la práctica de venta directa.

Contrato psicológico.

Conjunto de expectativas reciprocas en cuanto a derechos obligaciones, en gran parte de naturaleza inconsciente, de carácter informal, dinámico, y fuertemente relacionado con el reconocimiento reciproco que necesitan tanto la persona como la organización (Levinson, 1976 como se citó en Scharsvarstein, 2005).

Contrato relacional.

“Generalmente es informal, en el sentido de que no se firma cuando el empleado ingresa a la organización, coloca al individuo en relación de dependencia originando lo que en las culturas latinas se denomina “cargas sociales”, este contrato no especifica plazos, pero se supone que tiene vigencia en tanto el empleado desempeñe satisfactoriamente su papel. Otorga una remuneración fija establecida en relación con la complejidad del rol adjudicado” (Schvarstein, 2005; p. 43)

Contrato transaccional.

“El contratado aparece como un “tercero” en la relación entre la organización y sus empleados dependientes. Los tiempos de trabajo son flexibles, muchas veces se trabaja a distancia, el contratado no es un agente externo de la organización.” (Schvarstein, 2005; pág.44)

Empresa.

Puede ser definida como “entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios generalmente con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad” (Diccionario de la lengua española).

Empleabilidad.

Se refiere a las calificaciones, los conocimientos y las competencias que aumentan la capacidad de los trabajadores para conseguir y conservar un empleo, mejorar su trabajo y adaptarse al cambio. Pensar en empleabilidad implica pensar en un escenario de trabajo en el que, una persona puede llegar a tener cinco empleos diferentes a lo largo de toda su vida. (Álvarez, 1999 como se citó en Scharvarstein, 2005).

Individualización

Proceso mediante el cual las personas incrementan su autonomía y asumen la tarea de construir reflexivamente su identidad, esta supone la construcción de sí mismo.

Estos conceptos permiten pensar en un replanteamiento del concepto de la práctica de venta directa como una labor independiente ya que si bien presenta aspectos de flexibilidad y autonomía, también cumple con características que generan una relación de tipo laboral y que implican una interdependencia con la organización. Lo anterior llevaría a pensar en un reconocimiento de las consultoras como trabajadores sumando a esto las condiciones de protección correspondientes de acuerdo con la ley (específicamente salud, pensión y ARP), este es un fenómeno que ha trascendido en el tiempo y que se sigue presentando gracias a la aceptación que ha tenido dentro de la sociedad, a continuación se presenta un planteamiento del cómo se da este proceso de aceptación y normalización desde una mirada epistemológica constructorista, la cual direcciona la presente investigación.

Proceso de Aceptación Desde una Postura Construccinista

La construcción de las realidades o de los conceptos que socialmente se manejan en el día a día, no surge simplemente al azar, por el contrario todos ellos están mediados por la interacción social, el manejo del lenguaje y significados que se genera en el contacto social, permite dar cuenta e interpretar la vida cotidiana, de esta forma brinda la capacidad para asumir un rol y hacer entendible los entornos donde se desenvuelve, viendo a la sociedad como una construcción humana que a su vez es aprehendida como una realidad externa, es por esta razón que para el manejo de la presente tesis se tome como referente epistemológico la escuela Psicológica del construccionismo, dada la estrecha relación de cómo se construyen e interpretan dichas realidades, como se legitiman, se normalizan e institucionalizan ciertas prácticas dentro del marco de la fuerza laboral informal, concretamente la venta directa.

Construcción social.

La construcción social se da a partir de la interacción con otros esta mediada por los momentos históricos y culturales, que adquieren sentido en el contexto desde donde se generan.

Supuestos para una ciencia del construccionismo social

“Los términos y las formas por medio de las cuales conseguimos la comprensión de nosotros mismos son artefactos sociales, productos de intercambio situados histórica y culturalmente y que se dan entre personas” (Gergen, 1996; pág.. 73).

“Para los construccionistas, las descripciones y las explicaciones ni se derivan del mundo tal y como es, ni son el resultado inexorable y final de las propensiones genéticas o estructurales internas del individuo. Más bien, son el resultado de la coordinación humana de la acción, las palabras adquieren su significado solo en el contexto de las relaciones actualmente vigentes” (Gergen, 1996; pág.. 73).

“El grado en el que un dar cuenta del mundo o del yo se sostiene a través del tiempo no depende de la validez objetiva de la exposición si no de las vicisitudes del proceso social.” (Gergen, 1996, pág.. 75).

“La significación del lenguaje en los asuntos humanos se deriva del modo como funciona dentro de las pautas de relación” (Gergen, 1996, pág. 76).

“Estimar las formas existentes de discursos consiste en evaluar las pautas de vida cultural; tal evaluación se hace eco de otros en claves culturales” (Gergen, 1996, pág.. 78).

La acción moral desde el punto de vista construccionista.

La acción moral es posible cuando los individuos están inmersos en la vida comunitaria, y desarrollan narrativas auto identificadoras que les hacen ser inteligibles para otros y para sí mismos. El sujeto puede ser considerado responsable moralmente en razón de las narrativas auto - identificatorias y a causa de su enraizamiento en la vida cultural. Ser el sujeto de una narración que va desde el nacimiento hasta la muerte es ser responsable de las acciones y experiencias que componen la vida narrable.

Legitimación

Este concepto desde Berger y Luckman (2003) hace referencia al proceso explicar y justificar las institucionalizaciones, que son a su vez las normas impuestas a la sociedad; es decir la legitimación da cuenta del proceso mediante el cual las personas internalizan las normas impuestas y forman a partir de ellas la realidad, su realidad. Éste proceso de formación de realidad se da mediante la normatividad y el conocimiento; en primer lugar la normatividad hace referencia a la forma como ciertos aspectos o características se hacen parte de la cotidianidad de la sociedad como reglas, en segundo lugar el conocimiento se refiere a la forma como dicha normatividad es sustentada desde postulados legales y sociales para alcanzar la credibilidad suficiente que la lleven a la aceptación por parte de las personas trascendiendo para posteriormente convertirse en teoría pura. “La legitimación no solo indica al individuo por qué debe realizar una acción y no otra; también le indica por qué las cosas son como son” (Berger y Luckman, 2003; pág.. 120).

La legitimación se puede distinguir en cuatro niveles empíricos.

1. La legitimación incipiente: aparece al momento de transmitir un conjunto de objetivaciones lingüísticas (vocabulario), que le permiten a la persona identificar como se hacen las cosas. Este nivel es pre-teórico y constituye la base del conocimiento que servirá como credibilidad a la hora de ser o no aceptada socialmente.
2. Propositiones teóricas en forma rudimentaria: en este nivel encontramos esquemas explicativos relacionados directamente con acciones concretas que encaminan el proceder de las personas, se llaman esquemas explicativos precisamente porque tiene como finalidad dar explicación a las objetivaciones lingüísticas del primer nivel ejemplificando los conceptos en acciones concretas.
3. Teorías explícitas: En este nivel la legitimación se da dentro de un sector institucional mediante un cuerpo de conocimiento diferenciado que incluyen marcos de referencia de comportamiento determinado para cierto grupo. Este nivel implica un grado de complejidad y diferenciación más alto que los niveles anteriores por tanto generalmente, en este caso, el proceso de legitimación está dirigido por personal especializado denominados legitimadores o expertos, quienes transmiten el conocimiento legitimado o inician de manera formal a la siguiente generación. Es en este tercer nivel donde el conocimiento formado en el proceso de legitimación se convierte en teoría legitimadora especializada pudiendo así trascender a la práctica para convertirse en “teoría pura”.
4. Los universos simbólicos: este nivel abarca los procesos simbólicos, entendiendo estos como realidades que no corresponden a la vida cotidiana, es decir trasciende la esfera de aplicación pragmática, sin embargo encuentran explicación y justificación desde cierta área del universo real o cotidiano. Por ejemplo los sueños, no hacen parte de la realidad cotidiana, sin embargo se pueden explicar o darles significado

desde una teoría psicológica que si hace parte de la realidad cotidiana, la realidad social.

El universo simbólico es entonces el último de los niveles donde se puede desarrollar la legitimación, éste permite entre otras cosas ordenar la historia y ubicar los acontecimientos en pasado, presente y futuro. En este sentido permite establecer una memoria y así mismo brinda un marco de referencia (roles sociales) para el presente y para el futuro, permitiendo que todos los individuos pertenezcan y se ubiquen en el universo significativo porque están vinculados directamente con sus antecesores y sucesores.

Construcción de sujetos laborales

El contexto de trabajo flexible e inmaterial característico del capitalismo contemporáneo ya no requiere de sujetos disciplinados que repriman su deseo para ajustar sus movimientos a los ritmos de la máquina, como en el caso del trabajo fordista, sino que son precisamente los afectos y el intelecto del trabajador los que le dan valor a un trabajo centrado en el servicio y la innovación (García 2007).

Los trabajadores se convierten en fuente de ventaja competitiva, pues ya no es la fuerza física del trabajador el factor fundamental de producción, sino su iniciativa, creatividad, poder de decisión, es decir, su subjetividad.

Las empresas requieren entonces cierto tipo de subjetividades, en este caso, trabajadores competentes no sólo a nivel intelectual (con capacidad de solucionar problemas y generar alternativas), sino también emocional, en tanto su empatía es necesaria para la interacción con el cliente.

En últimas, se necesitan trabajadores flexibles con capacidad de asumir la contingencia propia de las situaciones laborales en el contexto posmoderno: puestos de trabajo poco estructurados para posibilitar dar respuesta ante situaciones complejas e impredecibles, contratos de trabajo inestables y a término fijo que acentúan la precariedad, horarios flexibles que exigen disponibilidad completa del trabajador (García 2007). Así, la subjetividad del trabajador se convierte en eje fundamental de la producción y, por lo tanto, en objeto de tecnologías de poder tales como la psicología (Rose, 1999).

Encontramos un ejemplo del planteamiento anterior en la práctica de venta directa teniendo en cuenta que bajo condiciones laborales flexibles se están encubriendo condiciones de desprotección, en la medida que no se reconoce al personal como trabajadores y por tanto se omiten obligaciones que la empresa tiene para con su fuerza laboral aun cuando no exista un contrato laboral. Los procesos de vinculación y permanencia del personal se desarrollan bajo un despliegue de tecnologías de control que buscan la seducción del trabajador de forma que su subjetividad esté alineada con los objetivos corporativos, asegurando que sus comportamientos no prescritos y su “iniciativa” estén en sintonía con lo que espera la empresa (Rose, 1999 como se citó en Scharsvarstein, 2005).

En esa medida y en correspondencia con el sujeto posmoderno flexible, el trabajador es moldeable, no hay una esencia que lo caracterice. La empresa es un espacio de aprendizaje y de construcción de subjetividades; los sujetos, a través de las capacitaciones, en ventas por ejemplo, aprenden a comportarse de manera adecuada frente al cliente, a manejar adecuadamente sus afectos; y el producto es que lo que resultan ser las personas después de estos procesos de aprendizaje es diferente a lo que eran antes (García y Carvajal, 2006).

De igual forma, el conocimiento es visto por los empleados como una herramienta indispensable en su actividad laboral. Sin los conocimientos transmitidos a través de las capacitaciones ellos no tendrían las herramientas actitudinales ni comportamentales adecuadas para el proceso de venta. El conocimiento se convierte en una herramienta fundamental para la empresa, para asegurar que los comportamientos de los trabajadores se traduzcan en rendimiento económico para la empresa, la posibilidad de escalar y de hacer carrera en la empresa se convierte en signo de realización personal (García, 2007).

El trabajo como Fenómeno Psicosocial

“El trabajo es un fenómeno complejo y multifacético que ha sido abordado desde ámbitos disciplinares tan diversos como la economía, el derecho, la historia, la antropología, y la psicología”. (Peiró 1996; pág. 15).

“En el marco de las ciencias Psicológicas han sido diversas las aproximaciones disciplinares y relevantes. Definiendo así el trabajo como un fenómeno cuyo estudio no se agota en el análisis de una actividad de una persona en determinado ambiente. Sino también en una realidad social fruto de la interacción de la vida humana en sociedad”. (Peiró 1996. pág. 5)

Su significado se hace más completo en el marco de la cultura y de la sociedad en la que se produce, aunque su plasmación concreta en esos ámbitos influye y condiciona la vida humana y las conductas de las personas que constituyen esa sociedad. y de los grupos sociales y colectivos que la conforman. (Peiró, 1996)

Perspectiva psicosocial del trabajo.

“En diversas ocasiones se ha puesto de manifiesto que la dimensión psicosocial no puede ser delimitada cabalmente en función de la naturaleza del objeto” (Ibáñez, 1990 como se citó en Scharsvarstein, 2005).).En este sentido, si se tienen en cuenta los diversos criterios que definen lo psicosocial ejemplo: el tipo de relación, lo simbólico, la intersubjetividad, la interacción o el entorno social y cultural, cabe constatar que la perspectiva psicosocial del trabajo se fundamenta básicamente tanto en la interacción social, la interpretación cultural del mismo y en la construcción de símbolos que dan origen a creencias y valores compartidos (Peiró, 1996)

Ahora bien dicha construcción se da a partir de las percepciones de los sujetos, dicha percepción esta mediada por aspectos como experiencias, creencias, emociones, motivaciones y demás aspectos que hacen parte integral del ser humano. Por lo tanto es indispensable hacer una revisión de los mismos para intentar comprender y dar respuesta al por qué y para qué de las construcciones que finalmente conforman la realidad de la sociedad, en nuestro caso puntual al fenómeno de la labor de venta directa.

La motivación y el trabajo.

El desarrollo de cualquier labor esta mediado por diferentes factores que de una u otra manera generan influencia en el actuar de las personas y por ende en el resultado de cada una de las cosas que hagan, entre estos factores

encontramos la motivación que a su vez se da desde la persona y/o desde el medio en el que interactúa. En el caso del trabajo, éste da respuesta a las motivaciones que llevan a las personas a desarrollar determinada actividad, donde median diferentes aspectos que se presentan a continuación.

Necesidades psicológicas orgánicas.

Las necesidades psicológicas surgen y se expresan como motivación para promover: un compromiso activo con el ambiente, un desarrollo de habilidades y un desarrollo saludable. Estas necesidades existen dentro de la naturaleza humana y son por tanto innatas en todos. Tres de tales necesidades psicológicas orgánicas son; la autodeterminación, la competencia y el gregarismo. (Reeve, 2002).

Autodeterminación. La conducta se autodetermina cuando los intereses, preferencias y creencias guían la decisión de involucrarse o no en una actividad particular. No se está autodeterminado es decir, las conductas están determinadas por otras cuando alguna fuerza exterior presiona para pensar, sentir o comportarse de formas particulares. De manera formal la autodeterminación consiste en la necesidad de experimentar elecciones en el inicio y regulación de la conducta. (Reeve, 2002).

Competencia. Cuando una persona siente que adquiere dominio y que está progresando, experimenta alguna de sus emociones más positivas y satisfactorias. En otras palabras hay una necesidad de competencia. La competencia es una necesidad psicológica de ser el mejor en las interacciones con el ambiente y refleja el deseo de ejercitar las capacidades y habilidades propias. (Reeve, 2002)

Gregarismo. Todos necesitan sentir la pertenencia, todos necesitan tener interacción social cualquier individuo quiere formar y mantener relaciones afectivas cercanas y cálidas con otros. Cada uno quiere que la gente lo comprenda, quiere ser aceptado y valorado. El gregarismo es la necesidad de establecer lazos y vínculos emocionales estrechos con otras personas. (Reeve, 2002)

Motivo.

Es un término general que identifica las necesidades, cogniciones y emociones. Cada una de las cuales es un proceso interno que energiza y dirige la conducta. Y hacen parte de la motivación. Las necesidades son condiciones dentro del individuo que resultan esenciales y necesarias para la preservación de la vida. Las cogniciones se refieren a sucesos mentales específicos, como las creencias, expectativas y a los autoconceptos. Y las emociones que organizan a los sentimientos, los propósitos y la expresión. (Reeve, 2002).

Motivaciones intrínsecas y extrínsecas.

Las necesidades generan estados motivacionales dentro de cada uno. Sin embargo la observación casual de la conducta cotidiana sugiere que las necesidades en ocasiones son intangibles. Tales observaciones sugieren que la gente no siempre genera su propia motivación desde el interior. En vez de ello, las personas suelen volverse pasivas y recurren al ambiente para suministrarse motivación. (Reeve, 2002)

Motivación extrínseca. Surge a partir de incentivos y consecuencias ambientales. Siempre que se actúa para obtener una recompensa, la conducta es extrínsecamente motivada. Es decir la motivación debe su origen a sucesos presentes en el ambiente. La motivación extrínseca surge de una especie de motivación “haz esto y obtendrás aquello” es una razón creada en forma ambiental para incentivar o persistir en una acción. La motivación extrínseca significa un medio para un fin: el medio es la conducta y el fin es alguna consecuencia. (Reeve, 2002)

Motivación intrínseca. Es la inclinación innata de comprometer los intereses propios y ejercitar las capacidades personales para de esa forma, buscar y dominar los desafíos máximos. La motivación intrínseca emerge de manera espontánea de las necesidades psicológicas orgánicas. La motivación intrínseca proporciona la motivación innata para involucrar el ambiente, perseguir intereses personales y hacer el esfuerzo necesario para ejercitar y desarrollar habilidades capacidades. (Reeve, 2002)

La diferencia esencial entre los dos tipos de motivación reside en la fuerza que energiza y dirige la conducta. Con la conducta motivada intrínsecamente, la motivación emana de necesidades internas y la satisfacción espontánea que la actividad proporciona; con la conducta motivada extrínsecamente, la motivación surge de incentivos y consecuencias que se hacen contingentes en el comportamiento observado. (Reeve, 2002)

Incentivos y consecuencias.

El incentivo es un suceso ambiental que atrae o aleja a una persona respecto a una acción particular. Los incentivos siempre preceden a la conducta. Y al hacerlo, crean en la persona una expectativa de que están por llegar consecuencias reforzantes o desagradables. Los incentivos no causan conducta en vez de ello afectan la posibilidad de que se fortalezca o se debilite una conducta. (Reeve, 2002).

Esta percepción psicológica nos permite entender las posibles razones que llevan al fenómeno de la venta directa a ser aceptado socialmente, el pertenecer a este tipo de red tiene para las colaboradoras una implicación de tipo filial que satisface necesidades tales como pertenecer a un grupo, ser reconocidas, valoradas, sentir que son importantes; desde esta necesidad la organización motiva la permanencia de las colaboradoras, pues manejan una insignia de “apoyo al desarrollo integral de la mujer” que termina por convertirse una opción de vida para estas mujeres.

Desde la organización se transmite la idea de formación de empresarias independientes acompañada de una serie de estrategias como premios y bonos que terminan por convertirse en un motivo más que suficiente para vincularse y permanecer dentro de la red de ventas. La parte de motivación se presenta entonces de manera progresiva, inicia con una motivación extrínseca evidenciada en premios, estímulos, muestras gratis, bonos, etc., y posteriormente se convierte en una motivación intrínseca basada en la idea de desarrollo personal y laboral a través de las ventas independientes, idea que es transmitida a las demás personas con el fin de ampliar la red con tal propiedad

y convencimiento que se convierte en la principal estrategia de reclutamiento de nuevas colaboradoras.

Las empresas utilizan métodos de motivación para incorporar a su personal de ventas, presentan esta actividad como un estímulo para el crecimiento personal y económico a la par de un desarrollo profesional con base en los incrementos de los ingresos. También se capacitan a las vendedoras con reuniones permanentes, en ellas se dictan los parámetros logísticos propios de la labor: presentación de nuevos catálogos, lanzamientos y manejo de productos; y de igual manera se utilizan para motivar la realización personal, el cumplimiento de sueños y el ascenso económico, de igual manera con respecto al desarrollo personal, se utilizan denominaciones que se asignan de acuerdo con sus esfuerzos lo cual estimula su autoestima, pues con ellas se refuerza su estatus: representantes, consultoras, distribuidoras y asesoras. (Ramírez & Rúa, 2008)

“No es extraño, entonces, descubrir en sus testimonios, una gran motivación para trabajar en este sector, pues disfrutan de estas reuniones, que son a su vez un espacio para el reconocimiento social y la valoración personal, y ello redundando en el mejoramiento de la autoimagen, la autoconfianza y en los resultados de ventas de las empresas, por supuesto”. (Ramírez & Rúa, 2008, pág. 3).

Marco Metodológico

El contexto social muestra una cantidad incalculable de relaciones, interacciones, características y fenómenos que hacen parte de la cotidianidad de una comunidad y que en la mayoría de los casos resulta demasiado complejo, por no decir que imposible, que sean medidos o expresados en términos de cantidades o valores. De ahí que la investigación cualitativa sea un método de investigación totalmente aplicable al temas relacionados con aspectos sociales, como es el caso de la presente investigación, ya que hace de lo cotidiano un espacio de comprensión de la realidad permitiendo una interacción constante de los sujetos investigadores con la población o

escenarios que estudian; la intensión de una investigación cualitativa radica en el intento por explicar un fenómeno a partir de la observación e interacción con los sujetos inmersos en el mismo, de tal forma que a partir de la experiencia directa de la población se logre concluir con una posible respuesta o explicación a la situación tratada en la investigación. (Galeano, 2004).

