

**LA PRECARIZACION DEL TRABAJO FEMENINO A TRAVES DEL SISTEMA
DE VENTAS POR CATALOGO, O VENTAS MULTINIVEL: LA
CONFIGURACION DE UNA VERDADERA RELACION LABORAL COMO
RESPUESTA A ESTA PROBLEMÁTICA**

MANUEL ALEJANDRO BASTIDAS PATIÑO

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
PROGRAMA DE DERECHO
SAN JUAN DE PASTO
2009.**

**LA PRECARIZACION DEL TRABAJO FEMENINO A TRAVES DEL SISTEMA
DE VENTAS POR CATALOGO, O VENTAS MULTINIVEL: LA
CONFIGURACION DE UNA VERDADERA RELACION LABORAL COMO
RESPUESTA A ESTA PROBLEMÁTICA**

MANUEL ALEJANDRO BASTIDAS PATIÑO

Trabajo de grado para optar al título de Abogado

**Nombre del asesor
Dr. Angélica Hernández**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS
PROGRAMA DE DERECHO
SAN JUAN DE PASTO
2009.**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en esta monografía, son de responsabilidad exclusiva del autor”.

Artículo 1 del Acuerdo No. 324 del 11 de Octubre de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACION

ISABEL GOYES MORENO

MONICA RODRIGUEZ

San Juan de Pasto, 17 de Noviembre de 2009

AGRADECIMIENTOS

A la Vicerrectoría de Investigaciones, post grados y relaciones internacionales VIPRI, por creer en mi sueño, y apoyarme para realizarlo

Al Decano de la facultad de derecho doctor EMILIO ORTEGA, por su alta generosidad y sentido de altruismo a la hora de ayudar a quien lo necesita.

A la doctora Isabel Goyes Moreno, quien me impulso a crear de una pequeña idea un gran trabajo.

A mi Alma Mater.

A Dios, quien me mostro que de los momentos mas difíciles de la vida, se pueden lograr grandes cosas.

A mi madre Adalgiza, quien por mas de diez años se ha visto inmersa en esta forma de ocupación precaria como es las ventas por catalogo, soportando muchas injusticias y abusos por parte de las empresas de venta directa, solo con el aliciente de brindarnos un mejor futuro a mi hermana y a mi

A mi hermana Alejandra, mi única familia

A mis amigos por acompañarme en aquellos momentos en que esta investigación se vio detenida por los vaivenes de mi vida,

A Giovanna, por los buenos momentos que pasarán a la historia, y por los malos que día a día me dieron fuerza para culminar esta investigación

A las empresas de venta directa, si no existieran, si no fueran partícipes, con el Estado Colombiano de los procesos de precarización y pauperización del trabajo, la idea de esta investigación nunca hubiera nacido, como una respuesta una subversiva e innovadora, ante la problemática de las ventas por catalogo

Al rock, el aire que respiro

TABLA DE CONTENIDO

	Pág
CAPITULO I	19
1. ASPECTO HISTORICO Y DEFINICION DEL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO.....	19
1.1.1 Orígenes: La Venta Directa No Estructurada.....	19
1.1.2 La Venta Directa Estructurada y Organizada.....	20
1.2. EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO.....	23
1.2.1 Definición.....	23
1.2.2 Aspectos Principales de las Ventas por catalogo.....	25
1.3 LOS PROTAGONISTAS DEL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO..	26
1.3.1 Las Empresas, Origen Del Proceso.....	26
1.3.2 El Vendedor (Trabajador), Base del Sistema.....	43
1.3.3 El Catalogo de Ventas, una herramienta básica.....	44
CAPITULO II.....	48
2. EL TRABAJO: UNA MIRADA DESDE LOS PROCESOS DE PRECARIZACION	48
2.1 El Nuevo Papel del Estado Latinoamericano como legitimador del proceso de precarización del Trabajo.....	48
2.2 COLOMBIA EN EL CONTEXTO DE REESTRUCTURACIÓN DE LA LEGISLACIÓN LABORAL.....	55
2.2.1 El Proceso de Precarización del trabajo en Colombia.....	57
2.3 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL: EL TRABAJO ILEGAL, EL TRABAJO NO REGISTRADO, Y EL TRABAJO PRECARIO	62
CAPITULO III.....	72
3. PRECARIZACION DEL TRABAJO FEMENINO, EN EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO.....	72
3.1 RELACIÓN ENTRE MUJER Y TRABAJO.....	72
3.2 PRECARIZACIÓN DEL TRABAJO FEMENINO.....	75
3.3 LA VENTA DIRECTA: UN TRABAJO PARA MUJERES.....	78
3.4 LA VENTA DIRECTA: UN FENOMENO EN EXPANSION.....	80
3.5 VENTA DIRECTA EN COLOMBIA.....	84
3.6 PRINCIPALES EVIDENCIAS DE PRECARIZACION LABORAL EN EL SISTEMA DE VENTA DIRECTA.....	86
3.6.1 La Negación de la Relación Laboral de las Empresas de Venta Directa, con la “fuerza de ventas”.....	86
3.6.2 Ausencia de prestaciones Sociales.....	90
3.6.3 Confusión del tiempo de trabajo con el resto de la vida diaria.....	101
	104