Diseño

El presente trabajo de grado es de tipo cualitativo, con una pretensión comprensiva, apoyado en una metodología de investigación denominada análisis de discurso; se utiliza como técnica de recolección de información la entrevista semi-estructurada.

El análisis de discurso consiste en estudiar como las practicas lingüísticas actúan, mantienen y promueven las relaciones sociales, “es sacar a la luz el poder del lenguaje como una práctica constituyente y regulativa” (Iñiguez, 2006; pág.99). A la hora de realizar un análisis de discurso es importante tener en cuenta que para que un texto sea considerado discurso es necesario establecer previamente un contexto determinado con el fin de darle una comprensión adecuada a lo que se pretende analizar, es decir se deben tener en cuenta aquellos apartados que posean un valor para una colectividad, que hagan parte de creencias y convicciones compartidas por un grupo determinado.

El análisis de discurso como mecanismo de análisis debe desarrollarse teniendo en cuenta determinadas pautas: primero, definición del proceso que quiere analizarse: hace referencia a la definición de la pregunta que guiara la investigación o el foco donde radica el análisis teniendo en cuenta que relaciones sociales mantenidas y promovidas a través del lenguaje se quiere explicar, segundo, selección del material relevante para el análisis:

Luego de la recolección de los discursos, el investigador se verá enfrentado a la intertextualidad de información, es decir una multiplicidad de discursos, ante lo cual se debe filtrar la información de acuerdo a la relación social que se pretende analizar, se deben tener en cuenta discursos emitidos por los sujetos representativos del grupo investigado, representativos en la medida que tengan un nivel de apropiación con el tema investigado que pueda

describir claramente todos los procesos y características que giran en torno al foco de investigación (Iñiguez, 2006).

El análisis de discurso toma el lenguaje como un mecanismo que nos indica una realidad social y como una forma de crearla, tiene en cuenta el dinamismo del lenguaje y le da un valor significativo a la hora de intentar comprender un fenómeno determinado.

Participantes

El desarrollo de la presente investigación se dio con la participación de tres sujetos que tiene como característica común el pertenecer a la red de venta directa con una antigüedad de 3 o más años desde su vinculación, son de sexo femenino, de igual manera no cuentan con ningún fuente de ingresos económicos diferente a la venta directa.

La primera participante es nominada en la investigación con el nombre de “Juana” tiene 39 años, es perteneciente al estrato dos, convive en unión libre y tiene dos hijos, una niña de 11 años y un joven de 22 años. Su nivel de escolaridad llega hasta quinto de primaria y hace ocho años se dedica a la venta directa por catalogo desempeñando el papel de consultora.

La segunda participante es nominada con el nombre de “María” ella tiene 40 años, es perteneciente al estrato uno, convive en unión libre y tiene tres hijos, dos niñas de 14 años las cuales tienen una discapacidad física, y un joven de 12 años. Su nivel de escolaridad llega hasta séptimo de bachillerato y hace 7 años se dedica a la venta directa por catalogo desempeñando el papel de consultora.

La tercera participante fue nominada con el nombre de “Claudia” ella tiene 28 años, es perteneciente al estrato tres, vive con el núcleo familiar de la tía, y con su hija que actualmente tiene ocho años. Su nivel de escolaridad es técnico en el área de la salud (enfermería). Se dedica a la venta directa por catalogo hace dos años desempeñando el papel de directora.

Instrumentos o Técnica de Investigación

La técnica implementada para la recolección de información fue la realización de entrevista semi-estructurada, La técnica que será usada para la

interpretación de la información suministrada por los sujetos será el análisis de discurso que consiste en estudiar como las prácticas lingüísticas actúan, mantienen y promueven las relaciones contribuyendo así a la construcción social.

Procedimiento

Fase I.

Planteamiento del problema

En esta fase se hace una breve descripción y contextualización de la práctica de venta directa y sus implicaciones a nivel social.

Fase II.

Recolección de Información (Entrevistas)

La información se obtuvo a partir de tres entrevistas semiestructuradas realizadas a mujeres relacionadas con la práctica de venta directa.

Fase III.

Análisis de resultados

Los resultados fueron analizados mediante un análisis de discurso con base en la información recolectada en la fase II.

Fase IV.

Conclusiones y Recomendaciones

En esta última fase se presentan las conclusiones a las cuales se llegan a partir de los resultados obtenidos, de igual manera se presentan las respectivas recomendaciones que a partir de la experiencia se considera pueden contribuir en próximas investigaciones relacionadas con el tema.

La recolección de información y el uso de la misma se hace con la debida autorización de los participantes de quien no se revela la identidad, se deja claridad acerca de los alcances de la investigación los cuales son exclusivamente académicos, y de igual manera se hace la precisión que los resultados estarán a disposición de cualquier persona interesada en la investigación en el momento que lo requieran.

Resultados

Esta investigación esta basada en el análisis del fenómeno de la venta directa, apoyada en la metodología de análisis de discurso con una pretensión comprensiva del fenómeno de la venta directa se basó en cuatro categorías denominadas primero seguridad laboral, segundo vinculación - permanencia y motivación, tercero aceptación social y finalmente aspectos legales, de las cuales emergieron las subcategorías protección laboral, incentivos, perfil de las consultoras, condiciones laborales, percepción organizacional, motivación, aceptación, conocimiento de la legislación, vinculación laboral, en este sentido la relación con las categorías emergentes se sustentan a continuación.

Categoría Seguridad Laboral

Esta categoría hace referencia a las condiciones de seguridad en cuanto a salud y pensión a las cuales tienen derecho las personas que tienen un vínculo laboral, surge a partir del interés de conocer las condiciones de seguridad laboral vigentes para las personas que presentan vínculos laborales y las responsabilidades a cargo del empleador, a partir de esta categoría emerge una subcategoría, Protección Laboral.

Subcategoría protección laboral.

A partir de la Subcategoría Protección Laboral se evidencia el conocimiento por parte de las personas que aportan su fuerza laboral en servicio de las empresas, que utilizan como estrategia de comercialización el sistema de venta directa, la percepción y aceptación que tienen respecto a las responsabilidades de estas empresas con ellas desde su labor como colaboradoras en el tema de protección laboral; un claro ejemplo de esto se puede ver a partir de afirmaciones como las de la consultora Juana “Lo que pasa es que como este es un trabajo totalmente independiente, si en esta campaña no quiero vender, pues no gane nada. Si yo fuera directamente contratada por la empresa yo pienso que yo tendría todos los beneficios. Yo soy contratada por los consultores, por los vendedores” o como la de la directora Claudia “Pues es que Yanbal nos da muchas cosas, la verdad no me parece algo prioritario porque yo lo puedo asumir. Y Yanbal me da muchas ganancias

para que también me tenga que pagar seguridad social”, estas afirmaciones dan cuenta de las razones que las personas vinculadas a la venta directa racionalizan durante el proceso de aceptación de su labor en condiciones de desprotección laboral.

La categoría de protección laboral permite reconocer como desde la labor de colaboradoras se da una normalización frente a la desprotección en seguridad social que se origina en la organización, en contraste con la categoría de vinculación, permanencia y motivación son evidentes los deberes que como colaboradoras se tiene para con la empresa sin embargo la organización no está retribuyendo con los derechos que desde el principio de equidad les corresponde a las colaboradoras.

Categoría Vinculación, Permanencia y Motivación

La categoría vinculación, permanencia y motivación hace referencia a los procesos que median la relación entre colaboradoras y organización para hacer efectiva la vinculación y garantizar la permanencia, al igual que los factores motivacionales asociados con dichos procesos, esta categoría se desarrolla ya que se pretende conocer el procedimiento que requiere tanto una consultora como una directora en el momento de iniciar su vinculación, cuáles son sus reglamentos de la empresa y que las incentiva a ser parte de la organización de venta directa, a partir de esta categoría emergen cuatro subcategorías, primero, Incentivos, segundo, Condiciones Laborales, tercero, Motivación, cuarto, Perfil de las Consultoras.

Subcategoría: Incentivos.

La subcategoría incentivos está muy relacionada con la categoría ya que por medio de esta se logra un acercamiento para conocer la motivación de las colaboradoras para ser parte de la organización de venta directa, como es evidente en las entrevistas, gran parte de sus estímulos no es la parte económica sino sus ganancia en premios. Por parte de las empresas de venta directa.

Se mantienen constantes estrategias de atracción y retención del recurso humano por medio de los premios, productos, bonos y de mas incentivos con el

fin de mantener el canal de venta directa sin necesidad de generar obligaciones con las colaboradoras y garantizar el cumplimiento de metas de venta establecidas previamente.

Un claro ejemplo que sustenta el planteamiento anterior lo podemos evidenciar en la entrevista de María cuando nos dice: “Ósea lo de los premios, vienen con las campañas uno se los gana si alcanza la meta, si uno quiere se queda con ellos o si no los vende, con usted sacar los 180.000 pesos cada pedido, tiene derecho a los premios.” Por lo menos a mí con la tercer campaña me llevo, era una olla arrocera, o unas sabanas o un edredón, porque los premios si son buenos”.

Subcategoría perfil de las consultoras.

Esta categoría surge a partir del interés de conocer las estrategias, requisitos de vinculación de la fuerza laboral en el área de la venta directa, las posibilidades de desarrollo que se presentan al interior de la red, los factores motivacionales de las personas vinculadas y el manejo que se le da al mismo desde la organización. La relación que se encuentra entre esta categoría vinculación, permanencia y motivación y subcategoría perfil de las consultoras, es la evidencia de los requisitos y el perfil que deben tener las colaboradoras para poder vincularse, el contraste entre la información que poseen tanto las consultoras versus el de la directora en representación de las empresa tal como puede ver desde el discurso ante la pregunta de quienes pueden vincularse en el proceso de venta directa a lo cual responde respectivamente la consultora María “Le dicen a uno que es la empresa donde la mujer puede crecer y ser empresaria, que solo hay que tener ganas de salir adelante y querer ayudar a otras” versus el de la directora Claudia “Todas, solo las que no vivan en sitios muy pobres ellas no. Pero la señora de los tintos puede vender, la señora del aseo puede vender, la señora de la oficina, la gerente del banco puede vender, la madre de familia, la profesora, todas” y además conocer las motivaciones que las impulsan a aportar su fuerza laboral en la modalidad de venta directa.

Subcategoría condiciones laborales.

Esta categoría emerge con el objetivo de conocer cuáles son las condiciones y/o reglamentos que debe cumplir una persona al ingresar a una organización de venta directa, ya sea consultora o directora; cuál es la percepción que tienen cada una de ellas antes de ingresar y durante su permanencia, saber si son claras estas condiciones y como las deben cumplir, de igual forma el conocer si las colaboradoras tienen claro sobre la posibilidad del desarrollo de plan de carrera dentro de la organización de venta directa.

Un claro ejemplo lo evidenciamos en el conocimiento que tiene Claudia (Directora): “Inicialmente tengo que tener 30 señoras conmigo, para que me den el cargo como directora. En eso tengo que vender más o menos \$14.000.000. Hacer que todas ellas vendan \$14.000.000. La empresa me pide que tengo que traer como mínimo 5 señoras nuevas cada mes. Teniendo en cuenta que tengo que traer más porque de las 30 que tengo a veces se van 10, se van 5. Y a medida del tiempo tengo que ir subiendo subiendo. Entre más sea la venta mejor. Pero la empresa como mínimo pide \$14.000.000 que yo como directora tenga una venta personal que no sea tan grande porque tiene que ser la mínima, porque nosotras no estamos dedicadas a vender sino a traer gente nueva al negocio”. Lo anterior muestra que existen condiciones mínimas determinadas directamente por la organización de venta directa que deben cumplir tanto directoras como consultoras para permanecer vinculadas a la misma.

Subcategoría motivación.

La subcategoría de motivación surge para lograr identificar cuáles son las motivaciones que hacen de la venta directa una labor llamativa para las colaboradoras y de igual manera cómo las organizaciones utilizan dicha motivación como estrategia de vinculación. A partir de la Subcategoría de motivación podemos dar cuenta de la inferencia que tiene la misma en los procesos de vinculación y permanencia. Se logra identificar que una de las principales motivaciones que encuentran las colaboradoras para vincularse al canal de venta directa son las condiciones de flexibilidad en términos de manejo

de horarios y lugar de trabajo. Por otro lado desde la organización de venta directa y a través de la directora se identifican dichas motivaciones reflejadas en las necesidades que tienen las consultoras con el fin de fomentar la vinculación y el posterior incremento en ventas. Lo anterior se refleja en el discurso de Claudia: “que premios vamos a trabajar esta campaña, mire que usted necesita el televisor, su hijo necesita el celular, la licuadora que ya se le daño” uno conoce la vida de las señoras de esa manera y las necesidades que tienen para motivarlas”. Es claro el manejo que desde la organización de venta directa se le da a las necesidades de las colaboradoras con el fin de hacer de las mismas una fuente de motivación que se traduzca en un alto nivel de ventas y simultáneamente ganancias para la empresa.

Inicialmente desde la categoría de aspectos legales se evidencio la claridad que desde la norma legal la labor de venta directa esta catalogada como informal lo que elimina cualquier tipo de responsabilidad desde la empresa con las colaboradoras, sin embargo haciendo la revisión de la categoría de vinculación, permanencia y motivación se pueden identificar varios aspectos tales como firma de pagare, formularios, mínimos de ventas, prestación personal de servicios, entre otros, que sugieren la existencia de una relación de dependencia empresa-colaboradoras.

Categoría Aceptación Social

Esta categoría hace referencia a la representación que se tiene a nivel social frente a la práctica de venta directa y los procesos que permiten su aprobación, surge porque se busca evidenciar la normalización de la práctica de venta directa bajo condiciones de desprotección laboral, ya que actualmente hace parte de una fuerza laboral significativa dentro del mercado, a partir de esta categoría emergieron dos subcategorías, primero, percepción organizacional, segundo, aceptación.

Subcategoría percepción organizacional.

En la subcategoría percepción organizacional se encontró que las consultoras tanto como la directora hacen énfasis en que son empresarias independientes, y que por tanto hay ciertos aspectos como salud, pensión y

ARP que ellas deben asumir directamente, esta posición está sustentada en los beneficios que el canal de venta directa les brinda, tales como manejo propio del tiempo, premios, viajes y todas las características que implican ser independiente. Toda su percepción parte desde este hecho, lo anterior sugiere que no hay ningún interés por conocer los motivos por los cuales no cuentan con ninguna clase de protección, lo toman como una implicación adicional al hecho de ser independientes. Un ejemplo claro se evidencia en el discurso de Claudia: “La mejor empresa del mundo, la multinacional que tiene los mejores reconocimientos, porque nos da viajes gratis todo. En Colombia creo que no hay ninguna empresa que te regale un carro por capacitar a las señoras, que te paguen tan bien, que tú puedas utilizar tu tiempo. No definitivamente Yanbal es mi vida, es lo mejor que me ha podido pasar”.

Subcategoría aceptación.

Todo el proceso de aceptación se genera en el momento que las personas son vinculadas, ya que la empresa proyecta la idea de que cada una de ellas son empresarias independientes, y como tanto son responsables de asumir todos los gastos que implique su labor. Tal como se evidencia en el discurso de María “Nosotros trabajamos por un porcentaje pero no tenemos ni prestaciones, ni seguro, ni nada, nada, nada, da esas cosas que da una empresa porque somos independientes”.

La subcategoría de aceptación da respuesta a la necesidad de describir como se da el proceso de naturalización de condiciones de desprotección en términos de seguridad laboral, por medio del análisis de discurso realizado se logra reconocer el proceso de aceptación de las condiciones de desprotección en seguridad social bajo las cuales estas personas están adscritas, ya que tanto las consultoras como la directora en su discurso son muy explícitas al decir que no cuentan con ninguna clase de protección laboral en razón a que son empresarias independientes.

La práctica de venta directa esta regularizada desde la legislación, estas empresas están legalmente constituidas y su funcionamiento se encuentra dentro de los parámetros legalmente adecuados lo cual le permite contar con

figuras jurídicas que la libran de responsabilidad con las colaboradoras, sin embargo existen falencias con respecto a la operación como tal, existen condiciones que presumen relación laboral pero nunca se ha puntualizado en aspectos como este porque hay completo desconocimiento. La fuerza laboral esta representada especialmente por mujeres, no hay un rango de edad preestablecido, sin embargo la situación económica si hace parte de una de las características que se tiene en cuenta al hora de vincular a una nueva colaboradora. Con respecto al tipo de labor, se encuentra catalogada como independiente, pero aun así existen condiciones de permanencia que hacen que la relación empresa-consultora sea totalmente dependiente y no haya ningún reconocimiento en lo que respecta a protección laboral, en la medida que no cuentan con ningún tipo de beneficio relacionado con aspectos como salud, pensión o ARP.

De acuerdo a la pregunta de investigación, la normalización se logra evidenciar por varias razones: Primero, desconocimiento, lo que genera una ausencia de apropiación con respecto a los beneficios que como colaboradoras deberían tener, segundo, la labor desde las consultoras se convirtió en una actividad mecánica que no deja espacio para la reflexión con respecto a lo que se está haciendo, simplemente se siguen parámetros establecidos por la organización, tercero, la falta de estudio del tema, la venta directa se ha convertido en una práctica normal desde el aspecto legal, desde la sociedad y desde las mismas colaboradoras de tal manera que no genera ninguna inquietud ni tampoco ningún interés en conocer el funcionamiento de la venta directa desde una perspectiva interdisciplinaria que permita resignificar la labor.

Categoría Aspectos Legales

Esta categoría hace referencia a todos los aspectos relacionados con la legislación que rigen las relaciones laborales, se refiere tanto a derechos como a deberes de todos los actores implicados en dicha relación.

Subcategoría conocimiento de la legislación.

La venta directa tiene como una de sus principales características la labor independiente de sus consultoras, lo anterior implica el no contar por parte de la

empresa con ningún tipo de protección en lo que respecta a seguridad laboral (incluyendo salud, ARP y pensión), en busca del motivo por el cual se da dicha situación y teniendo en cuenta que es un hecho que ha sido legalmente aprobado, surge la necesidad de identificar los aspectos legales que se desarrollan alrededor de la práctica de venta directa, es de vital importancia conocer como desde el aspecto legal la situación de desprotección se ha normalizada.

Iniciamos indagando el nivel de conocimiento que las consultoras tienen con respecto a los amparos que legalmente le corresponden a un trabajador, ya que una de las principales razones por las cuales surge la naturalización de los hechos es el desconocimiento sobre esto. Las consultoras aceptan ciertas situaciones porque no se conocen cuál es el deber ser, lo cual lleva a seguir directrices que con el tiempo han sido establecidas por otras personas, en este caso puntual por la organización.

La subcategoría de conocimiento de la legislación surge ya que es necesario identificar el nivel de conocimiento que existe en la población con respecto a los aspectos legales referidos a protección laboral, no se ha identificado como una problemática porque no se considera como tal, ya que para las consultoras no ha sido de su interés informarse sobre este tema porque las condiciones de la labor que desempeñan a hecho que el tema de protección laboral se omite, por otro lado al contrastar la percepción desde distintos cargos se encuentran diferencias y similitudes que permiten evidenciar el distanciamiento que existe entre empresa y consultoras, ya que estas últimas no tienen claridad sobre las condiciones de su relación con la empresa.

Tal como se evidencia por parte de María “Pues creo que es salud mmm pensión (.....)” y Claudia “Ah pues los de riesgos profesionales esos son unos, nosotras lo cotizamos, lo de la salud, y lo de pensiones no. Lo que tiene todo trabajador toda empleada”. Se evidencian por un lado el desconocimiento del tema de protección laboral por parte de las consultoras y por otro la diferencia entre los discursos de las consultoras y la directora, lo que sugiere que no hay igualdad de condiciones en cuanto al seguimiento que la empresa

hace a sus colaboradoras; la directora debe reportar el pago de salud y ARP como condición de permanencia mientras que en el caso las consultoras la organización se mantiene ajena al hecho de que las consultoras coticen salud, pensión o ARP.

Subcategoría: vinculación laboral

La subcategoría de vinculación laboral es netamente descriptiva, surge de la importancia de conocer detalladamente el proceso de vinculación de las personas que pertenecen a las organizaciones de venta directa para así identificar los trámites o documentación que implique la relación entre empresa y colaboradoras, tales como contratos, pagare, formularios, entre otros. Como se ha reiterado la labor de la venta directa se cataloga como independiente, sin embargo existen ciertas condiciones que se pactan entre empresa y colaboradoras como formulario de inscripción y firma de pagare, esta subcategoría nos permite identificar de manera puntual dichas condiciones para luego evidenciar la existencia de una relación de dependencia entre empresa y colaboradoras que no coincide con la labor independiente con la cual se justifica el accionar de las empresas de venta directa.

Discursos tales como el de María “Ellos traen una hojita llena, ya solo es firmar y la fotocopia de la cedula”, “llena usted un papel, como un contrato pero ese contrato es como para que usted, cuando usted se atrase entonces hay tienen como cobrarle”, lo anterior sugieren que aun siendo independientes deben cumplir con ciertos requisitos para poder desarrollar la labor como consultoras y la empresa por su parte garantiza el monto de la venta por medio del pacto de un crédito por cada pedido.

La categoría de aspectos legales está relacionada con el objetivo que busca una aproximación a los parámetros legales de las organizaciones de venta directa, lo anterior en razón a que uno de los aspectos por los cuales surge el proceso de legitimación es la conformación de teorías explícitas, entendido como el proceso mediante el cual personal especializado, en este caso los directivos y entes legales, transmiten la información a las demás personas, a la siguiente generación, dejando así de manera formal normas

estipuladas que dirijan el actuar de la sociedad. Lo anterior constituye uno de los principales aspectos a evaluar dentro de la pregunta de la presente investigación, ya que permite consolidar información que lleve al conocimiento del proceso de legitimación de la práctica de venta directa.

Discusión

Dadas las dinámicas y estrategias que se presentan en las empresas que manejan sus canales de venta, por medio de la venta directa y las repercusiones que tienen en sus vinculadas sobre la percepción y la representación que tienen a nivel social respecto a este tipo de fuerza laboral, es vital realizar el análisis acerca de cuáles son los factores que influyen sobre esta percepción, tal como lo plantea Gergen (1996), las representaciones de la realidad y como se construye el conocimiento, están mediadas por las interacciones sociales que se desarrollan día a día, el manejo de símbolos, de lenguaje y significados que van cobrando validez en un entorno y momento histórico determinado y cómo este lenguaje se vuelve común y se va incorporando a la percepción acerca de la realidad y las acciones que suceden en el entorno.

De acuerdo a esto y al estudio realizado con las consultoras y directora de las empresas que manejan la venta directa, es posible evidenciar la validez de estos postulados al observar como estas organizaciones desde el mismo momento de la captación de las nuevas vinculadas a su fuerza de venta, manejan discursos con la estrategia clara de posicionar la venta directa como una posibilidad de crecimiento para la mujer, de obtener ingresos extra, premios, de manejar el tiempo y de ser empresarias.

Dichos significados dentro del contexto social se incorporan dando la idea que la venta directa y el tipo de relación que se establece entre las empresas y las vinculadas no son las características de un empleo y que en el voz a voz entre vendedoras, clientes y sociedad en general esto se transmite de la misma forma, estas percepciones son validadas a su vez por la legislación vigente y la falta de regulación del Estado en materia de este tipo de labor y vínculos,

también por el mismo mercado donde el nivel de desempleo aporta variables para que las mujeres opten por tener ocupaciones que les generen algún nivel de ingreso, muchas veces restándole importancia a factores como las condiciones de desprotección o de falta de equidad entre la ganancia recibida por este tipo de organizaciones y las recibidas por las consultoras como la única fuerza de venta que manejan estas empresas.

De esta forma es que se consolida la representación social conocida de este tipo de organizaciones. Todas las características nombradas hasta este punto han hecho que la venta directa se haya catapultado a través del tiempo como una de las principales estrategias de venta en el mercado y como una opción laboral que resulta atractiva por las condiciones o facilidades que brinda, el lugar que ha logrado ha sido gracias a la aceptación social que ha tenido dentro de la sociedad, esta práctica ha sido normalizada de tal manera que las condiciones de desprotección laboral que van de la mano de esta ocupación se omiten, se ha legitimado, entendiendo legitimación como un proceso mediante el cual se explica y justifica un hecho determinado.

Esta práctica ha sido transmitida a través de generaciones que a su vez han sido formadas por entes expertos, en este caso específico por las personas que desempeñan cargos administrativos y de coordinación de la red y se han encargado de transmitir la idea de organización creada en pro del desarrollo integral de la mujer, discurso que ha sido internalizado por las consultoras y la comunidad en general y que se ha convertido en la única fuente de información, pues nunca se ha evidenciado interés alguno en conocer información diferente a la que la organización les transmite, hay un desconocimiento de la norma y de los derechos que bajo el vínculo de dependencia que existe entre empresa-consultora les corresponden.

Con respecto al tema de protección laboral, se ha reiterado que es una de las condiciones que se les niega a las consultoras, no es un hecho aislado, según Giraldo (2007) el modelo de protección social en América Latina ha estado mediado por la formación de alianzas multclasistas basada en la inclusión selectiva donde la prestación se recibe de acuerdo a su poder político

y sociales, aquí no se desarrollo un sistema de protección social universal porque no se dieron las condiciones adecuadas de asalaramiento ,es decir una división equitativa de las ganancias, que permita la cobertura de las cotizaciones por parte de todos los trabajadores.

Esta situación esta claramente reflejada en el caso de la práctica de venta directa, la división de ganancias no es proporcional, el aporte que las consultoras hacen al crecimiento de las organizaciones no se refleja en la ganancia que recibe puesto que es un porcentaje sobre venta más no esta cubriendo por ejemplo riesgos profesionales y salud, que son aspectos a los cuales se enfrentan en el desarrollo de su labor y que no son tenidos en cuenta por parte de la organización. Por el contrario la empresa crece económicamente de manera continua no solo por el crecimiento en ventas sino también por la vinculación constante de nuevas colaboradoras.

A lo anterior se suma una afectación al sistema de protección social en general, teniendo en cuenta que las personas que se dedican a este tipo de labor no están haciendo aportes al sostenimiento del sistema contributivo, lo que traerá como consecuencia a largo plazo que el Estado no cuente con recursos suficientes para la cobertura de salud y pensión, y sin embargo la demanda asistencial crezca; es necesario entonces una reorganización de las relaciones laborales que lleven a una asignación equitativa de las ganancias entre empresa-trabajadores.(Martínez, 2005).

Es necesaria que las consultoras sean reconocidas como parte vital de la organización y dicho reconocimiento sea evidente en aspectos como salud, pensión y ARP. Giraldo plantea como salida a esta desigualdad una economía desarrollada basada en un alto grado de salarización que genere los ingresos fiscales suficientes que se requieren para sostener el sistema y una repartición de las ganancias de la productividad entre asalariados y empresarios.

Las condiciones laborales que manejan este tipo de empresas no suelen ser equitativas, las colaboradoras como la empresa obtienen un bien común, las colaboradoras beneficiándose con premios, facilidad en el horario de trabajo y ganancia monetaria sobre el porcentaje de venta, beneficiando a la empresa

según las ventas que realicen, siendo esta última la que mayor ventaja obtiene a partir de la fuerza laboral de las consultoras. Según lo menciona Leonardo Schvarstein indicando que en la nueva cultura existe equidad teniendo en cuenta los intereses tanto del empleado como del empleador y respetando que cada uno es diferente, creyendo que es posible llegar a acuerdos, reconociendo la superioridad de los empresarios sobre los trabajadores. Los valores que caracterizan esta cultura son el reconocimiento del otro en la diferencia, la convivencia, la solidaridad y la transparencia.

Los empresarios admiten que los trabajadores deben disponer de mecanismos para dar a conocer los conflictos laborales por ejemplo por medio de huelga dando a conocer así la concertación, la mediación y la negociación colectiva; postulando así el tripartismo como la mejor forma para concertar políticas laborales y sociales.

La expresión nueva culturas en las relaciones laborales se puede categorizar que tiene como finalidad construir procesos de acercamiento entre empleador y empresario, abordar los conflictos colectivos; lo que se intenta con este proceso es dar un nuevo enfoque a las contradicciones; para el movimiento sindical Colombiano este concepto de nueva cultura en las relaciones laborales debe tener correspondencia con prácticas y ejercicios que puedan ser verificables en el tiempo, en los cuales se consulten las necesidades e intereses de las partes en conflicto y que permitan superar las dificultades equitativamente.

Como se puede evidenciar la percepción organizacional hace énfasis en el hecho de ser independientes, siendo esta una motivación para que las personas hagan parte de este tipo de empresas de venta directa, ya que las personas buscan la comodidad y la facilidad para obtener recursos ya sean económicos o materiales, donde ellas manifiestan que es un medio donde tienen su propio empleo y no tienen la necesidad de estar cumpliendo con ciertos reglamentos, sino por el contrario ellas mismas son quienes manejan gran parte de los reglamentos normalmente establecidos en una empresa como son horarios y la posibilidad de establecer su propio sueldo.

Lo anterior refleja el conformismo con esta idea que la misma empresa se ha encargado de venderles, sin tener conocimiento de fondo con respecto a su lugar dentro de la empresa. Sin reconocer que existe una relación de dependencia entre la empresa y las consultoras, donde deben cumplir ciertas condiciones que limitan el desarrollo de la actividad que se lleva a cabo en este tipo de empresa, es decir las consultoras siendo independientes deben reportar un tope determinado como condición para estar vinculadas, sin embargo no figuran como empleadas siendo esto una motivación para las colaboradoras ya que se nombran como independientes.

Lo anterior basado en la ética del trabajo como lo menciona Bauman, (1998) donde la ética del trabajo es una norma de vida con la cual se quiere conseguir lo necesario para vivir y ser feliz, donde es preciso dar primero para luego recibir. Otra característica de la ética del trabajo es que es dañino el conformarse con lo ya conseguido y quedarse con menos en lugar de buscar más, el trabajar es un valor jerarquizado, donde trabajar es bueno no hacerlo es malo. La mayor parte de las personas pueden ganarse la vida ofreciendo su trabajo para obtener a cambio lo que merecen, todo lo que las personas logran es una recompensa de su trabajo anterior y por ver sus logros están dispuestos a seguir trabajando, el trabajar es normal el no hacerlo es anormal.

John Stuart Mill ((como se citó en Bauman, 1998) decía que en la mayoría de los casos se encontraba con que las personas querían recibir mucho a cambio de brindar pocos servicios. Stuart Mill definía esto como un comportamiento desprovisto de emociones y regida por la relación costo beneficio.

Como se ha reiterado la labor de la venta directa se cataloga como independiente, sin embargo existen ciertas condiciones que se pactan entre empresa y colaboradoras como formulario de inscripción y firma de pagare, entre otros. Lo cual permite evidenciar la existencia de una relación de dependencia entre empresa y colaboradoras. Tal como lo menciona Schvarstein, (2005) existe un contrato de tipo relacional que generalmente es informal, en el sentido de que no se firma cuando el empleado ingresa a la

organización, coloca al individuo en relación de dependencia originando lo que en las culturas latinas se denomina “cargas sociales”, este contrato no especifica plazos, pero se supone que tiene vigencia en tanto el empleado desempeñe satisfactoriamente su papel.

Se logra identificar que una de las principales motivaciones que encuentran las colaboradoras para vincularse al canal de venta directa son las condiciones de flexibilidad en términos de manejo de horarios y lugar de trabajo. Es decir la motivación debe su origen a sucesos presentes en el ambiente. es una razón creada en forma ambiental para incentivar o persistir en una acción. (Reeve, 2002).

En definitiva este tipo de cambios pueden conducir a la aparición de nuevas formas de empleo basadas en la ruptura de esquemas temporales y tradicionales. Por ejemplo; empleo a tiempo parcial, trabajo compartido, semanas laborales más cortas y horarios flexibles (Peiró, 1996).

Conclusiones

Con el desarrollo de esta investigación se llegó a la conclusión de que la práctica de venta directa es una labor que cuenta con una fuerza laboral significativa, esta posicionada como una opción laboral que representa la flexibilidad y las condiciones que permiten un manejo autónomo por parte de cada consultora lo cual cataloga esta labor como independiente, sin embargo se logró identificar aspectos que sugieren una relación laboral de tipo dependiente entre empres-consultoras, aspectos tales como, topes mínimos de venta, precios preestablecidos y constancia en los pedidos, todas condiciones para la permanencia dentro de la red de ventas.

Aun cuando existen dichas condiciones y teniendo en cuenta que las consultoras son su principal canal de venta y que significan el sustento y crecimiento económico de la organización, ésta no las reconoce como empleadas y por tanto se libra en su totalidad de las responsabilidades en temas como seguridad social, lo cual evidencia una situación de desprotección que deja en vulnerabilidad a estas personas frente a riesgos como sufrir algún accidente, enfermedad o en situaciones inminentes como el sustento de la vejez, sumado a lo anterior no existe una intención de sensibilizar a la población frente a la necesidad de contar con amparos en temas de salud y pensión, teniendo en cuenta que desde las consultoras existe un desconocimiento del tema. Lo anterior da respuesta al objetivo relacionado con la caracterización de la condición de desprotección social en la que se encuentran las personas que están relacionadas con este tipo de práctica.

Desarrollando el objetivo planteado en relación al proceso de legitimación de la práctica de venta directa se encontró que dicha situación de desprotección es evidente, sin embargo este fenómeno ha sido legitimado desde las construcciones sociales formadas alrededor del tema tanto desde las mismas consultoras como desde la legislación, construcciones que llevan a una aceptación de la condición de independencia como ventaja y beneficio basada en motivaciones extrínsecas e intrínsecas que surgen de las necesidades de las personas y que son manejadas desde la organización en pro de su beneficio, lo

anterior finalmente conducen a un desconocimiento total por parte de las consultoras en lo que respecta a derechos o al deber ser de las relaciones laborales. Situación que traerá como consecuencia a futura una afectación directa en el bienestar y calidad de vida de las personas involucradas en esta práctica, en la medida que no contarán con beneficios o protección en aspectos como salud y pensión.

Esta investigación abre las puertas a una mirada desde la psicología a este tipo de labor, con el fin de dar un sentido humano a los procesos laborales haciendo un aporte que permita desarrollar cambios en pro del mejoramiento de calidad de vida de esta población, la cual requiere una orientación interdisciplinaria que les permita resignificar su labor y su importancia dentro de la organización y la sociedad en general. Este trabajo de grado permitió a los investigadores reconocer desde un caso real la relevancia que tiene la intervención de profesionales en psicología dentro de las dinámicas laborales y económicas, y de igual manera lleva a una reflexión acerca del uso adecuado de esta disciplina desde una responsabilidad profesional, teniendo en cuenta que en este tipo de organización existe la intervención de psicólogos en procesos como reclutamiento y estrategias de permanencia.

Adicionalmente dentro de la línea de investigación de desarrollo organizacional y específicamente de la sub-línea de inclusión social y laboral, el presente trabajo de investigación hace un acercamiento a las nuevas lógicas laborales y de igual manera un planteamiento de las consecuencias a nivel económico y social que las mismas pueden traer consigo a largo plazo, teniendo en cuenta que el fenómeno de venta directa cuenta con una aceptación social que trasciende el ámbito laboral y económico para convertirse en una forma de vida aun bajo en condiciones que no dan respuesta a las necesidades de las personas en términos de protección social. Esta investigación representa entonces una iniciativa para dar una mirada profesional a esta práctica laboral que genere criterios críticos que contribuyan al desarrollo de estrategias en pro del mejoramiento de las condiciones laborales de la población.

Recomendaciones

Teniendo en cuenta que a partir de la presente investigación se encontró la amplia aceptación del fenómeno de la venta directa a nivel social y las consecuencias a corto y largo plazo que tiene la misma, sería de vital importancia la continuidad de la investigación en un trabajo interdisciplinar que permita un acercamiento con la población a fin de brindar la orientación necesaria a las personas que desempeñan esta labor y así generar una visión más amplia de las implicaciones que tiene pertenecer a este tipo de red.

Hacer un acercamiento minucioso a la legislación que permita reconocer las falencias en cuanto al funcionamiento de este tipo de organizaciones, y así poder encontrar mecanismos que contribuyan al reconocimiento de los derechos de las personas que pertenecen a esta fuerza laboral, teniendo en cuenta el valioso aporte que hacen al crecimiento económico de las empresas.

Referencias

- Asociación Colombiana de venta directa, Recuperado el 7 de mayo de 2011 de <http://www.acovedi.org.co/venta-directa/>.
- Bauman, Z. (1998). *Trabajo consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Gedisa.
- Berger, P & Luckman, T. (2003). *La construcción de la realidad*. Buenos Aires: Amorrourtu.
- Bertranou, F.M. & Gasparini, L. (2004). Protección social y mercado laboral en América Latina: ¿Qué nos dicen las encuestas de hogares?. Argentina: *Revista Internacional Social Security Review, número especial 2005*. Pág. 4)
- Departamento de Seguridad Social de la oficina Internacional del Trabajo (OIT), Ginebra, en conjunto con el Centro Internacional de Formación de la OIT, con sede en Turín y la Asociación Internacional de la Seguridad Social (AISS), (1991). "Administración de la seguridad social", Ginebra
- Galeano, M. (2004). *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín: Fondo Editorial Universidad EAFIT.
- García Álvarez, C.M. (2007). Tecnologías empresariales del yo, la construcción de sujetos laborales en el contexto del trabajo inmaterial, *Universitas Psychologica: enero-abril, 6 (001); 49-58* Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Gergen, K. (1996). *Aproximación a la construcción social*. Barcelona: Paidós.
- Giraldo. C. (2007). *¿Protección o desprotección social?*. Bogotá: Desde abajo.
- Iñiguez, L. (2006). *Análisis de discurso: Manual para las ciencias sociales*. Barcelona: Editorial UOC.
- Montoya, C. (2002). *Modelos y políticas de desarrollo en Colombia*. Bogotá: Luis Fernando Restrepo.
- Obregón, O. (1996). *Nueva cultura de las relaciones laborales: utopía y desafíos*. Bogotá: Servigraphic Ltda.
- Ochoa Valencia, D. y Ordóñez, A. (2004). Informalidad en Colombia. Causas, efectos y características de la economía del rebusque. Estudios

- Gerenciales.. *Revista Facultad de ciencias Administrativas y Económicas Universidad ICESI, 090; 103-116.* Cali, Colombia.
- Ongallo, C. (2007). *El libro de la venta directa el sistema que ha transformado a millones de personas.* España: Ediciones Díaz de Santos.
- Organización Internacional del Trabajo, Recuperado el 7 de mayo de 2011 de <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/lang--es/index.htm>.
- Peiró, J. (1996). *Tratado de Psicología del trabajo.* Madrid: Editorial Síntesis.
- Perry, G. (2008). *Informalidad: escape y exclusión.* Bogotá: Ediciones Mayol S.A.
- Piras, C. (2006). *Mujeres y trabajo en América latina: desafíos para las políticas laborales.* Banco interamericano de Desarrollo BID
- Ramírez Madrid, M. & Rúa Castañeda, S. (2008). *Mujeres que venden y compran sueños. Vendedoras directas por catálogo en Medellín y el Área Metropolitana.* Medellín, Ediciones Escuela Nacional Sindical Documentos N° 74 de la Escuela. Nacional Sindical.
- Reeve, J. (2002). *Psicología de la motivación y la emoción.* Madrid: McGraw-Hill.
- Romero, E. (2011). *Cartilla Laboral Legis.* Bogotá: Legis Editores S.A.
- Sánchez, F & Álvarez, O. (2011). *La informalidad laboral y los costos laborales en Colombia: Diagnostico y propuesta política.* Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Scharsvarstein, L. (2005). *Trabajo y subjetividad entre lo existente y lo necesario.* Buenos Aires: Paidós.
- Uribe, F & Forero, E. (1986). *El sector informal en las unidades intermedias.* Bogotá: Fondo Editorial CERES.

APÉNDICES

Apéndice A.
Garantías Y Prestaciones Sociales de un Trabajador

Prestaciones sociales de los trabajadores. Cartilla Laboral 2011.

A cargo del empleador (*)	A cargo de las entidades de seguridad social (**)	A cargo de la caja de compensación familiar (**)
- Afiliación y Aporte a Sistema General de Salud	- Enfermedad común	- Subsidio familiar
- Afiliación y Aporte al Sistema General de Pensiones	- Maternidad	- Subsidio al desempleo
- Afiliación y Aporte al Sistema General de Riesgos profesionales	- Enfermedad Profesional	
- Prima de Servicios	- Accidente de trabajo	
- Calzado y vestido de labor	- Pensión (vejez , invalidez , muerte)	
- Auxilio de cesantía	- Prestaciones por muerte	
- Interés sobre la cesantía	- Atención inicial de urgencias	
- Descanso remunerado durante la lactancia	- Atención al recién nacido	
- Vacaciones		
- Auxilio de transporte		
- Indemnización por despido		
- Pago de parafiscales por numero de empleados		

Apéndice B.**Formato de Entrevista Semiestructurada**

Datos Personales

Edad.