3.6.4 Nueva conformación de los espacios de trabajo.....	
CAPITULO IV.....	106
4. LA RESPUESTA ANTE LA PRECARIACIÓN DEL TRABAJO FEMENINO EN EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO.....	107
4.1 LA RELACION LABORAL "FUERZA DE VENTAS" EMPRESAS DE VENTA DIRECTA, Y LOS CRITERIOS TRADICIONALES PARA VERIFICAR LA EXISTENCIA DE RELACIONES LABORALES EN COLOMBIA.....	107
4.2 EL PARADIGMA DEL TRABAJO DECENTE, BASE DE LOS NUEVOS CRITERIOS PARA ESTABLECER RELACIONES LABORALES.....	112
4.3 MÉTODOS PRÁCTICOS PARA LA DETERMINACIÓN DE RELACIONES LABORALES ADOPTADOS POR OTRAS LEGISLACIONES.....	116
4.3.1 La Presunción legal de Relación Laboral.....	117
4.4 Caracterización de Indicadores Sobre Relación de Trabajo de los Trabajadores De Venta Directa.....	119
4.4.1 El hecho de que el trabajo se realiza según las instrucciones y bajo el control de otra persona.....	120
4.4.2 La Integración del trabajador en la organización de la empresa.....	121
4.4.3 El trabajo debe ser ejecutado personalmente por el trabajador.....	122
4.4.4 El trabajo debe ser ejecutado, dentro de un horario determinado, o en el lugar indicado o aceptado por quien solicita el trabajo.....	121
4.4.5 El trabajo sea de cierta duración y tenga cierta continuidad, o requiera la disponibilidad del trabajador.....	123
4.4.6 El trabajo debe implicar el suministro de herramientas, materiales y maquinarias por parte de la persona que requiere el trabajo.....	123
4.4.7 El hecho de que se paga una remuneración periódica al trabajador...	124
4.4.8 La remuneración como la única o la principal fuente de ingresos del trabajador.....	124
4.5 LA MATERIALIZACIÓN DE LA RECOMENDACIÓN 198 EN LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA.....	126
4.6 RÉGIMEN DE TRABAJADORES DE VENTA DIRECTA.....	133
4.6.1 Proyecto De Ley Numero___ De 2009 "Por la cual se reglamenta la Vinculación Contractual De Los Trabajadores De Venta Directa".....	134
4.7 DERECHO LABORAL COLECTIVO EN LA VENTA DIRECTA.....	141
4.8 SEGURIDAD SOCIAL Y SALUD EN EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO.....	149
4.9 LOS RIESGOS PROFESIONALES.....	150
4.10 EL ACCIDENTE DE TRABAJO.....	150
4.11 ENFERMEDADES PROFESIONALES DE LOS TRABAJADORES DE VENTA DIRECTA.....	151
CAPITULO V.....	155

5. RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO.....	154
5.1 LUGAR DEL TRABAJO DE CAMPO: TUQUERRES LA CIUDAD SEÑORA DE LA SABANA.....	154
5.2 LA POBLACION.....	155
5.2.1 Salud.....	155
5.2.2 Educación.....	156
5.2.3 Servicios publicos.....	157
5.2.4 Vivienda.....	158
5.2.5 Trabajo y economía.....	159
5.3 METODOLOGÍA.....	159
5.4 LOS RESULTADOS.....	160
5.4.1 Datos Demográficos.....	
5.5 PRINCIPALES EMPRESAS DE VENTA DIRECTA EN EL MUNICIPIO DE TUQUERRES, Y SU FUERZA DE VENTAS.....	163
5.5.1 Numero De Afiliaciones Por Persona.....	164
5.6 CONCEPCIÓN DE LAS ENCUESTADAS ACERCA DE LA VENTA DIRECTA.....	166
5.7 PERCEPCIÓN DE LA VENTA DIRECTA DE LOS TRABAJADORES.....	166
5.8 EVIDENCIA DE LOS PRINCIPALES SÍNTOMAS DE PRECARIZACIÓN LABORAL.....	167
5.9 SÍNTOMAS DE PRECARIEDAD LABORAL EN EL SISTEMA DE VENTA DIRECTA.....	169
5.9.1 Síntoma 1: La Negación de la relación laboral de las empresas de venta directa, con la “Fuerza de Ventas” - Multivinculacion laboral.....	169
5.9.2 <i>Síntoma 2: La Ausencia De Prestaciones Sociales.....</i>	170
5.9.3 <i>Síntoma 3: la prohibición no expresa de adquirir nuevos empleos.....</i>	174
5.9.4 Síntoma 4: Confusión del tiempo de trabajo con el resto de la vida diaria.....	175
5.9.5 <i>Síntoma 5: Nueva conformación de los espacios de trabajo.....</i>	175
5.9.6 <i>Síntoma 6: El Ocultamiento y Violación del Código de Ética por las Empresas de Venta Directa.....</i>	177
6. CONCLUSIONES.....	183
7. RECOMENDACIONES.....	184
7. BIBLIOGRAFIA.....	187
8. ANEXOS.....	