Conformación del núcleo familiar.

Escolaridad.

Estrato Socioeconómico.

¿Conoce las condiciones o derechos que se incluyen en el sistema de seguridad social?

¿Cuál es el manejo que se le da a este tema en la empresa a la que usted pertenece?

¿Qué beneficios laborales recibe en la empresa, en términos de seguridad social?

¿Qué opina del hecho de contar con seguridad social y los servicios que el Estado puede ofrecer?

Describame el proceso para vincularse a la empresa

¿Cuál fue su principal objetivo al vincularse a la empresa?

¿Qué condiciones debe cumplir para mantenerse vinculada a esta empresa?

¿Cuánto tiempo lleva vinculado a la empresa, que ha hecho que usted siga vinculado?

¿Cuáles son sus proyectos a corto, mediano y largo plazo, de los proyectos que usted tiene, ¿Cuál o cuáles cree que puede cumplir en esta empresa?

¿Ha planeado su estabilidad económica a futuro, es decir cuando ya no trabaje?-¿Qué posibilidades tiene con respecto a pensión o ahorros?

¿Qué proyectos ha logrado gracias a esta empresa?

Se habla de una formación como empresaria en esta empresa, describame este proceso

¿Qué oportunidad de crecimiento cree que existe en la empresa?

¿A qué puesto aspira usted dentro de esta empresa?

¿Qué requisitos solicita o exige estas empresas para vincular a una persona?

¿Cuáles son las condiciones que se pactan cuando se vincula a la empresa?

¿Qué flexibilidad o acompañamiento existe por parte de la empresa para que usted pueda llevar a cabo sus planes dentro de esta?

Si usted pudiera cambiar algún aspecto de la empresa, ¿Qué cambiaría?, ¿por qué?

¿Qué tipo de relaciones se forman dentro de la empresa?, es decir ¿conoce los directivos, hay algún contacto con ellos o solo con otras vendedoras?

Apéndice C**Entrevistas****Entrevista I****Participante: Juana ***

*Los nombres de los participantes han sido cambiados

39 Años.

Pareja y dos hijos.

Quinto Primaria.

Estrato2.

Entrevistador:

¿Conoce las condiciones o derechos que se incluyen en el sistema de seguridad social para un trabajador?

Juana

¿Por cuenta de Yanbal?, no pues es que uno es vendedor independiente. Eso uno no tiene seguro al no ser que yo sea directora, porque si yo soy directora a mi me pagan un sueldo fijo a parte de las empleadas, o las personas que yo incorporo. Pero si soy independiente yo vendo mis productos y voy buscando mis clientes.

Entrevistador

Es decir en la empresa no tienen ningún tipo de beneficio con respecto a seguridad social?

Juana

No, no porque eso es como independiente, y el sueldo se lo hace uno. Yo a veces vendo \$200.000 \$300.000 hasta \$1.000.000 el mínimo ahora es como de \$ 580.000 osea la mínima que uno tiene que pasar, de ahí para arriba ya uno gana el 25% el segundo gana el 30% después el 35% después el 40%, y hasta 40% le pagan a uno.

Entrevistador

Y el 40% es el tope máximo de porcentaje sobre ventas?

Juana

Si el 40% es el tope máximo que yo puedo ganar.

Entrevistador

¿Usted me decía que va cambiando el porcentaje de que depende eso?

Juana:

De las ventas que uno haga.

Entrevistador

Hagamos un ejemplo usted pasa un pedido de \$200.000, ¿usted se gana qué porcentaje?

Juana

El 25%

Entrevistador

¿Luego ese porcentaje va aumentando?

Juana

Se gana uno de \$230.000 hasta \$ 580.000 que quedo este año se gana el 25%. De ahí para arriba si sube tiene que subir hasta 700.000 para ganarse el 30% hasta el 40% que es el tope máximo.

Entrevistador

Esa es la particularidad de cómo se maneja en la empresa donde está usted vinculada, pero ¿usted conoce las condiciones o derechos que incluyen en el sistema de seguridad social para cualquier trabajador?

Juana

Por eso le digo si son empleados directamente de Yanbal que no sean vendedores, ellos si tienen sueldo tienen seguro tienen todo.

Entrevistador

¿Qué clase de beneficios o derechos tienen ellos de seguridad social?

Juana

Ellos tienen todo, salud, pensión, cesantías, prima todo. Pero como le digo tienen que ser empleados directos de Yanbal más no vendedores. Y lo mío es vendedora independiente.

Entrevistador

Ósea ¿hay una diferencia entre vendedor y empleado?

Juana

Claro, el vendedor gana de acuerdo a su venta, en cambio el empleado directo como las directoras tienen entradas fijas.

Entrevistador

¿En algún momento el vendedor se puede convertir en empleado?

Juana

Si, si la empresa lo contrata a uno sí.

Entrevistador

¿Y de que depende que la empresa lo contrate?

Osea ¿qué condiciones tendría que cumplir o reunir usted como vendedora para pasar a ser empleada?

Juana

Que le dijera yo hay si como difícil de contestar, eso es como cualquier otra empresa si usted entra directamente le van a pagar lo que le corresponde por ley. Pero si usted no está trabajando directamente con la empresa.

Entrevistador

Listo usted me dice que está trabajando hace 8 años, en el caso que usted como vendedora quisiera ascender dentro de la organización ¿qué posibilidades habría?

Juana

Tendría que ser directora.

Juana

¿Y qué requisitos necesita usted para ser directora?

Entrevistador

Los requisitos que le exigen a uno, o se subir de nivel. Pongamos yo soy consultora tengo que subir de consultor a estrella uno, estrella dos, estrella tres, estrella cuatro, estrella cinco. Cuando llega a estrella cinco ya es directora ¿por qué? Porque yo tengo que conseguir 20 mujeres e incorporarlas que son consultoras igual que yo para que yo pueda ser directora

Entrevistador

Desde su posición como vendedora de la empresa, ¿cual es su opinión personal con respecto a los amparos de ley? Teniendo en cuenta que ustedes no tienen salud, pensión ni un sueldo fijo.

Juana

Pues como uno es independiente el sueldo se lo saca uno como le digo. Depende del porcentaje que usted venda. Yo vendo \$ 600.000 me pagan el 25% allá le empresa le hace el descuento, le manda la factura con el total que tengo que pagar. Me paga a mí, eso es lo que me pagan a mí, mas los premios que uno se gana.

Entrevistador

Cuéntenos ¿cómo es la dinámica de los premios?

Juana

Los premios es, en la campaña de diciembre venia "si vendes 325 predio al publico2 ganaba uno un estuchito especie de maletín. Si uno subía ese rango a 540 se ganaba un toallón playero o sea se ganaba los dos premios más el 25% que le pagan a uno

Entrevistador

¿Cada campaña tiene un estímulo adicional?

Juana

Cada campaña la pagan a uno un premio,. Vienen premios diferentes

Entrevistador

¿Pero tiene que pasar pedido?

Juana

Claro tiene que pasar pedido o sea activo, como le digo actualizado. Digamos este pedido pasado usted se gano ejemplo; un juego de ollas el segundo pedido le llega un juego de cubiertos entonces dice "por pasar pedido ahora en la campaña tal le llegara este premio". Si yo paso pedido ahorita me llega el premio de diciembre. Si no paso no me llega nada.

Entrevistador

Me quedo una duda respecto al porcentaje, si paso el pedido ellos me dan la factura menos el 25% ¿o sea la empresa no le paga a usted directamente sino que usted descuenta su ganancia?

Juana

Si yo vendo \$570.000 hay me hacen el descuento del 25% lo que yo me gano. Ellos hacen el descuento y me mandan el total a pagar menos el 25% que ya es lo que yo me gane.

Entrevistador

¿Ósea hay no hay ningún tipo de contacto con la empresa en cuanto a pagos?

Juana

No, digamos en el mes de diciembre le mandan a uno una cremita, una loción. El día del amor y la amistad le mandan una tarjetica. Le mandan a uno productos para esas fechas especiales, eso ya son regalos adicionales que la empresa le manda a uno.

Entrevistador

Mirando un poco la actividad que usted realiza para esta empresa ¿cuál es su posición frente al no contar con los amparos de salud y pensión dentro de este vinculo que hay? ¿Qué piensa usted frente a eso? ¿Le gustaría que lo dieran?, ¿sería adecuado, no adecuado? ¿Lo necesitan, no lo necesitan?

Juana

Lo que pasa es que como este es un trabajo totalmente independiente, si en esta campaña no quiero vender, pues no gana nada. Si yo fuera directamente contratada por la empresa yo pienso que yo tendría todos los beneficios. Yo soy contratada por los consultores, por los vendedores.

Entrevistador

Quisiéramos que usted nos describiera muy despacio todo el proceso de vinculación, ¿cómo empezó? ¿Quien la contacto? ¿Como la contacto?

Juana

Es que yo tengo una tía que es directora Yanbal, entonces ella vino una vez y me dijo “mire es que usted tiene bastante amigas porque no las reúne un domingo y vamos hacer una limpieza facial” que es lo que uno hace cuando va hacer visita algún barrio o algo. Entonces uno contacta a las amigas, las invita, les dice a tal hora. Entonces yo conseguí un poco de muchachas, señoras y dije miren es que mi tía viene, ella es directora viene hacer una demostración Yanbal, como la limpieza facial. Y ella vino hizo la limpieza y todo pues casi la mayoría terminaron comprando.

Como ella era la informante pero yo la cabeza de la que había reunido a todos, me dijo entonces los productos que se vendan hoy de la demostración que se está haciendo, yo le doy el 25%. Ella traía muchos productos, muchas cosas. Casi todas compraron los productos de la

limpieza todo. Pues ese día me gane el 25% entonces me dijo pues afíliese y a mí me pareció como chévere. Yo dije bueno, ¿qué tengo que hacer? Dijo no traer la fotocopia de la cedula, firmar acá y la huella dactilar y ya.

Entrevistador

¿Qué documentos les piden?, ¿que incluye el proceso de documentación?

JUANA: Ellos traen una hojita llena, ya solo es firmar y la fotocopia de la cedula.

Entrevistador

¿Usted reviso que datos se incluían en la hoja?

Juana

Pues traía los datos de uno. Los nombres, apellidos y cedula.

Entrevistador

¿Es una especie de pagare, o como crédito?

Juana

Es que Yanbal cuando lo afilia a uno le da un crédito, en ese tiempo de \$ 450.000. Yanbal en ese tiempo hacia un crédito que se llamaba crédito rotativo. Uno se afiliaba, a los ocho días lo llamaba una señora diciéndole mire usted ya está afiliada a Yanbal, la llamamos para darle la bienvenida. Le pregunta que si uno ya está enterado de los requisitos que tiene que cumplir. Después ya le envían los catálogos.

Entrevistador

¿Cualquier tipo de persona puede estar vinculada? ¿O hay algún tipo de personal que no?

Juana

Por lo general son solo mujeres las que están vinculadas, o sea consultoras son mujeres. En Yanbal trabajan hombres peor en solo laboratorios y eso. Pero las vendedoras siempre somos nosotras

Entrevistador

¿Sabe usted la razón por la cual no incorporan hombres?

Juana

Una v4ez le pregunté a mi tía, y ella me dijo no es que nosotros las mujeres tenemos más argumentos, capacidad para vender.

Entrevistador

Me dice que ya le enviaron los catálogos a su casa, luego ¿qué proceso continuo?

Juana

Hay ya tenía para ofrecerle a la familia, al trabajo y todo eso. Me empezó a ir bien y seguí vendiendo, mi tía me llama y me dice que Yanbal hace reuniones a todas las consultoras para la capacitación. Pero pues como le digo yo vivo dedicada todo el tiempo a mis ventas.

Entrevistador

Esas capacitaciones ¿son solo para consultoras, o pueden ir más personas?

Juana

Yo como consultora puedo llevar a varias. Entonces ella puede ir allá, Yanbal les da la bienvenida, las recibe, hacen rifas y cosas así. Entonces hay preguntan que si usted quiere ser por ejemplo modelo, que si quiere trabajar con Yanbal. Supongamos usted fue, le piden el número de teléfono, la llaman cuando van a hacer ese tipo de eventos, y rifan cosas para invitarlos.

Entrevistador

Retomando ¿alguien le explico cómo hacer las ventas?

Juana

Yo llevo el catalogo, digamos que estoy hablando con él y le digo: como le parece que estoy vendiendo Yanbal le provoca mirarlo. Y él lo va mirando y en ocasiones terminan comprando. Uno lleva muestras y va mostrando.

Entrevistador

Entonces este es el proceso de vinculación como tal, ¿en algún momento les hacen la aclaración sobre el hecho de la diferencia que hay entre ser consultora y una empleada directa Yanbal?

Juana

Pues como le digo yo llevo 8 años, me llaman cada vez que hay eventos, capacitaciones para atraer clientes y cosas así, todo eso es gratis. Yo le digo a mi tía que no tengo tiempo.

Entrevistador

¿Osea no sabe si en algún momento les hacen la aclaración de que si usted es una directora o una vendedora?

Juana

A mí siempre me mandan una tarjetica, diciéndome bienvenida a Yanbal de Colombia, felicitando a nuestra consultora. Hay veces hasta me mandan carticas bonitas

Entrevistador

Respecto a la permanencia dentro la empresa ¿Hay alguna condición que diga “si usted deja de vender no se seis meses queda por fuera del sistema o una cosa así”?

Juana

Si claro, si yo dejo de vender durante un tiempo quedo desvinculada y me toca volver a vincularme

Entrevistador

¿Y cuál es el tiempo límite que puede dejar usted de vender?

Juana

Umm no se como yo nunca me he desvinculado. Hay campañas donde no paso pedido porque las ventas están muy pesadas.

Ahora la mínima está de \$230.000 su yo no los tengo. Así tenga \$100.000 no puedo pasar pedido porque no tengo el topo mínimo.

Entrevistador

¿Cada cuanto se pasa la campaña?

Juana

Es una campaña por mes, tiene vigencia para pagar un mes 20 días después de que lo facturaron.

Entrevistador

¿En eso 20 días como hace para recuperar el dinero los clientes que no han pagado?

Juana

Yo soy la consultora, y si a mí el cliente no me pago a tiempo yo soy la que tengo que responder, porque sino pasándose la fecha límite de pago me cobran \$ 8.400 de multa. Y me toca pagarlos porque sino eso se va a cobro jurídico. Gracias a Dios a mí nunca me ha pasado.

Un día me toco dejarle la plata de la factura a una amiga, ella se le olvido y me toco pagar los \$ 8.400 de multa.

Entrevistador

¿Cuánto tiempo tiene para cancelar, una vez vencida la factura?

Juana

Pues entre más rápido pague mejor, porque eso le va corriendo intereses de mora.

Entrevistador

¿Esos intereses son mensuales? O ¿cómo es el cobro?

Juana

: Pues leyendo la factura me dicen "recuerde la fecha límite de pago es el 12. Si usted se pasa de esa fecha acarrea multa." Que son los \$8.400

Entrevistador

¿Tiene alguna posibilidad de financiación la gente que se pase de la fecha límite de pago?

Juana

En ese sentido no se porque como le digo nunca me ha pasado. Pero si digamos usted tiene la factura por \$ 300.000 y tiene \$ 100.000 puede hacer un abono a nombre de Yanbal Colombia en servientrega dando su código.

Entrevistador

Y con respecto al siguiente pedido, digamos debo \$100.000 del pedido pasado ¿puedo volver a pasar pedido? O ¿hasta que cancele el pasado?

Juana

Pues si no está vencido si, Yanbal me da un crédito para hacer pedido por determinado tope, pero si yo lo supero no me pasa.

Entrevistador

¿Qué ha hecho que usted siga en esta empresa? ¿Que la motiva?

Juana

Pues me encantan los productos. La plata y los premios que me llegan. Hay me van quedando cosas para mi y los voy vendiendo.

Entrevistador

Respecto a la planeación de su futuro, cuando usted ya no pueda trabajar, ¿qué planes a futuro tendría usted de sostenimiento económico? ¿de dónde sacaría el dinero? cuando no trabaje.

Juana

Pues como le digo si yo soy consultora tengo que hacer muchas ventas para poder tener ganancias, si yo soy empleada directa de Yanbal, como le cuento la empresa ya me da un sueldo fijo venda o no venda con tal de que incorpore personal.

Entrevistador

¿Usted como vendedora no podría tener ningún tipo de ahorro fijo a futuro?

Juana

No porque eso depende de las ventas que uno haga, porque yo soy vendedora independiente.

Entrevistador

Ósea no tiene claridad en este momento respecto a su futuro como vendedora, ¿Ha planeado algún método de ahorro o pensión? ¿Cotiza?

Juana

Si yo cotizo como independiente salud y pensión.

Entrevistador

Ósea ¿la empresa no brinda ninguna posibilidad de cotización?

Juana

Como le digo yo trabajo en Yanbal como consultora no.

Entrevistador

Personalmente ¿usted considera que dedicándose a la venta directa como en este caso podría tener algún tipo de ahorro que le garantice a usted sostenerse cuando ya no trabaje? ¿Se podría considerar esta ganancia como suficiente?

Juana

Pues que le dijera depende de las ventas que uno haga, porque si yo no hago ventas no tengo ganancias.

Entrevistador

La empresa ¿le hace ningún reconocimiento de dinero o algo así por todo el tiempo dedicado?

Juana

Si yo subo de nivel si, hasta estrella cinco donde las ventas son muy altas y además incorporo gente, por cada persona que incorpore me dan un bono.

Entrevistador

Es decir si yo tengo diez personas debajo de la red, sobre esas diez personas percibo ganancias ¿recibo bono?

Juana

Si pero siempre y cuando estén activas, y todas las diez pasen pedido.

Entrevistador

Ese bono ¿lo mandan en la factura?

JUANA: Yanbal se lo manda a uno, como cheque para cobrar.

Entrevistador

¿Los rangos son consultora uno, estrella uno, estrella dos, estrella tres, hasta cuando uno llega a estrella cinco, después directora?

Juana

Si hasta estrella cinco y después directora, tengo que incorporar 20 personas pero siempre y cuando las personas que yo incorpore estén activas pasando pedido.

Entrevistador

Yo vinculo digamos veinte personas, esas veinte personas tienen que estar vinculando gente osea ¿yo como director estoy recibiendo ganancias por la gente que las demás consultoras vinculen?.

Juana

Claro digamos yo vincule 20 personas a mí me pagan por esas 20 que incorpore, pero si yo cada día puedo ir vinculando ellas se llaman nietas bis nietas y no sé que mas. Así me han explicado en Yanbal yo no sé. Pero yo tengo que estarlas llamando diciéndoles que vendan, que llamen al cliente.

Entrevistador

Es decir ¿tienen que realizar un acompañamiento?

Juana

Si, para que ellas vayan subiendo. Lo mismo las directoras va subiendo también de rango hasta que llegan a directoras regionales.

Entrevistador

Ese bono ¿siempre tiene un monto fijo o depende de las ventas?

Juana

A usted le pagan un bono por haber incorporado a esa persona, si esa persona incorpora más y mas. Ya la que yo incorporé gana y yo gano por ella y por las otras también.

Entrevistador

Digamos usted me incorporo a mi ¿todos los meses es el mismo valor del bono?

Juana

Pues lo importante es que usted tiene que estar activa, y pasar mínimo un pedido de \$230.000

Entrevistador

Ya pasando un poco a lo que ha sido su experiencia dentro de la empresa, ¿qué proyectos ha logrado con las ganancias que le ha generado la venta?

Juana

Con las ganancias de Yanbal no, porque yo no vendo mucho. Yo vendo Yanbal como por tener mis cosas, por los productos que me llegan.

Entrevistador

Generalmente ¿en que invierte la ganancia que le genera Yanbal?

Juana

Pues generalmente la gasto en cosas que necesito comprar para la casa, para mi cosas, hay veces para las cosas del colegio de la niña.

Entrevistador

Ya usted lleva 8 años trabajando en la empresa, conoce su funcionamiento ¿qué concepto me podría dar sobre esta a nivel general?

Juana

Pues me la parecido chévere, es algo donde uno está incorporando. Uno trabaja cuando uno quiere, si quiere retirarse pues uno se retira sino pues sigue.

Entrevistador

Si usted pudiera cambiar algún aspecto de la empresa ¿qué cambiaría?

Juana

A mí me gustaría que Yanbal no subiera tanto el tope de ventas, sino que fuera al ritmo del que uno puede vender, tener más autonomía.

Entrevistador

Ósea ¿se siente obligada a cumplir y a invertir más tiempo del que necesita para poder conseguir los clientes y hacer las ventas?

Juana

Si claro, porque el año pasado era como \$220.000 ahora es \$ 230.000

Entrevistador

¿Cuáles son las razones o argumentos que usted usaría para lograr que una persona se vincule?

Juana

Pues yo digo que como vendedora a uno le va muy bien, porque uno conoce muchas personas, es chévere trabajar así como independiente porque uno no se ve obligado a nada. Pero a ratos también es un poco difícil porque las ventas son pesadas.

Entrevistador

¿Pierde en ocasiones?

Juana

Pierde los premios, porque si usted no pasa pedido no le llega nada. La condición es pasar pedido para que le llegue premio.

Entrevistador

En la empresa ¿qué razones utilizan para lograr que la gente se vincule?

Juana

: Cuando a uno lo incorporan como consultora, la directora le dice mire es que las ventas son buenas. Por ejemplo ahora Yanbal está dando un premio de \$120.000 o \$ 140.000. Le dan un estuche donde viene una crema, un desodorante, unas sombras, le dan un tope como de \$ 140.000 por vincularse a Yanbal y una maleta usted paga como \$ 20.000

Entrevistador

Considera usted adecuada la retribución que usted recibe frente a su labor?

Juana

Pues me parece chévere como le digo, eso depende de mis ventas. Digamos que este mes a mi me fue bien, yo puedo pasar un pedido de \$ 1.000.000. Cuando usted vende joyería Yanbal le envía un juego de aretes, un collar, y le manda una tarjeta diciendo felicitaciones es usted una consultora muy buena tiene que subir el rango así. Animándolo a uno, lo motivan a uno mucho con premios. Yo recibo muchos premios de Yanbal.

Entrevistador

Teniendo en cuenta el nivel en el que usted se encuentra ¿si es adecuado el porcentaje para la labor que usted realiza o debería ser diferente?

Juana

Es que pongamos la directora, ella tiene sueldo por estar pendiente de todas las consultoras diciéndoles ya paso el pedido, que si ya llamo al cliente, diciendo esta campaña viene esta cosa esta no. Ella tiene más ganancia por estar pendiente y porque las consultoras pasen pedido.

Entrevistador

¿Qué posición toma la empresa frente al tema de seguridad social?

Juana

No porque eso no es la empresa, en mi caso como yo nunca voy a las reuniones de Yanbal. Pongamos yo tengo una pregunta o algo yo llamo es a mi tía, ella es la que me asesora.

Entrevistador

Es decir ¿contacto directo con la empresa no hay?

Juana

Directamente no.

Entrevistador

¿Ni al principio cuando usted se vinculo?

Juana

Pues cuando me llamaron diciendo que ya estaba incorporada a Yanbal, que felicitaciones que bienvenida a la empresa.

Entrevistador

¿Quién hizo el acompañamiento en el proceso de documentación?

Juana

La persona que me incorpora, la directora.

Entrevistador

Es decir ¿usted también puede acompañar a la gente en el proceso de documentación?

Juana

Pues yo le digo a la persona que Yanbal es bueno, por los premios y todo eso. Después yo llamo a mi directora, ella me pregunta que cuando tiene tiempo la persona para ir y incorporarla.

Entrevistador

¿Es decir su directora es la que hace la incorporación?

Juana

Ósea yo soy la que consigue el cliente y ella es la que lo incorpora.

Entrevistador

Pensando nuevamente en temas de seguridad social, si el estado apoyara más este trabajo de venta directa ¿le parecería positivo, negativo que les subsidiarían todo el tema de seguridad como salud, pensión, seguridad a riesgos profesionales?

Juana

Si claro imagínese, uno tener esos beneficios seria una dicha.

Entrevistador

¿Es necesario que las amas de casa, cabezas de familia lo tengan?

Juana

Si claro es importante porque imagínese, ya entraría uno a ser empleado de Yanbal no vendedor. Ya al tener esos beneficios seria chévere.

Entrevistador

¿Eso motivaría más la venta?

Juana

Si yo pienso que sí, eso sería mejorar mas. Yanbal sería mejor.

Entrevistador

Usted como vendedora exclusiva, suponiendo que usted ganara el 40% que es el tope máximo, ¿piensa que la ganancia es suficiente para suplir sus necesidades?

Juana

Pues entre mas venda mejor, lo que ayuda son los premios.

Entrevistador

Digamos usted vínculo diez personas, de esas diez quedaron mal dos personas en cuanto al pago del pedido. Teniendo en cuenta que eso se va a un cobro jurídico ¿quien asume esa responsabilidad?

Juana

No pues mi función es estar pendiente de que pague y pase el pedido a tiempo.

Entrevistador

En caso de que no pague, ¿le tocaría pagar a usted?

Juana

Pues esa parte si no la tengo muy clara.

Entrevista II**Participante: María ***

*Los nombres de los participantes han sido cambiados

40 Años.

Pareja y tres hijos.

Quinto Primaria.

Estrato 1.

Entrevistador

¿Nos gustaría saber si usted conoce los derechos que se incluyen en el sistema de seguridad social para un trabajador?

María

Los derechos como lo de prestaciones y eso?

Entrevistador

Si señora

María

Si

Entrevistador

No los podría nombrar por favor...

María

Pues creo que es salud mmm pensión (.....)

Entrevistador

En la empresa en la que usted está vinculada, ¿cuál es el manejo que se le da a este tema?

María

No ninguno, nosotros trabajamos por un porcentaje pero no tenemos ni prestaciones, si seguro, ni nada, nada, nada de esas cosas que da una empresa. Ellos si tienen empleados directos, que le pagan sueldo y todo lo de ley, pero a las vendedoras no nos cubren nada.

Entrevistador

Ósea ¿no tiene ningún tipo de protección?

María

No nada, lo único que me da la empresa es la ganancia de la venta, que es el porcentaje del 25 %.

Entrevistador

¿Existe algún tipo de contrato con la empresa o, como es la relación?

María

No pues a uno lo, lo afilian y pues si uno se quiere retirar se puede retirar sin ningún problema, pues eso si a paz y salvo, sin deber un peso ni nada, pero usted se puede retirar a la

hora que quiera. La afiliación es solamente firmar el pagaré, que es como el estudio que le hacen a uno para darle el crédito, después ya es vender, pasar el pedido y cancelar.

Entrevistador

Hablemos un poco de las condiciones que ustedes deben tener como vendedoras, en cuanto a horarios al porcentaje que usted tiene sobre venta, como funciona.

María

Pues el horario de trabajo lo coloca uno mismo, pues yo misma o sea o trabajo por la mañana o por la tarde me dedico un ratito diario, a veces le tengo que dedicar el día completo para alcanzar el tope de ventas y poder pasar pedido. Y ¿qué otra cosa?

Entrevistador

Con respecto al porcentaje que usted tiene sobre venta, cuánto es, como es el sistema de pago?

María

Haaa el porcentaje es el 25% y el 30% dependiendo el producto que se venda, hay una clasificación de productos, de acuerdo al precio o el tipo de producto, si es de belleza, si es de salud... así es el porcentaje que uno gana.

Entrevistador

Y... ¿ese porcentaje es fijo?

María

Si, siempre es fijo, uno pasa el pedido y de acuerdo al total le dan el porcentaje, como le decía, cambia de acuerdo al producto que uno venda.

Entrevistador

Perdón con cuantas empresas de venta directa trabaja usted?

María

Heee tengo Avon y tengo dupree..

Entrevistador

Esos son productos de, de belleza y salud o que manejan?

María

Esas empresas manejan varios productos, hogar, belleza, salud y varias cosas... para vender más.

Entrevistador

¿Usted que piensa, frente al hecho de no contar con amparos como pensión, salud y ARP?

María

Pues, pues siempre es como maluco, porque uno siempre necesita el seguro, y eso pero, pues no lo tenemos, y para pagarlo uno mismo, tiene que sacar buen dinero en las ventas o si no es muy poquito lo que gana, no alcanza

La verdad para sacar una buena ganancia que alcance para todo, toca arriesgarse a venderle a cualquiera y que después uno se quede con la deuda.

Entrevistador

Actualmente, ¿el dinero que usted recibe de esa venta, es suficiente?

María

No, no para yo ganarme un sueldo como en una empresa común y corriente... tiene que venderse usted. ¡Um! si quiera en cada pedido un millón de pesos.

Entrevistador

A usted ¿Le ha sido posible alcanzar esa meta en alguna de las campañas?

María

No, no ósea yo vendo, como porque tengo una entrada por hay una necesidad o algo, hay mujeres que dicen que si que venden un millón que venden dos millones pero pues quien sabe no creo. Yo no yo por mucho lo que he vendido, vendo 300 o 400 mil pesos no mas y eso que uno no se pone a poner a. sacar tanta mercancía, por que ¿cuando le van a pagar a uno?, entonces le dicen las clientas ..no tengo deme espera, a veces la gente no tiene plata para cubrir ese pedido, no puede volver hacer otro hasta que no pague. Ósea, yo paso el pedido y tengo que pagarlo, yo tengo que responder, así no me paguen mis clientes, si no pago tengo la directora ahí encima cobrando y además no puedo volver a hacer pedido hasta que no quede a paz y salvo con la empresa.

Entrevistador

Nos gustaría que nos describiera como fue el proceso para vincularse en esa empresa, digamos ¿quien la contacto o que tuvo que hacer, si le pidieron algún requisito?

María

Si me pidieron no tener, me contacto una amiga, ósea yo le pedí el favor a una amiga, ella me inscribió y piden la fotocopia de la cedula y que usted este a paz y salvo con data-crédito usted no tiene que tener mora con ninguna empresa ni nada, nada lleva usted la fotocopia de la cedula y llena usted un papel, como un contrato pero ese contrato es como para que usted, cuando usted se atrase entonces hay tienen como cobrarle.

Entrevistador

Usted recuerda algún tipo de condición o, en el contrato, qué condiciones se incluían?

María

No, pues el contrato decía que, ósea si uno se llega atrasar y no cumple en dos o tres meses, tiene como se llama... validez para embargar o algo así, porque a uno le piden la fotocopia de la cedula y piden referencias personales y labores si ha trabajado en otra parte.

Entrevistador

¿Qué condiciones debe cumplir usted para mantenerse vinculada en la empresa?

María

He... pasar pedido, a veces en un mes son dos pedidos, al otro mes son tres pedidos, toca estar seguido, seguido pasar pedidos, si usted se queda por lo menos en dos o tres pedidos o campañas ya la desvinculan y tiene que volverse afiliarse, a llenar los papeles y hacer otra vez lo del pagaré, el estudio de crédito y todo el proceso.

Entrevistador

¿Hay una cuota mínima de productos o dinero para poder pasar pedido?

María

Si

Entrevistador

¿De cuánto es?

María

El mínimo de pedidos son de 180.000 pesos por cada pedido, ya de ahí para allá pues lo que usted quiera vender y pueda...

Entrevistador

Hablando un poco en términos de tiempo, usted tiene que buscar sus clientes, ¿se puede alcanzar ese mínimo de pedido?

María

Pues por lo menos a mí se me hacía fácil, porque a mí, me pedía más que todo mi familia, si ve, entonces yo con la familia lo pedía, por que por lo menos hay personas que no tiene familia cerca, entonces se le hace como más duro, cuando mi familia no me hace pedido ahí si me veo "a raz" para alcanzar a reunir el mínimo. Pero reunir toda la plata, a veces es difícil y si no se alcanza pues, se pierde la poca venta que uno hace porque no le reciben el pedido.

Entrevistador

Sobre el proceso de vinculación, después que usted firmo ese contrato, que paso siguió.

María

Mmm no Pues el horario de trabajo lo coloca uno mismo, pues yo misma ósea o trabajo por la mañana o por nada la representante, ósea como la directora de la zona, viene le da a uno el formulario como para firmar el contrato le deja las revista y ya le dice a uno, por lo menos el 20 toca pasar pedido, entonces se hace el pedido y a los tres días llega el pedido, 15 días máximos para usted cancelar, para que vuelva hacer pedido y le vuelva a llegar, tiene que estar al día con el pago.

Entrevistador

Esa directora de zona, ¿es una persona directa de la empresa o es independiente como usted?

María

Pues...Yo no sé yo creo que es como si, como... Un poquito más arriba que yo, pero directa de la empresa si no se.

Entrevistador

¿Conoce usted algún tipo de plan de carrera o de jerarquía, es decir hay posibilidades de cambiar o ascender a directora?

María

No ósea siempre toca con la directora, si usted necesita un cambio de mercancía, siempre toca con ella, ya si ella no le para a uno muchas bolas ya le toca a uno llamar directamente a Medellín a la empresa y allá dicen no pues que va a cambiar y le mandan a uno directamente ellos lo que uno va a cambiar.

Entrevistador

¿Si usted incrementara su volumen de ventas hay posibilidades de que ascienda con esa red, esa estructura?

María

Si, si, si, si, si uno tiene su buen nivel de venta ósea que venda 1 millón, que venda 2 millones así lo van subiendo de rango.

Entrevistador

¿A qué rangos se refiere, no los puede nombrar?

María

Pues esta creo... lo de una estrella o algo así, sigue la asesora e.. Sigue otra persona antes que yo y yo, ósea como mi representante, que es la persona que yo llamo y no me llevo el pedido tal cosa o algo.

Entrevistador

Además de la representante que usted nos comenta ¿usted tiene algún contacto con otra persona dentro de la empresa?

María

No, no pues si yo necesito y ellas no me solucionan nada me toca llamar directamente pero son como, personas o secretarias, secretarias que lo atienden a uno, pero ellos a usted si le solucionan problemas, si ellos si, lo único sería cuando necesito un cambio y la directora no me soluciona, pero nada más. (...)

Entrevistador

¿Usted paga algún dinero por las revistas o ellos se lo obsequian?

María

El primer pedido, tiene que pagar uno 14.000 pesos, pero es porque, Le mandan a uno la muestra de los perfumes, eee... El medidor de los anillos y las dos primeras revistas o cuatro las que usted quiera pedir y las muestras de las telas así y otros productos que hay para mostrar lo que uno vende.

Entrevistador

¿Cuánto tiempo lleva usted vinculada a estas empresas?

María

Como 6 O 7 años.

Entrevistador

¿Qué ha hecho que usted siga vinculada a estas empresas?

María

Pues que no puedo salir a trabajar por fuera de la casa, ósea irme por ejemplo a una empresa que toque coger buses todos los días no, no puedo, entonces es lo que me ha hecho a mi seguir con lo poquito que se gana. Porque yo tengo dos niñas con necesidades especiales, entonces las tengo que cuidar mucho tiempo, yo salgo a trabajar cuando están en la casa mis otros hijos o mi esposo, para que se queden con ellas y yo poder salir a vender.

Entrevistador

Hablando un poco con respecto a temas de salud y pensión, cuando ya usted por cuestiones de edad no pueda trabajar ¿ha planeado como va a ser su sustento económico?

María

Pues yo por el momento me ayudo con lo de Avon y mi esposo me colabora me tiene asegurada a lo de salud, aunque hay cosas que no me cubre por ser beneficiaria, entonces de todas maneras tengo un gasto ahí porque lo que no me cubre lo tengo que pagar yo.

Entrevistador

Desde su opinión personal ¿usted cree que si por ejemplo yo me dedicara exclusivamente a la venta por catalogo, podría tener un ahorro?, que yo dijera si con las ventas por catalogo puedo tener un sustento diario, puedo tener un ahorro programado para cuando yo ya no pueda trabajar.

María

Pero usted tiene que ser digamos como muy juiciosa, lo primero que tiene que tener supongamos, a trabajar con Avon digamos tiene 500 mil pesos, por si no alcanza a pagar los tiene para pagárselos a la empresa, entonces ya voy recolectando, pero si usted va recolectando y va gastando entonces va a gastar su plante, entonces ya para el otro pedido no tiene le toca ser como muy juicioso y ahorre, ahorre y ahorre, porque esa plata va llegando así como a diario hoy me dinero 20 como que mañana 30 y si usted no tiene, si tiene necesidad entonces saco 5 0 10 y se le va yendo, entonces tiene que uno tener como otra entrada para no contar tanto con esa ganancia de la revista y irlas guardando, entonces ya le digo le toca ser uno como muy, muy juicioso y tener como otra entrada, para no contar casi con eso, tener una base aparte para pagar por si queda con deuda, entonces la ganancia no es fija.

Entrevistador

En el caso de sus clientas no le cancelen el pedido, ¿la empresa les da algún tipo de financiación o usted como haría para responder?

María

Le toca a uno responder, a uno como vendedor le toca responder, por eso es que uno tiene que tener como un plante, por que a uno le toca responder y hay sí, pues ponerse el resto de la quincena o mientras va a pasar el otro pedido cobre cobre y cobre hasta que le paguen, entonces la empre cobra cobra y cobra pero a uno, no a los clientes, el pago es responsabilidad de uno.

Entrevistador

¿Cobran intereses?

María

Claro cada campaña va subiendo intereses y pues la verdad yo no sé por qué yo no me he quedado atrasada entonces yo no, no sé que tanto interés sea ni nada porque eso no se lo dicen a uno en el momento que va a firmar el contrato.

Entrevistador

¿Qué proyecto ha logrado usted a nivel personal o familiar, gracias a la venta por catalogo?

María

Pues que he tenido hay como otra ayudita para mi esposo y les he comprado a los niños cosas como perfumes, como cosas, ya a mi me lo dejan como a precio de fabrica, como al precio de factura más barata si ve, sale más barata eso así es como lo que he ganado.

Entrevistador

¿Qué concepto tiene usted sobre este tipo de empresas?

María

Pues a mi me sirve y si usted la sabe manejar y no se deja atrasar y pues, por lo menos yo no hago mucho pedido, porque yo sé que no tengo como respaldara la deuda así , entonces cualquier cantidad , por lo menos si usted maneja lo poquito que vende bien y esta al día pues la tienen en un bueno concepto por qué no van a estar hay encima cobrando y fregando si ve, y también le dan a uno premios , eso es como una bonificación le dan a uno premios cada vez que uno cumple el pedido.

Entrevistador

¿Y cómo es el asunto de los premios, sobre alguna venta que usted haga?

María

No mami usted, por lo menos a mí con la tercer campaña me llevo, era una olla arrocera, o unas sabanas o un edredón, por que los premios si son bueno.

Entrevistador

¿Y las bonificaciones que usted nos dice, como son, cuáles son?

María

Ósea lo de los premios, vienen con las campañas uno se los gana si alcanza la meta, si uno quiere se queda con ellos o si no los vende, con usted sacar los 180.000 pesos cada pedido, tiene derecho a los premios.

Entrevistador

Retomando un poco usted nos decía, que tiene su directora, la persona que la afilio a la empresa, ¿usted sabe si ella recibe alguna ganancia sobre las ventas que usted hace?

María

jummm, a ella le dan creo que son 500 pesos por... por... si yo paso supongamos 15, 15 productos, a ella le dan creo que son 200 pesos por cada producto que yo pase y si yo paso pedido también le dan algo mas, pero la verdad si no se cuanto.

Entrevistador

Entonces ¿ella recibe bonificación por sus ventas?

María

Si ella, si claro.

Entrevistador

Si usted pudiera cambiar algún aspecto de la empresa ¿que cambiaria?

María

¿Qué cambiaria? (.....) queeee yo no sé que le ayudaran a uno como, cuando uno se queda atrasado , no cobrar tanto, o que dejaran pasar el otro pedido para como así uno como recuperarse o algo. Por que como uno no siempre les vende a las mismas personas, entonces son personas buenas pagas y con lo de uno pues uno recupera lo de la otra, pero la empresa si usted no cancelo, no pudo pasar más pedido, entonces eso sería bueno que como que le dieran a uno la oportunidad de pasar una campañita para ponerse al día. También deberían pensar como en salud, que es

Lo más importante, porque a uno le toca salir a vender y le puede pasar algo, y nadie le ayuda, uno tiene que correr con todos los gastos.

Entrevistador

¿Cuáles son los requisitos que se necesitan para vincular a alguien? ¿Qué razones usaría usted para lograr vincular a otra persona?

María

Heee yo, personalmente, (....) muy pocas veces la que yo recomiende a alguien, porque es que uno tiene que ser , muy honesto, ser cumplido, si ve porque es que, si yo recomiendo a otra persona , por decirlo así me va tocar pagar lo que ella no pague si ve? Porque q ellos les mandan el cobrador que están en mora que esto que aquello, pero se desaparecen. Le toca es a uno pagarlo.

Entrevistador

¿Cuando su directora la inscribió. Como le describió la empresa ¿ que le dijeron, que le comentaron de la empresa?..

María

Que las ventas eran buenas, que... ummm a veces pasaba uno , dos pedidos al mes a veces tres y que así como uno mismo , manejara las ganancias así mismo le quedaban, si ósea y entre mas vendiera pues más ganancias tiene eso si verdad (.....).

Entrevistador

Con respecto a los pedidos, teniendo en cuenta lo que usted nos comentaba ahorita, pues que usted tiene que salir a la calle a buscar a sus clientes, dependiendo de su trabajo recibe la ganancia. ¿Usted considera que la retribución o el porcentaje que usted se está ganando es justo?

María

No, digamos no es así, la maravilla que arto por que cuando usted sale que una gaseosa o que el pasaje si ve, y si tiene que ir a pasar el pedido y volver a ir a llevarlo pues tampoco es mucha la ganancia, además para tener buena ganancia es mucho el tiempo que hay que invertir y pues terminan ganando otras personas con el trabajo de uno, porque ganan porque nosotras vendemos.

Entrevistador

¿Cuál fue la oferta que le hicieron para que se vinculara?

María

Le dicen a uno que es la empresa donde la mujer puede crecer y ser empresaria, que solo hay que tener ganas de salir adelante y querer ayudar a otras ,le dicen a uno, que va hacer empresario y que vende, como se dice, que vende, directamente uno que es como el negocio de uno, que usted va a manejar su tiempo, que usted va a poder trabajar a la hora que quiera, cuando quiera, si quiere solo un día a la semana, o si quiere un ratico todos los días, que es como el negocio de uno directamente, y en mi caso me dijeron que era muy beneficioso porque como debo cuidar mis niñas, pues que tenia mucho tiempo.

Entrevistador

Teniendo en cuenta que usted debe tener un tope mínimo para pasar pedido, ¿cree usted que estas condiciones le garantizan independencia?

María

Pues no porque si no completa 180.000 pesos no puede pasar , o pasa pero no tiene premio, no tiene casi ganancias por qué , ya le rebajan a uno el porcentaje , si ve entonces, tiene que ser los 180.000 pesos para arriba, de todas maneras uno depende del precio del pedido.

Entrevistador

¿La principal motivación son los premios?

María

Si, ya que si usted los quiere bien y si no lo quiere, usted los vende y uno de los premios son mesas como para televisor y también hacen rifas, a las mujeres que pasaron esa

campana o que vendieron cierta plata, si que televisores que LC´D que así equipos todo eso, los premios son la meta que uno se pone al principio de la campana, porque es algo adicional a la ganancia por los productos, pero de todas formas hay que cumplir el mínimo para poder tener los premios.

Entrevistador

¿Les ofrecen algún tipo de capacitación?

María

:Pues yo en todo el tiempo que llevo, no me han capacitado , haya va uno es cada campana a unas reuniones, que es para que usted pase su pedido haya en la reunión porque, he digamos en servientrega uno puede , pagar el pedido y pasarlo por internet si uno quiere ,pero digamos así ósea reuniones, como para rifar así cositas, pero así que le digan a uno venga que les voy a enseñar a maquillarla, voy a enseñar a ver como se aplica esta base o eso no.

Entrevistador

¿En el caso que usted se enfermara o tuviera alguna calamidad recibe algún apoyo por parte de la empresa?

María

No, la empresa no tiene contacto conmigo, yo paso el pedido me mandan los productos la factura y ya, pero nunca se enteran de las cosas que me pasan, la directora es mas como por si necesito un cambio o algún problema con el producto pero de mi vida personal no saben ni preguntan nada. Cuando tengo algún problema con mis hijas o en la casa yo me las arreglo sola, gastos, tiempo, todo, cuando pasa eso no puedo vender pero tengo que estar pendiente de los cobros a la gente porque el pago a la empresa tiene que ser puntual. Por ejemplo yo no me podría enfermar, porque ahí si no vendo y no recibo ganancia, entonces en ese caso no puedo hacer nada.

Entrevistador

¿Usted solo tiene contacto cuando pasa pedido y nada más?

María

Nada más, a por ahí cuando uno cumple años, le mandan un detalle, ósea eso si para que, no se olvidan que cumple años, pero nada más.

Entrevista III

Participante: Claudia *

*Los nombres de los participantes han sido cambiados

28 Años.

Una Hija.

Técnico: Auxiliar de Enfermería.

Estrato 3.

Entrevistador

¿Conoce los derechos que se incluyen en el sistema de seguridad social para cualquier trabajador?

Claudia

Ah pues los de riesgos profesionales esos son unos, nosotras lo cotizamos, lo de la salud, y lo de pensiones no. Lo que tiene todo trabajador toda empleada.

Entrevistador

¿Qué manejo se le da a este tema en la empresa a la cual usted pertenece?

Claudia

En cuanto a nosotros como directores de Yanbal, es obligatorio tener todo lo de seguridad social porque somos independientes, entonces si nos llega a pasar algo en la calle porque el trabajo de nosotras siempre es en la calle, entonces nos obligan a tener lo de riesgos profesionales todo todo es obligación si no nos pagan.

Entrevistador

Osea ¿usted dice que funcionan por orden de prestación de servicios?

Claudia

Aja

Entrevistador

Es decir ustedes tienen que cotizar al sistema incluido A.R.P.

Claudia

Incluido A.R.P sí.

Entrevistador

¿Los beneficios que no tendrían serían caja de compensación?

Claudia

Ah no la caja de compensación eso si no. toca pagar más, si se puede pero no se justifica. Es lo único de resto todo es igual.

Entrevistador

¿Qué condiciones laborales caracterizan a la empresa donde está usted vinculada? Desde el rol de vendedor, y directivos.

Claudia

En cuanto a las vendedoras ellas son directamente con nosotras las directoras, la parte administrativa no tiene nada que ver con ellas. Nosotras como directoras tenemos que cumplir unos requisitos. Hay un proceso como de un año para que nos den el cargo. Pero en cuanto a las vendedoras no tienen nada que ver con la parte administrativa, solo nosotras las directoras.

Entrevistador

¿Ustedes son el vínculo entre empresa y vendedora?

Claudia

Si entre empresa y vendedora, nosotras somos como las de la mitad.

Entrevistador

Mirando un poco su cargo como directora, ¿nos podría hacer una descripción detallada del cargo que usted ocupa?

Claudia

Inicialmente tengo que tener 30 señoras conmigo, para que me den el cargo como directora. En eso tengo que vender más o menos \$14.000.000. Hacer que todas ellas vendan \$14.000.000. La empresa me pide que tengo que traer como mínimo 5 señoras nuevas cada mes. Teniendo en cuenta que tengo que traer más porque de las 30 que tengo a veces se van 10, se van 5. Y a medida del tiempo tengo que ir subiendo subiendo. Entre más sea la venta mejor. Pero la empresa como mínimo pide \$14.000.000 que yo como directora tenga una venta personal que no sea tan grande porque tiene que ser la mínima, porque nosotras no estamos dedicadas a vender sino a traer gente nueva al negocio. También las consultoras tienen derecho a llamar al call center a decir cómo les ha parecido el trato, si yo les estoy dando buen manejo, si estoy pendiente de las cosas de ellas es decir como los pedidos. Yanbal maneja una cantidad de premios, hay que hacerles seguimiento a los premios. Si la señora se queda de algún premio la culpa es mía. Pues eso hay que responder, y yo tengo que hacerme cargo del premio que la señora perdió. Digamos que si hay una capacitación me toca informarles que vayan, motivarlas, hacerles que consigan más clientes para que ganen muchísima más plata vendiendo, enseñarles a cobrar, enseñarles a que no tienen que fiar, que si hay un mínimo pedido de pago hay que pagarlo de una vez. Tienen que ir a todas las reuniones de fin de mes para que ellas se capaciten y sepan lo que están vendiendo. Que se capaciten en los nuevos productos que salen en cada campaña, estar pendientes de que las señoras paguen la factura a tiempo, porque si no la pagan les cobran una multa eso le genera molestia a las señoras entonces toca dejarles eso claro desde un principio, eso básicamente. Yo también tengo que tomar otras capacitaciones para dárselas a ellas.

Entrevistador

¿Usted nos hablaba que tenía que ir a unas capacitaciones, como es la cuestión de los horarios y todo eso?

Claudia

En el mes tenemos dos reuniones obligatorias, núcleo es la que se hace la primera semana de cada campaña donde van a evaluar lo que hicimos en la campaña pasada, y donde vamos a programar lo que se va hacer en la siguiente campaña. Y la otra es la que se hace a mitad de campaña que es en esta semana esa se llama taller. Donde se baja toda la información para llevárselas a las consultoras, donde te hacen reconocimientos por premios,

por si alcanzaste mas de la meta, haya te dan todos los reconocimientos. Hablan sobre todos los viajes que hay en este año, los concursos que se van a lanzar para motivarnos a nosotras, para nosotras poder motivar a las consultoras solamente esas dos son obligatorias.

Entrevistador

¿Pero tienen opción de asistir a talleres, capacitaciones aparte de las dos capacitaciones obligatorias que tienen?

Claudia

Claro, durante toda la campaña hay muchísimas capacitaciones, pero pues uno las toma porque son capacitaciones que hay que ir pero no son obligatorias. Porque si hay varias cosas a las que hay que llevar a las consultoras con nosotras. Hay cosas que se llaman gestión de estrella, lanzamientos de campaña, a todas esas reuniones tenemos que ir, pero no son obligatorias. Pero durante todas las campañas hay capacitaciones para nosotras.

Entrevistador

Retomando el tema de funciones ¿hay alguna directriz que les de la compañía en cuanto al trato de la gente, alguna directriz de cómo vincular fácilmente a las personas con la organización?

Claudia

Si, la persona que me formo a mí. Ella me capacita a mí en todo eso, en cómo tratar a las señoras, el cómo darnos cuenta que señoras no les conviene al negocio, porque uno siempre que va a visitar a alguien tiene que fijarse en muchísimas cosas para poder darles un crédito. Yo soy la intermediaria entre la empresa y ellas yo soy quien digo si le aprueban el crédito o no. Además cuando se empieza a formar a uno le dan un curso donde le enseñan todo eso.

Entrevistador

¿Qué aspectos toman en cuenta para aprobar el crédito?

Claudia

Nosotros no somos clasistas, pero si tú vas a visitar a una persona y te das cuenta que ni siquiera tiene para el desayuno, tal vez si venda y tal vez si le paguen, pero ella no va a dejar de darle de comer a sus hijos por pagarle a la empresa. o cuando vamos a visitar y viven en espacios muy reducidos donde la misma cocina queda en la habitación, cosas así.

Entrevistador

Es decir que ¿entre mas necesidad, hay menos posibilidades de que les aprueben un crédito?

Claudia

Si claro, además que uno en este trabajo aprende hacer muy intuitivo, uno se da cuenta que las personas dicen mentiras, porque uno vuelve y les pregunta lo mismo y después responden cosas diferentes. Eso hace que uno empiece a sospechar, es preferible que no les

den el crédito porque se sabe que si van hacer el pedido pero se lo van a robar en pocas palabras.

Entrevistador

La filosofía de la empresa a la cual está usted vinculada es brindar oportunidad a las mujeres y ayudarles a que crezcan ¿pero también se debe tener en cuenta todos esos aspectos?

Claudia

Si claro teniendo en cuenta a quien se le está dando la oportunidad. Porque a la empresa no le conviene tener ese tipo de gente, igual la persona pueda que venda pero igual le va a vender mismo tipo de gente del nivel de ella. Y eso va generar una morosidad muy grande, eso le afecta a la empresa y a mí lógicamente.

Entrevistador

¿A usted porque le tocaría asumir esa responsabilidad?

Claudia

No eso en cuanto al pago que me hacen a mí, ya que a mí me pagan el 10% de lo que vendo. Resulta que este mes a mi me pagan el 10% de \$14.000.000, la empresa asume que las consultoras ya pagaron y que pasaron el pedido. A mi me pagan todo eso como si a la empresa ya le hubiera llegado todo ese dinero, resulta que si el próximo mes la señora no paga a mí me van descontando no todo de una vez pero si por poquitos. De lo que me pagaron a mí sin que se lo hayan pagado a ellos. No quiere decir que yo esté pagando la deuda de la señora, sino el porcentaje que debí haber ganado por la venta de ella. Eso es lo que muchas personas no entienden y a mitad de camino no siguen la carrera Yanbal porque creen que le están pagando la deuda a la señora. Lo que dejan de pagarles es el porcentaje que hubieran ganado, si la persona hubiera pagado. Igual la deuda la tiene la persona que firmo.

Entrevistador

¿Qué proceso maneja la empresa cuando una vendedora queda en mora?

Claudia

En la empresa ellos son muy insistentes con la cobranza, pero a nosotros nos asignan un cobrador y cuando vemos que las deudas de las señoras están muy duras para pagar, nosotras acompañamos al cobrador a donde las señoras. Pero de todas maneras hay señoras que yo no sé cómo hacen pero hacen el pedido y en el siguiente mes ya no viven en esa casa, los teléfonos los cambian no sé cómo hacen. Pero son pedidos que se pierden por más que la empresa ayude a cobrar, hay señoras que no pagan y el pedido es perdido.

Entrevistador

En el caso que la persona quede en deuda pero siga vinculada, ¿qué hacen?

Claudia

La señora sigue en deuda y le quitan el crédito a los sesenta días, la reportan a los treinta días y hasta el año esa deuda deja de afectarme a mí, porque hasta el año la señora sale de mi sistema, entonces todo el año voy a tener esa morosidad.

Entrevistador

¿Hay alguna forma de financiación para la deuda?

Claudia

La empresa habla con la señora para decirle como le puede pagar, ellas a veces van hasta la oficina de cobranzas que no recuerdo en el momento como se llama, que es la que ayuda con las cobranzas y hacen un acuerdo de pago.

Entrevistador

Retomando su plan de carrera ¿nos puede hacer una descripción muy detallada de cómo fue este y su vinculación?

Claudia

Yo soy enfermera y empecé a trabajar en eso y no me gusto. me quede sin trabajo, una conocida me ayudo a entrar a trabajar en la oficina directoras porque ella tiene uno de los cargos más altos en Colombia y yo traía gente para ella , ella me formo y me pagaba para que yo le trajera consultoras pero para vincular para ella. En principio ni siquiera yo me incorpore porque no me gustaban las ventas, entonces yo me fui dando cuenta que ella me iba mostrando sin que yo me diera cuenta, me ponía como trampitas para que yo me fuera dando cuenta que era mejor y ganaba más formándome que el trabajar para ella. Un día yo le dije no quiero seguir trabajando para usted, no porque no me guste sino porque veo que se gana mejor siendo empresaria independiente. y toda la gente que yo traigo nueva aquí la puedo traer para mi , entonces ella dijo bueno , te voy a dar seis meses para que te formes pero no vas a dejar de trabajar conmigo, toda la gente que traías antes para mi ahora la vas atraer pero para ti, mientras empiezas a ganar como empresaria independiente. Yo me incorpore de una vez y uno empieza a ganar desde el primer momento que hace la primera venta, cuando uno incorpora a las dos primeras señoras y entre mas traiga mas gana, el proceso duro como seis meses o menos como cinco meses, cuando ya tenía incorporadas treinta señoras, ya estaba pasando pedidos por \$13.500.000, que era lo que me pedían. Eso tiene un proceso cuando uno ya tiene 30 señoras y \$13.500.000 Yanbal le da a uno como tres campañas para que uno se mantenga así o más. Que vincule nuevas personas, que la morosidad este en menos de 3 y ya a los seis meses ya me había formado como empresaria independiente y empezaba a ganar como \$1.300.000 o \$1.400.000 depende de la venta de las señoras. En ese momento me salí de la empresa porque la responsabilidad que había adquirido necesitaba más tiempo, y allá me tocaba trabajar medio tiempo y otro medio tiempo para mí. Entonces decidí salirme y ahora solo trabajo como empresaria independiente.

Entrevistador

Respecto a la formación ¿cómo es ese proceso?

Claudia

Hay que tomar unos módulos, son 10 módulos de capacitación sobre todo lo de Yanbal que son muchísimas cosas. Consultora estrella, programas de reconocimiento, como tratar a las consultoras, como hacerles el manejo de los premios, como solucionarles los problemas, como hacer que la señora se motive para que se enamore de Yanbal, como hacer para que las señoras tomen todas las capacitaciones. Toda esa es la capacitación que uno tiene que tomar durante los primeros seis meses para poderse formar.

Entrevistador

Resumiendo un poco usted empezó como consultora, vinculo 30 personas manteniéndolas activas, teniendo la cuota de los \$13.000.000 después la capacitación de los seis meses ¿fue así que obtuvo el cargo de directora?

Claudia

Si señora.

Entrevistador

¿Hay otra posibilidad diferente de esa carrera? digamos ¿cualquier consultora puede llegar a ser directora al estar vinculando personas?

Claudia

Si claro es que la idea de nosotras es que las incorporamos para que ellas vendan, pero también les hablamos de la carrera Yanbal que se gana más que si vendieran un poco de millones en productos. La idea de nosotros no es solo incorporar gente para que venda y ya, nosotras lo que nos interesa es que ellas se formen consultoras estrellas porque desde ese primer momento van a empezar a ganar a enamorarse de Yanbal y así van a traer cada vez más gente.

Entrevistador

Digamos si alguien de las personas que usted vinculo, se convierte en directora ¿eso le genera ganancia a usted?

Claudia

Me ascienden, Yanbal tiene varios escalones. En el que yo estoy es el primero, después del que me sigue es como ustedes me están diciendo. Si yo formo otra señora como empresaria independiente yo voy a subir, voy a ser súper senior y claro voy a empezar a ganar mucho más.

Entrevistador

Y si la persona que ocupa el cargo de Junior formara otra, ¿usted seguiría ascendiendo?

Claudia

No, si ella forma otra a mi me va servir pero en un escalón más arriba. Que hay es donde me lo exigen, Pero ahora en el escalón donde estoy no. Gano igual por lo de ellas, gano el 4% pero no asciendo.

Entrevistador

¿Qué requisitos usted necesitaría para ascender?

Claudia

Para ascender formar 3 empresarias independientes, en ese momento me dan el cargo de súper senior, donde nos dan uno de los mayores reconocimientos que es regalarme el auto.

Entrevistador

¿Nos podría nombrar todos los cargos que existen según el orden?

Claudia

El primero Junior, el segundo Senior, el tercero súper senior, el cuarto regional, el quinto regional estrella, el sexto máster, el séptimo máster uno, el octavo máster platino que es el más alto.

Entrevistador

Eso a nivel de empresaria independiente, a nivel de consultoras ¿también hay cargos diferentes?

Claudia

Si, lo de las estrellas. Estrella uno, consultora estrella dos, hasta consultora estrella cuatro y consultora estrella carrera que es la que se está formando para ser empresaria independiente.

Entrevistador

Es decir antes de ser empresaria independiente ¿a las consultoras se les considera como empresarias independientes?

Claudia

No son consultoras de venta directa por catalogo.

Entrevistador

¿Cuál es la definición para consultora?

Claudia

Es la persona que ayuda a que el producto sea reconocido, es que las consultoras son la sangre del negocio. Sin ellas no se podría vender, no podríamos dar a conocer lo que es Yanbal, eso es básicamente.

Entrevistador

Es decir ¿ellas son las encargadas del mercadeo?

Claudia

Si, ellas son las que dan a conocer el producto al consumidor.

Entrevistador

¿Hay otro canal de venta?

Claudia

No. El único canal que hay es el de las consultoras. A veces en las oficinas de las empresarias, hay veces tienen productos, pero más que todo eso es para las consultoras que a veces no les llega el pedido completo. Pero ese no es el foco de Yanbal

Entrevistador

¿Hace cuánto está vinculada en Yanbal?

Claudia

Hace dos años.

Entrevistador

La gente que lleva más tiempo, ¿recibe alguna retribución por el tiempo dedicado?

Claudia

No, no recibe ninguna retribución. Solo por las ventas, o personas que incorpore según sea el cargo.

Entrevistador

Hablando del tema de cargos, ¿Yanbal les exige a las consultoras que ellas se vinculen al sistema de seguridad social? ¿Les comentan que es un tema importante?

Claudia

No en lo que tiene que ver con las consultoras Yanbal no tiene que ver nada con eso. Solo con nosotras las empresarias independientes.

Entrevistador

Quisiéramos saber ¿cómo es el proceso de vinculación con una consultora?

Claudia

Hay varias formas de hacerlo, nosotras trabajamos en frío, me explico en la calle. con probadores de productos recientes. Le regalamos la prueba a la señora que vaya pasando, le tomamos los datos le decimos "lléveselo para la casa, lo utiliza y nosotras la estamos llamando para ver qué tal le pareció, y si es ganadora de un spa que estamos rifando vamos y lo hacemos en su casa" esa es la forma. Después llegamos a la oficina la llamamos y le preguntamos qué tal le pareció, le preguntamos si conoce algo de Yanbal que si le gustaría tener ganancias adicionales, uno trata de averiguarles lo que más pueda. Y si la señora dice que sí, vamos a la casa hacemos el spa y en ese momento le empezamos hablar de lo que es Yanbal. Le mostramos las ofertas, le mostramos todo lo que se puede ganar, que se puede ganar un mínimo en un solo día o una hora, lo que una persona se gana en un mes. Le hacemos caer en cuenta todo eso, le mostramos todos los productos que Yanbal le va a regalar si hace los pedidos juicioso. Le explicamos lo del crédito como lo tiene que manejar, que tiene que ser puntual con el pago. Y si en ese momento la señora se decide le llenamos la inscripción con fotocopia de la cedula, fotocopia del recibo donde vive, referencias familiares y laborales.

Entrevistador

Esos probadores ¿salen por parte de usted como empresaria independiente, o Yanbal les obsequia eso?

Claudia

No, Yanbal vende unos kits muy económicos para que nosotras lo compremos y ahí viene todo el material para trabajar.

Entrevistador

Es decir ¿es una inversión suya para poder trabajar?

Claudia

Si es una inversión.

Entrevistador

¿Esa inscripción es para la empresa que usted crea o a Yanbal?

Claudia

No, es para Yanbal, pero debajo de mi código. Todas las personas que yo llevo van con un código que es el mío. Son de Yanbal pero están conmigo.

Entrevistador

¿Usted es la que genera el crédito?

Claudia

No es Yanbal quien lo genera. Soy yo quien voy y las visito y decido si son aptas para que les den el crédito o no. Yo hago el filtro y digo “no a ella no le den un crédito tan alto por su nivel económico dele menos crédito para que no se endeude tanto.”

Entrevistador

Respecto a las ganancias que reciben las consultoras, ¿cómo es el manejo?

Claudia

El pedido mínimo es de \$220.000, las ganancias son del 25% si realizan un pedido de \$220.000 hasta \$620.000. Después de \$620.000 hasta \$1.250.000 se ganan el 35%

Entrevistador

Las consultoras pueden vincular gente, ¿ellas reciben alguna bonificación por eso?

Claudia

Ellas ganan el 4% de lo que las personas vendan, pero es diferente la forma de pago como me pagan a mí. A ellas les pagan si la consultora pago a Yanbal, diferente porque a mí me pagan antes de que ellas hubieran pagado. Entonces por eso hay que manejar la morosidad de ellas muy bajita menos de 3. Porque si la morosidad es mayor ellas no ganan.

Entrevistador

Teníamos entendido que ella disminuye el porcentaje de su factura antes de pagar, ¿es así?

Claudia

Lo mínimo que ella se puede ganar son \$20.000 si ya la ganancia es de \$50.000 ya puede decidir si quiere que se lo abonen a la factura que tiene por vencer, o si quiere que se lo consignen en un Efecty o Servientrega o un bono de Sodexo.

Entrevistador

Eso ¿sería comisión por venta?

Claudia

Si, ellas ganan el 4% de lo que las demás vendan.

Entrevistador

Usted anteriormente nos nombro dos líneas, una la carrera Yanbal y la otra la venta directa por catalogo ¿cómo es ese proceso?

Claudia

La de carrera Yanbal fue todo el proceso que hice, lo de la ventas son las consultoras que se dedican a vender y ni siquiera incorporan a una persona. Solamente se dedican a vender, de hecho ganan mucho vendiendo. Yo tengo una señora que vende hasta \$5.000.000 en cuatro semanas, de esos \$5.000.000 se gana como \$2.000.000. Entonces vive relajada a ella no le interesa ponerse a hacer carrera porque dice que eso es mucha responsabilidad. Hay otras empresarias independientes que venden, pero la empresa no está muy de acuerdo con eso. Ellos están muy pendientes de eso porque si digamos yo vendo \$2.000.000 de una vez me llaman la atención. Me dicen “usted no está dedicada a incorporar gente sino a la venta y nosotros no las tenemos para que vendan, sino para que capaciten y formen” eso es muy delicado

Entrevistador

Es decir, ¿su contrato es para que solo incorpore gente?

Claudia

Si, digamos mi grupo vendió \$10.000.000 pero me falta \$3.500.000 para ganarme el 10% y yo como empresaria independiente digo yo puedo hacer esa venta, hago un pedido de \$3.500.000 y completo la venta. Pero si eso uno lo hace varias veces, la empresa ya empieza a mirarlo a uno muchísimo y le pueden quitar hasta el código, le terminan el contrato.

Entrevistador

Si la red no funciona ¿es culpa de la empresaria independiente?

Claudia

Si, si ellos se van es culpa mía, por no estar pendiente de ellos, por no capacitarlos. Las señoras son muy cositeras, si paso el día de cumpleaños de alguna ya se ponen de malgenio y se pueden ir.

Entrevistador

Es decir básicamente ¿usted tiene que motivar mucho a la gente?

Claudia

Claro toca motivarlas.

Entrevistador

¿Cómo se motiva a las personas que se dedican a la venta directa?

Claudia

Yanbal tiene un catalogo donde están todos los premios, entonces siempre cuando va a comenzar la campaña yo las llamo y les digo “que premios vamos a trabajar esta campaña, mire que usted necesita el televisor, su hijo necesita el celular, la licuadora que ya se le dañó” uno conoce la vida de las señoras de esa manera. A veces no quieren saber de premios de Yanbal porque ya los tienen. Entonces en diciembre yo dije bueno voy a comprar unas blusas, les pedí la talla a cada una y les dije “si hacen un pedido de tanto les doy una blusa” y así hice y funciona mucho.

Entrevistador

Es decir no solo se trata de que vendan, sino que también conocer de sus vidas y como que es lo que las motiva.

Claudia

Si exacto lo que pasa es que cuando yo voy a incorporarlas, voy a averiguar la necesidad y de ahí me le pego. Eso toca tenerlo presente cada vez que uno las llama, decirles “te estoy llamando no se te olvide que necesita su lavadora, ya no puede seguir lavando, mire que sus manos” uno siempre les está recordando sus motivaciones.

Entrevistador

Todo esto que usted nos explica ¿es parte de su iniciativa, o por parte de la empresa?

Claudia

Eso hace parte de la capacitación que nos hacen. Uno se encuentra con muchas cosas en este negocio, hace poco fui a visitar una señora y yo le decía cuál es su sueño, y ella me decía comprar un juego de sábanas. Yo le decía ese es su sueño, los sueños son tan limitados. Me parecía extraño, yo le decía eso en dos campañas ya los tiene y hasta mas. Y la calidad de vida les cambia, empiezan a ir a las reuniones, se empiezan a arreglar mas, es increíble como la gente cambia en este negocio.

Entrevistador

¿Se cumple el eslogan que tiene Yanbal? “Mejorar la calidad de vida de la mujer”

Claudia

Si, se cumple.

Entrevistador

Desafortunadamente no se puede con las señoras que implican un riesgo para la empresa

Claudia

Si, de hecho hay muchas señoras que no están mal, si no que están cansadas, yo conozco muchas que trabajan en sitios chéveres, que viven en el norte, se cansan de no ser reconocidas, se cansan de ser empleadas todo el tiempo, entonces se deciden por Yanbal.

Entrevistador

Usted es ya empresaria independiente, ¿Que proyectos a largo y corto plazo tiene?

Claudia

A corto plazo es este año, espero formar dos directoras para formarme Senior y a mediados del otro año me tienen que estar entregando el auto como en mayo. Y pues el apartamento para independizarme porque yo vivo con mi tío y la esposa. En diciembre ya irme a vivir sola, con los ingresos que me va generar siendo Senior ya se puede.

Entrevistador

Desde que usted inicio en Yanbal ¿qué proyectos a logrado gracias a esta empresa?

Claudia

Lo que pasa es que a mi Yanbal me ha cambiado la vida mucho, yo antes trabajaba en un hospital y no se ganaba mucho. No tenía tiempo para estar con mi hija, y en Yanbal yo tengo todo el tiempo para estar con ella, llevarla al colegio, ir a las reuniones. Antes no podía pasar vacaciones con ella porque se cruzaban las mías con las de ella. Yo me separe entonces ella se la pasaba sola todo el tiempo y para ella eso era triste. Entonces en esa parte la vida me ha cambiado mucho, ahora llevo a mi hija al colegio, la recojo, tengo todo el tiempo del mundo.

Entrevistador

Usted ha planeado su estabilidad económica a futuro, es decir cuando ya no trabaje ¿qué posibilidades de ahorro le brinda este negocio como empresaria independiente?

Claudia

Lo que pasa es que este negocio no es como los demás, digamos uno monta cualquier negocio se le quema y se le acaba. Este negocio nadie me lo quita, yo lo llevo para donde yo vaya nadie se lo puede robar, uno está pendiente de él haciendo gente nueva.

Entrevistador

Retomando lo del tema de los requisitos, su meta es mantener 30 personas activas, y traer 5 personas mensualmente aparte de mantener la venta de \$14.000.000 ¿verdad?

Claudia

Si, ese es el requisito principal, y a veces hasta 10 personas. Si yo no traigo una persona nueva no me pagan el 10% así este la venta de \$14.000.000

Entrevistador

¿Eso ha pasado con alguna empresaria independiente?

Claudia

Si con muchas, hay veces que se enferman y no pueden vincular a nadie. Claro que Yanbal tiene una campaña donde uno puede pasar una carta diciendo la calamidad que le ha pasado y Yanbal le paga sin haber traído nuevas personas. Pero solamente es una vez al año.

Entrevistador

Osea si pasa un mes y no se cumplen los requisitos, ¿usted trabajo un mes gratis, porque no le pagan?

Claudia

Si gratis, pero como le digo uno entrena a las consultoras estrellas, porque si ellas traen gente a mi me las cuentan. Yo puedo irme una semana de vacaciones o enfermarme y no pasa nada, porque las consultoras estrella están trabajando para mí.

Entrevistador

Si usted pudiera cambiar algún aspecto de la empresa ¿qué cambiaría?

Claudia

Que los meses que son más duros enero y febrero, que nadie compra porque la gente esta endeudada, que le bajaran a la venta mínima.

Entrevistador

Osea los \$14.000.000

Claudia

Si, por eso es que uno tiene que estar trayendo mucha gente.

Entrevistador

Si en esos meses que usted menciona que son duros, y no logran vincular y no hacen la venta mínima ¿las desvincularían?

Claudia

No, nos desvinculan.

Entrevistador

¿Cuales serian los motivos por los cuales Yanbal la desvincularía?

Claudia

Por lo de los pedidos, la consultora me llama y ella me dice que pedido va a pasar, si yo en el sistema hago un pedido que no me han hecho, eso se llama pedido ficticio por eso me pueden quitar el código.

Entrevistador

¿Cuánto es el tiempo mínimo que usted puede dejar de pasar la cuota mínima?

Claudia

Como mínimo 5 meses sino lo desvinculan a uno.

Entrevistador

Si digamos pasa menos de los \$14.000.000 ejemplo \$5.000.000, \$6.000.000 ¿percibe alguna ganancia?

Claudia

Si, yo gano el 10% si pasó por \$ 14.000.000 más cinco señoras nuevas, si no traje ningún primer pedido, pero vendí \$10.500.000 gano el 8%. Si traigo un pedido mío, que no es de

ninguna consultora me gano el 6% si no paso ningún primer pedido, ni \$5.000.000 gano como el 4%.

Entrevistador

Si a usted la desvinculan, ¿tiene la opción de volver a vincularse?

Claudia

Si pero me tocaría dejar pasar como 5 meses, toda esa gente que yo tengo pasa a mi mamá que es la que me formo y a la que me incorporo.

Entrevistador

Y las personas que la formaron y la incorporaron ¿le pueden pasar esa gente a otras personas?

Claudia

No, no pueden. Además no les conviene, porque no les genera ganancia y si les toca más trabajo. Eso le conviene a la gente que está más arriba.

Entrevistador

¿Cuánto tiempo le dedica a este negocio, para lograr tener esas 30 personas activas?

Claudia

30 son poquitas, toca tener como 50. Yo la primera semana las llamo porque las que no hacen pedido toca llamarlas, decirles que les voy a llevar el catalogo, y motivarlas. Las que me quedan cerca voy y las visito. También llamo a las que hace como 3 meses no han hecho pedido para renovarles el crédito. Invitarlas a las reuniones de motivación, a las reuniones de lanzamiento de campaña. Pero a eso yo le dedico 3 horas en la tarde o en la mañana, o salgo a la calle toda la tarde o toda la mañana, yo me la paso mucho en la calle incorporando gente nueva. Pero de sentarme a llamar 2 horas o tres, hay veces que ellas me llaman, si hay problemas por algún premio me avisan. Pero de dedicarme a llamarlas toda la mañana o toda la tarde no, eso lo hago la última semana de campaña que es el cierre.

Entrevistador

¿En qué consisten esas reuniones de motivación?

Claudia

Yanbal contrata gente que es especialista en eso y ellos dan capacitación sobre superación personal y todas esas cosas. A nosotras también nos dan como unas dos veces al año.

Entrevistador

¿Qué argumentos utiliza usted para lograr vincular a la gente?

Claudia

Pues en la primera campaña que hay nosotras las acompañamos. Le decimos que tiempo tiene, y le ayudamos a conseguir los clientes por la cuadra, por el edificio y por los vecinos. Las señoras siempre responden es que no conozco a nadie y les decimos que esta es la

oportunidad de que conozca gente, yo les ayudo hacer la venta, ellas ya aprenden y ya les quedan clientes y ya van ganando y empiezan a vender.

Entrevistador

¿Cuando las consultoras no venden, ustedes interceden de alguna manera o no?

Claudia

Si claro hay veces alguna que no vende, entonces yo la llamo y le pregunto que ha vendido. Y me dicen que nada, entonces yo les digo “apuesto que no has sacado el catalogo del cajón, me responden tanto me conoce” a la semana vuelvo y le marco y ya aunque sea ha vendido una fragancia. A veces es por pereza que no lo hacen.

Entrevistador

Usted ya lleva en Yanbal dos años, ¿qué concepto nos podría dar de la empresa?

Claudia

La mejor empresa del mundo, la multinacional que tiene los mejores reconocimientos, porque nos da viajes gratis todo todo. En Colombia creo que no hay ninguna empresa que te regale un carro por capacitar a las señoras, que te paguen tan bien, que tú puedas utilizar tu tiempo. No definitivamente Yanbal es mi vida, es lo mejor que me ha podido pasar.

Entrevistador

Teniendo en cuenta lo que usted recibe de ganancia, y que usted es empresaria independiente ¿sobre qué salario cotiza?

Claudia

Sobre el mínimo.

Entrevistador

¿Lo considera más rentable?

Claudia

Si en el momento si. Igual Yanbal me va dar todo lo que necesite, como yo tengo una hija cuando yo ya este cansada, no quiera trabajar más, yo se lo puedo dar a ella. Claro ella tiene que pasar muchísimas pruebas, pero ella va empezar a ganar igual que yo, ella me tiene que una dar una parte y esa es como mi pensión.

Entrevistador

Retomando el tema de las consultoras por lo general ¿qué tipo de perfil buscan?

Claudia

Todas, solo las que no vivan en sitios muy pobres no. Pero la señora de los tintos puede vender, la señora del aseo puede vender, la señora de la oficina, la gerente del banco puede vender, la madre de familia, la profesora, todas.

Entrevistador

Pensando un poco en las consultoras ¿no hay posibilidad de que ellas reciban todo lo que respecta al tema de seguridad social?

Claudia

No, porque ellas ganan muy poquito y no es suficiente para que se paguen una pensión y una EPS

Entrevistador

Nosotros estuvimos entrevistando a una consultora que es madre cabeza de familia, y tiene dos hijas que tienen una discapacidad ¿qué medidas se toman en este caso, ya que ella no cotiza a nada?

Claudia

Pues esa sería una motivación para que venda más y pueda cotizar. “Si usted quiere que sus hijos tengan salud, venda mas, si usted vende 3 productos de estas fragancias en esta semana ya podrá pagar salud y pensión” Yanbal aun no tiene eso en cuenta.

Entrevistador

¿Cuál es su posición frente al hecho de que Yanbal no le brinde la posibilidad de cotizar a seguridad social, sino que le toque a usted propiamente?

Claudia

Pues es que Yanbal nos da muchas cosas, la verdad no me parece algo prioritario porque yo le pudo asumir y Yanbal me da muchas ganancias para que también me tenga que pagar seguridad social.

Entrevistador

¿Usted conoce algo de la historia de ellos?

Claudia

Si son de dos hermanos peruanos, Yanbal es del Perú uno se llama Fernando Belmont y el tiene un hermano que no me acuerdo como se llama. Ellos se dividieron y tienen empresas diferentes uno es dueño de Ebel y el otro de Yanbal, pero manejan la venta de manera diferente. Nadie maneja el multinivel como lo maneja Yanbal es la única.

Entrevistador

¿Usted como directora de Yanbal se puede vincular a otra empresa de venta directa?

Claudia

No, no me puedo vincular. Eso es como otro requisito, como fidelidad, ética.

Apéndice D

Matrices

Categoría Seguridad Social

Subcategoría protección laboral

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“No, no porque eso es como independiente, y el sueldo se lo hace uno”</p>	<p>“No ninguno, nosotros trabajamos por un porcentaje pero no tenemos ni prestaciones, ni seguro, ni nada, nada, nada, da esas cosas que da una empresa. Ellos si tienen empleados directos, que les pagan sueldo y todo lo de ley, pero a las vendedoras no nos cubre nada”</p>	<p>“En cuanto a nosotros como directores de Yanbal, es obligatorio tener todo lo de seguridad social porque somos independientes, entonces si nos llega a pasar algo en la calle porque el trabajo de nosotras siempre es en la calle, entonces nos obligan a tener lo de riesgos profesionales todo todo si no nos pagan”</p>	<p>Se evidencia que las consultoras tienen claro que no existe vínculo alguno con la organización, son independientes y por lo tanto la empresa no tiene responsabilidad con respecto a cobertura de seguridad social. En el caso de la directora ella tiene un vínculo con la empresa por orden de prestación de servicios, sin embargo uno de los requisitos para su permanencia es estar cotizando EPS, ARP y pensión. De acuerdo a lo anterior cada una desde su posición, tiene conocimiento de las condiciones bajo las cuales desempeñan su labor.</p>

“Lo que pasa es que como este es un trabajo totalmente independiente, si en esta campaña no quiero vender, pues no gane nada. Si yo fuera directamente contratada por la empresa yo pienso que yo tendría todos los beneficios. Yo soy contratada por los consultores, por los vendedores”

“Pues, pues siempre es como maluco, porque uno siempre necesita el seguro y eso pero, pues no lo tenemos , y para pagarlo uno mismo, tiene que sacar buen dinero en las ventas o si no es muy poquito lo que gana, no alcanza”

“Pues es que Yanbal nos da muchas cosas, la verdad no me parece algo prioritario porque yo lo puedo asumir. Y Yanbal me da muchas ganancias para que también me tenga que pagar seguridad social”

Es clara la diferencia de percepción entre las consultoras y la directora, en cuanto a las primeras ya conocen la dinámica de las ventas y el funcionamiento de la empresa, existe la claridad de independencia lo cual les genera por naturaleza los gastos adicionales referentes a cobertura de seguridad social, parten del hecho de ser independientes, sin embargo las respuestas presumen que no hay mayor interés en entender la razón por la cual no cuentan con las condiciones de protección, no hay un reconocimiento propio por la labor desempeñada sino un trabajo mecánico de venta y porcentaje como ganancia. Por otro lado la directora tiene una visión completamente diferente, desde la posición de directora se hace referencia a la protección social como

una obligación de las personas mas no de la empresa, ésta figura como la fuente de bienestar y prosperidad.

Resulta contradictorio la posición de las vendedoras por un lado hacen referencia a la necesidad de protección social, y por otro se catalogan como independientes es decir sin ninguna relación con la empresa.

Categoría Vinculación, Permanencia y Motivación

Subcategoría Incentivos

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“El mínimo ahora es como de \$ 580.000 ósea la mínima que uno tiene que pasar, de ahí para arriba ya uno gana el 25% el segundo gana el 30% después el 35% después el 40%, y hasta 40% le pagan a uno”</p>	<p>“Haaa el porcentaje es el 25 % y el 30% dependiendo el producto que se venda, hay una clasificación de productos, de acuerdo al precio o el tipo de producto, si es de belleza, si es de salud... así es el porcentaje que uno gana” “Siempre es fijo, uno pasa el pedido y de acuerdo al total le dan el porcentaje, como le decía, cambia de acuerdo al producto que uno venda”</p>	<p>“Si, yo gano el 10% si pasó por \$ 14.000.000 más cinco señoras nuevas, si no traje ningún primer pedido, pero vendí \$10.500.000 gano el 8%. Si traigo un pedido mío, que no es de ninguna consultora me gano el 6% si no paso ningún primer pedido, ni \$5.000.000 gano como el 4%”</p>	<p>La ganancia tanto de consultoras como de la directora depende directamente del total de la venta, en ambos casos hay un mínimo de dinero y el porcentaje de ganancia varía dependiendo del valor de la venta y el nivel jerárquico. Es decir, si no se registra el mínimo en dinero no hay ninguna ganancia. En el caso de las vendedoras la ganancia siempre es de un porcentaje sobre venta directa que ellas realizan, en el caso de la directora la ganancia es sobre la venta de las personas que están a su cargo.</p>
<p>“Los premios es, en la campaña de diciembre venia: “si vendes 325 precio al publico” ganaba uno un estuchito especie</p>	<p>“Ósea lo de los premios, vienen con las campañas uno se los gana si alcanza la meta, si uno quiere se queda con ellos o si no los</p>	<p>”La multinacional que tiene los mejores reconocimientos, porque nos da viajes gratis todo todo. En Colombia creo que</p>	<p>Los premios constituyen una de las principales motivaciones tanto de las vendedoras como de la directora, son un incentivo</p>

<p>de maletín. Si uno subía ese rango a 540 se ganaba un tallón playero ósea se ganaba los dos premios más el 25% que le pagan a uno”</p>	<p>vende, con usted sacar los 180.000 pesos cada pedido, tiene derecho a los premios. por lo menos a mí con la tercer campaña me llego, era una olla arrocera, o unas sabanas o un edredón, porque los premios si son buenos”</p>	<p>no hay ninguna empresa que te regale un carro”</p>	<p>adicional que obtienen sobre ventas y una de las metas planteadas en cada campaña, se proyectan un nivel de venta para obtener además del porcentaje, el premio ya sea para uso personal o para venderlo. Los discursos suponen que los premios son una de las principales motivaciones para aumentar el volumen de ventas y seguir vinculadas a esta labor.</p>
<p>Cada campaña le pagan a uno un premio, vienen premios diferentes, tiene que pasar pedido ósea activo, como le digo actualizado”</p>	<p>“Heee yo personalmente, (...) muy pocas veces la que yo recomiende a alguien, porque es que uno tiene que ser , muy honesto, ser cumplido, si ve porque es que, si yo recomiendo a otra persona , por decirlo así me va tocar pagar lo que ella no pague si ve? Porque q ellos les mandan el cobrador que están en mora que esto que aquello, pero se desaparecen. Le toca es a uno pagarlo”</p>	<p>“No, si ella forma otra a mi me va servir pero en un escalón más arriba. Que hay es donde me lo exigen, Pero ahora en el escalón donde estoy no. Gano igual por lo de ellas, gano el 4% pero no asciendo”</p>	<p>En el caso de los bonos, son ganancias adicionales que obtienen por vincular gente nueva, en el caso de las consultoras la número 1 conoce de la oportunidad de ganancia que tendría al vincular gente nueva, sin embargo no lo hace porque no tiene la disponibilidad, en el caso de la segunda consultora hay desconocimiento total de esta oportunidad de crecimiento, ella asume que</p>
<p>A usted le pagan un bono por haber incorporado a esa persona, si esa persona incorpora más y más. Ya la que yo incorporé gana y yo gano por ella y por las otras también.</p>			

la única que gana es la directora pero no tiene claro cuál es la oportunidad que ella tendría como consultora al vincular a otra mujer, se evidencia falta de información. En el caso de la directora la información que ella tiene con respecto a su oportunidad de ganancia y crecimiento es consistente con la directriz de la empresa, esta enterada y hace suponer que hay un contacto constante con la empresa.

Subcategoría perfil de las consultoras

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“Por lo general son solo mujeres las que están vinculadas, ósea consultoras son mujeres. En Yanbal trabajan hombres pero en solo laboratorios y eso. Pero las vendedoras siempre somos nosotras. Una vez le pregunte a mi tía, y ella me dijo no es que nosotras las mujeres tenemos más argumentos, capacidad para vender”</p>	<p>“Le dicen a uno que es la empresa donde la mujer puede crecer y ser empresaria, que solo hay que tener ganas de salir adelante y querer ayudar a otras” “Usted no tiene que tener mora con ninguna empresa ni nada”</p>	<p>“Todas, solo las que no vivan en sitios muy pobres ellas no. Pero la señora de los tintos puede vender, la señora del aseo puede vender, la señora de la oficina, la gerente del banco puede vender, la madre de familia, la profesora, todas” “Nosotros no somos clasistas, pero si tú vas a visitar a una persona y te das cuenta que ni siquiera tiene para el desayuno, tal vez si venda y tal vez si le paguen, pero ella no va a dejar de darle de comer a sus hijos por pagarle a la empresa. o cuando vamos a visitar y viven en espacios muy reducidos donde la misma cocina queda en la habitación, cosas así”</p>	<p>Se evidencia la diferencia que hay entre la percepción de las consultoras y la directora, por un lado las primeras tienen la imagen de que cualquier mujer puede vincularse y que se le da la oportunidad para salir adelante, pero por otro lado la representación de la organización que en este caso es la directora, tienen una política de vinculación que exige un perfil determinado, características socioeconómicas que garanticen la venta y el pago. El proceso de vinculación está mediado por una serie de situaciones y características que no son conocidas por las consultoras, ellas tienen una percepción totalmente diferente.</p>

<p>“Pues generalmente la gasto en cosas que necesito comprar para la casa, para mis cosas hay veces para las cosas del colegio de la niña”</p>	<p>“No, no para yo ganarme un sueldo como en una empresa común y corriente... tiene que venderse usted ..jum si quiera en cada pedido un millón de pesos”</p> <p>“No, no ósea yo vendo, como porque tengo una entradita por hay una necesidad o algo, hay mujeres que dicen que si que venden un millón que venden dos millones pero pues quien sabe no creo”</p>	<p>No, porque ellas (consultoras) ganan muy poquito y no es suficiente para que se paguen una pensión y una EPS.</p> <p>“La mejor empresa del mundo, la multinacional que tiene los mejores reconocimientos, porque nos da viajes gratis todo. En Colombia creo que no hay ninguna empresa que te regale un carro por capacitar a las señoras, que te paguen tan bien, que tú puedas utilizar tu tiempo. No definitivamente Yanbal es mi vida, es lo mejor que me ha podido pasar”</p>	<p>El discurso de las vendedoras afirma que las ganancias obtenidas sobre ventas, son una entrada económica adicional, mas no son suficientes para cubrir el 100% de las necesidades básicas; lo anterior se reafirma con la versión de la directora quien asegura que la ganancia como vendedora es muy poca; por el contrario ella siendo directora si puede contar con una ganancia fija mensual que le permite respaldar todos sus gastos, incluso los de su hija.</p>
--	---	--	--

Subcategoría condiciones laborales

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“Si claro, si yo dejo de vender durante un tiempo, quedo desvinculada y me toca volver a vincularme. Es una campaña por mes, tiene vigencia para pagar un mes. 20 días después de que lo facturaron. Hay campañas donde no paso pedido porque las ventas están muy pesadas. Ahorita la mínima esta de \$ 230.000 si yo no los tengo, así tenga \$100.000 no puedo pasar pedido porque no tengo el tope mínimo”</p>	<p>“He... pasar pedido, a veces en un mes son dos pedidos, al otro mes son tres pedidos, toca estar seguido, seguido pasar pedidos, si usted se queda por lo menos en dos o tres pedidos o campañas ya la desvinculan y tiene que volverse afiliar, a llenar los papeles y hacer otra vez lo del pagaré, el estudio de crédito y todo el proceso. El mínimo de pedidos son de 180.000 pesos por cada pedido, ya de ahí para allá pues lo que usted quiera vender y pueda...”</p> <p>“Pues el horario de trabajo lo coloca uno mismo, pues yo misma ósea o trabajo por la mañana o por la tarde me dedico un ratico diario, veces le tengo que dedicar el día completo para alcanzar el tope de ventas y poder pasar pedido...”</p>	<p>Inicialmente tengo que tener 30 señoras conmigo, para que me den el cargo como directora. En eso tengo que vender más o menos \$14.000.000. Hacer que todas ellas vendan \$14.000.000. La empresa me pide que tengo que traer como mínimo 5 señoras nuevas cada mes. Teniendo en cuenta que tengo que traer más porque de las 30 que tengo a veces se van 10, se van 5. Y a medida del tiempo tengo que ir subiendo subiendo. Entre más sea la venta mejor. Pero la empresa como mínimo pide \$14.000.000 que yo como directora tenga una venta personal que no sea tan grande porque tiene que ser la mínima, porqué nosotras no estamos dedicadas a vender sino a traer gente nueva al negocio”</p>	<p>La permanencia dentro de la empresa esta condicionada por un mínimo de ventas en el caso de las vendedoras, en el caso de la directora, su cuota de permanencia depende de la cantidad de personas nuevas que vincule a la organización y la permanencia de las vendedoras que están dentro de su red. En el caso de las vendedoras, su labor es independiente porque hacen un manejo propio de tiempo, sin embargo tienen claro que deben seguir ciertos lineamientos exigidos por la compañía para mantenerse vinculadas a ella.</p>

Subcategoría: motivación

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“Pues me encantan los productos, la plata y los premios que me llegan. Hay me van quedando cosas para mí y los voy vendiendo”</p> <p>“Uno conoce muchas personas, es chévere trabajar así como independiente porque uno no se ve obligado a nada”</p>	<p>“Pues que no puedo salir trabajar por fuera de la casa, osea irme por ejemplo a una empresa que toque coger buses todos los días no, no puedo, entonces es lo que me ha hecho a mi seguir con ellos”</p> <p>“He tenido hay como otra ayudita para mi esposo y les he te les he comprado a los niños como perfumes, como cosas, ya a mi me lo dejan como a precio, como al precio de factura más barata si ve, sale más barata”</p>	<p>“Se gana mejor siendo empresaria independiente. y toda la gente que yo traigo nueva aquí la puedo traer para mi , entonces ella dijo bueno , te voy a dar seis meses para que te formes pero no vas a dejar de trabajar conmigo, toda la gente que traías antes para mi ahora la vas atraer pero para ti, mientras empiezas a ganar como empresaria independiente”</p>	<p>La motivación se ve reflejada desde dos puntos de vista, marcándose una diferenciainportante, desde las consultoras se tiene la percepción de vender para cubrir necesidades mínimas y sobre todo recibir el beneficio de los premios ya sea para su propio uso o para la venta, por otro lado desde la directora la motivación se enmarca en la percepción de crecer como empresaria vinculando y formando nuevas personas. A partir de lo anterior se pueden observar las diferencias que existen entre los cargos y la línea de desarrollo que se sigue desde cada uno de los papeles (consultora y directora).</p>

Categoría Aceptación social

Subcategoría: percepción organizacional

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“Pues me ha parecido chévere, es algo donde uno está incorporado. Uno trabaja cuando uno quiere, si quiere retirarse pues uno se retira sino pues sigue”</p>	<p>“Pues a mí me sirve y si usted la sabe manejar y no se deja atrasar y pues, por lo menos yo no hago mucho pedido, porque yo sé que no tengo como respaldara la deuda así , entonces cualquier cantidad , por lo menos si usted maneja lo poquito que vende bien y está al día pues la tienen en un bueno concepto por qué no van a estar hay encima cobrando y fregando si ve, y también le dan a uno premios , eso es como una bonificación le dan a uno premios cada vez que uno cumple el pedido”</p>	<p>“La mejor empresa del mundo, la multinacional que tiene los mejores reconocimientos, porque nos da viajes gratis todo. En Colombia creo que no hay ninguna empresa que te regale un carro por capacitar a las señoras, que te paguen tan bien, que tú puedas utilizar tu tiempo. No definitivamente Yanbal es mi vida, es lo mejor que me ha podido pasar”</p>	<p>El concepto que se tiene de la empresa hace referencia claramente al hecho de ser independientes, se presenta como la principal ventaja, el manejo personal del tiempo y la posibilidad de establecer su propio sueldo también es una característica que hace de las empresas de venta directa una opción de ocupación llamativa, sin embargo el concepto de las vendedoras no va más allá de esas características, no hay un conocimiento de fondo con respecto a su lugar dentro de la empresa. Se percibe una imagen articulada bajo las características de independencia y bajo dicha percepción de</p>

<p>“A mi me gustaría que Yanbal no subiera tanto el tope de ventas, sino que fuera al ritmo del que uno puede vender, tener más autonomía”</p>	<p>“¿Qué cambiaría? (.....) queeee yo no sé qué le ayudaran a uno como, cuando uno se queda atrasado , no cobrar tanto, o que dejaran pasar el otro pedido para como así uno como recuperarse o algo. Por que como uno no siempre les vende a las mismas personas, entonces son personas buenas pagas y con lo de uno pues uno recupera lo de la otra, pero la empresa si usted no cancelo, no pudo pasar más</p>	<p>“Que los meses que son más duros enero y febrero, que nadie compra porque la gente esta endeudada, que le bajaran a la venta mínima”</p>	<p>desarrollar la labor de ventas. Por otro lado desde el cargo de directora se muestra una imagen de desarrollo laboral y personal, plan de carrera. Lo anterior nos permite contrastar la diferencia y los límites que existen entre los diferentes cargos, en este caso consultoras y directoras.</p>
			<p>Las consultoras coinciden en el hecho de no tener un mínimo de ventas porque esto condiciona su ganancia, se evidencia una relación de dependencia entre la empresa y las consultoras, aun bajo la imagen de independencia existen condiciones que limitan el desarrollo de la actividad que se lleva a cabo en este tipo de empresa, es decir las consultoras siendo independientes deben reportar un tope</p>

pedido, entonces eso sería bueno que como que le dieran a uno la oportunidad de pasar una campaña para ponerse al día. También deberían pensar como en salud, que es lo más importante, porque a uno le toca salir a vender y le puede pasar algo, y nadie le ayuda, uno tiene que correr con todos los gastos”

determinado como condición para estar vinculadas, sin embargo no figuran como empleadas ni tampoco tienen relación directa con la empresa. La contradicción entre el concepto de independencia y condiciones de permanencia dentro de la empresa, permite replantear el tipo de relación existente entre las empresas de venta directa y sus consultoras. Por su parte la directora a pesar de tener condiciones diferentes, también coincide en que el tope mínimo es una limitación a la hora de lograr ganancias ya que en ocasiones hay circunstancias fuera de su alcance que disminuyen las ventas.

“Los requisitos que le exigen a uno, ósea subir de nivel. Pongamos yo soy consultora tengo que subir de consultor a estrella uno, estrella dos, estrella tres, estrella cuatro, estrella cinco. Cuando llega a estrella cinco ya es directora ¿por qué? Porque yo tengo que conseguir 20 mujeres e incorporarlas que sean consultoras igual que yo para que yo pueda ser directora”

“Si, si, si, si, si uno tiene su buen nivel de venta ósea que venda 1 millón, que venda 2 millones así lo van subiendo de rango. Pues esta creo... lo de una estrella o algo así, sigue la asesora heeee. Sigue otra persona antes que yo y yo, ósea como mi representante”

“Si claro es que la idea de nosotras es que las incorporamos para que ellas vendan, pero también les hablamos de la carrera Yanbal que se gana más que si vendieran un poco de millones en productos. La idea de nosotros no es solo incorporar gente para que venda y ya, nosotras lo que nos interesa es que ellas se formen consultoras estrellas porque desde ese primer momento van a empezar a ganar a enamorarse de Yanbal y así van a traer cada vez más gente”

Con respecto al plan de carrera que se puede desarrollar dentro de la organización, las versiones de las consultoras y la versión de la directora (quien ya paso por ese proceso) no coinciden en cuanto al proceso que se debe seguir para escalar dentro de la empresa, lo anterior hace suponer que hay desconocimiento por parte de las vendedoras quizá porque no hay un acompañamiento por parte de la organización que guie a las vendedoras, teniendo en cuenta que la directora llego a este cargo no por medio de ventas sino de un cargo directo dentro de la empresa.

Subcategoría aceptación

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“Lo que pasa es que como este es un trabajo totalmente independiente, si en esta campaña no quiero vender, pues no gane nada. Si yo fuera directamente contratada por la empresa yo pienso que yo tendría todos los beneficios. Yo soy contratada por los consultores, por los vendedores”</p> <p>“Porque eso es como independiente, y el sueldo se lo hace uno”</p>	<p>“Nosotros trabajamos por un porcentaje pero no tenemos ni prestaciones, ni seguro, ni nada, nada, nada, da esas cosas que da una empresa porque somos independientes”</p>	<p>“Pues es que Yanbal nos da muchas cosas, la verdad no me parece algo prioritario porque yo lo puedo asumir. Y Yanbal me da muchas ganancias para que también me tenga que pagar seguridad social”</p>	<p>Los discursos están sustentados en el hecho de ser independientes, no se tiene en cuenta ningún tipo de vinculo con la empresa y por lo tanto ninguna obligación de la misma hacia ellas. En los tres casos se evidencia la claridad que hay en el hecho de no contar con beneficios de tipo laboral, se asume que esto hace parte de una obligación propia del ser independientes.</p>

Categoría Aspectos Legales

Subcategoría conocimiento de la legislación

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“¿Por cuenta de Yanbal?, no pues es que uno es vendedor independiente. Eso uno no tiene seguro al no ser que yo sea directora, porque si yo soy directora a mi me pagan un sueldo fijo a parte de las empleadas, o las personas que yo incorporo. Pero si soy independiente yo vendo mis productos y voy buscando mis clientes.”</p>	<p>“Pues creo que es salud mmm (.....)” pensión</p>	<p>“Ah pues los de riesgos profesionales esos son unos, nosotras lo cotizamos, lo de la salud, y lo de pensiones no. Lo que tiene todo trabajador toda empleada.”</p>	<p>En el discurso de la primera y segunda consultora hay un desconocimiento en lo que respecta al tema de seguridad social y contrato laboral, ya que para la primera entrevistada el tema de seguridad social solo implica el amparo de la EPS, mientras que la segunda consultora los menciona pero se evidencia en su discurso el no estar segura de cuáles son los elementos constituyentes. Estas personas que se dedican a la venta directa, cotizan solas, pero pierden beneficios como la caja de compensación, auxilio de transporte, el cotizar a pensión entre otros. O en otros casos como el de la segunda consultora ella es</p>

beneficiaria del seguro de su conyugue. En cuanto al discurso de la directora se encuentra una gran diferencia ya que ella tiene conocimiento respecto a los derechos que se incluye en el sistema de seguridad social, pero refiere que es obligación de las personas asumir este gasto.

Subcategoría vinculación laboral

Juana	María	Claudia	Análisis
<p>“Ellos traen una hojita llena, ya solo es firmar y la fotocopia de la cedula.” “Pues traía los datos de uno. Los nombres, apellidos y cedula.”</p>	<p>“No pues a uno lo, lo afilian y pues si uno se quiere retirar se puede retirar sin ningún problema, pues eso si a paz y salvo no sin deber un peso ni nada, pero usted se puede retirar a la hora que quiera”</p>	<p>“En cuanto a las vendedoras ellas son directamente con nosotras. las consultoras, y la parte administrativa no tiene nada que ver con ellas. Nosotras como directoras tenemos que cumplir unos requisitos. Hay un proceso como de un año para que nos den el cargo. Pero en cuanto a las vendedoras no tienen nada que ver con la parte administrativa, solo nosotras las directoras”</p>	<p>Se encuentra una similitud en los tres discursos ya que tanto las consultoras como la directora mencionan que son trabajadoras independientes y que por eso la organización a la cual están vinculadas no les cubre nada. Pero son muy enfáticas cuando refieren que necesitan la cobertura de la seguridad social porque la mayor parte de su trabajo es realizado en la calle. Respecto al tema de contrato laboral las dos consultoras y la directora no tienen conocimientos sobre los elementos que constituyen este mismo, ya que en su labor están cumpliendo una serie de requisitos, que finalmente estos terminan siendo una subordinación, están</p>

prestando un servicio, y el salario que perciben por la venta. Adicionalmente sobre el formulario que las consultoras tienen que diligenciar a la hora de vincularse solo tienen conocimiento de que son responsables de los costos que no asuma el cliente, pero no tienen contemplado de que si no pagan son reportadas a data crédito.

“La persona que me incorpora, la directora.”
 “Ósea yo soy la que consigue el cliente y ella es la que lo incorpora.”

“Me contacto una amiga, ósea yo le pedí el favor a una amiga, ella me inscribió y piden la fotocopia de la cedula y que usted este a paz y salvo con data-crédito usted no tiene que tener mora con ninguna empresa ni nada, nada lleva usted la fotocopia de la cedula y llena usted un papel, como un contrato pero ese contrato es como para que usted, cuando usted se atrase entonces

“Una conocida me ayudo a entrar a trabajar en la oficina directoras porque ella tiene uno de los cargos más altos en Colombia y yo traía gente para ella, ella me formo y me pagaba para que yo le trajera consultoras pero para vincular para ella. Ella dijo bueno, te voy a dar seis meses para que te formes pero no vas a dejar de trabajar conmigo, toda la gente que traías antes para mi ahora la vas atraer pero para ti, mientras empiezas a ganar como

hay tienen
como...Si claro”

como empresaria independiente. Yo me incorpore de una vez y uno empieza a ganar desde el primer momento que hace la primera venta, cuando uno incorpora a las dos primeras señoras y entre mas traiga mas gana, el proceso duro como seis meses o menos como cinco meses, cuando ya tenía incorporadas treinta señoras, ya estaba pasando pedidos por \$13.500.000” y me nombraron.