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Proceso De Realización Del Pe	47
Figura 2: Estimación de ventas globales de los años 1988 al 2006 en billones de dólares	83
Figura 3: Estimado global de personas que se dedican a la venta directa periodo 1988 – 2006	84
Figura 4: Evolucion fuerza de Ventas 2002- 2004	85
Figura 6: Estado Civil Datos En Porcentajes	161
Figura 6: Numero de Afiliados empresas de venta directa (datos en porcentajes)	165
Figura 7: numero de personas que tienen otro trabajo adicional a la venta directa (datos en porcentajes)	172
Figura 8: Situación de Ventas del Ultimo Año	173

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Georeferenciación de AVON	31
Tabla 2: Empresas de Venta Directa en Colombia, afiliadas a La Asociación Colombiana De Venta Directa	34
Tabla 3: Registro de ventas directas a nivel mundial	81
Tabla 4: Premios que las vendedoras pueden adquirir	99
Tabla 5: tabla comparativa, entre las recomendaciones y los convenios internacionales, basados en el artículo 19 de la Constitución de la OIT.	123
Tabla 6: Edad - Datos En Porcentajes	162
Tabla 7: Relación edad - estado civil (datos en porcentajes)	162
Tabla 8: Nivel de educación (datos en porcentajes)	163
Tabla 9: Tiempo De Dedicarse a vender por Catalogo	164
Tabla 10: numero de afiliaciones por persona	166
Tabla 11: descripción del trabajo (datos en porcentajes)	167
Tabla 11: Razones de ingreso (datos en porcentajes)	168
Tabla 12: ventajas consideradas para ingresar (datos en porcentajes)	169
Tabla 13: Personas que ayudan en el trabajo de venta directa (datos en porcentajes)	170
Tabla 14: Personas que aporta mayor parte de ingresos	170
Tabla 15: situaciones más comunes	174
Tabla 16: Actitud ante la Devolución	175
Tabla 17: Lugares en los que vende	170
Tabla 18: Lugares en los que vende al interior de la casa	171

LISTA DE ANEXOS

	Pag
Anexo A: Cartilla de reclutamiento de Esika	188
Anexo B: Circulo de Estrellas Avon	189
Anexo C: Código modelo de Ética de la WFDSA	190
Anexo D: Código de Ética de ACOVEDI	199
Anexo E: Recomendación 198 de 2006	211
Anexo F: Encuestas	218

GLOSARIO

COMPAÑÍA DE VENTA DIRECTA: Una entidad de negocio que 1. Utiliza un sistema de distribución de venta directa en el mercadeo de sus productos, y 2. Es miembro de la Asociación de Venta Directa.

CATALOGO: es una publicación propiedad de las empresas de venta directa impresa a todo color de un número determinado de páginas, con las fotografías y especificaciones técnicas de los productos que están a la venta,

CONSUMIDOR: Cualquier persona que compre y consuma productos de un Vendedor Directo o Compañía.

COMISION POR VENTAS: Es una contraprestación de la empresa de venta directa por las ventas realizadas por la fuerza de ventas

ORDEN DE PEDIDO: Documento escrito o impreso confirmando detalles de una orden del Consumidor que sirve como recibo de venta al Consumidor. En el caso de compras por Internet, una orden que contenga todos los términos de la oferta y compra en formato impreso o accesible en Internet.

PRECARIO: aquel que no posee los medios o recursos suficientes.

PRODUCTO: Tangibles e intangibles bienes de consumo y servicios.

RECLUTAMIENTO: Cualquier actividad que conduzca al fin de asistir a una persona a hacerse Vendedor Directo.

RELACION COMERCIAL: interacción que se produce entre dos partes, una la que adquiere el producto, otra la que suministra dicho producto o servicio

VENDEDOR DIRECTO: Una persona o entidad que tiene derecho a comprar y/o vender los productos de una Compañía y que puede tener derecho a reclutar otros Vendedores Directos. Los Vendedores Directos generalmente mercan los productos directamente a Consumidores sin que tengan un local establecido y permanente de ventas al por menor, usualmente la operación se realiza a través de la explicación y demostración de productos y servicios. Un Vendedor Directo puede ser un agente comercial independiente, un contratista independiente, un negociante independiente o un distribuidor, o representante autoempleado o cualquier otro representante de ventas semejantes de una Compañía.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, fue ganador del concurso Alberto Quijano Guerrero de investigación 2008, en la modalidad de Tesis de Grado, organizado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Nariño, esta idea se constituye en una propuesta innovadora sin antecedentes en este campo, la cual es motivada por la necesidad de clarificar la situación laboral de las personas que se dedican a las ventas por catalogo, desde una perspectiva de genero. La venta directa, a pesar de ser un trabajo como cualquiera carece de una regulación laboral que le permita a las a las personas que se dedican a esta actividad a una serie de prestaciones sociales mínimas, generando innumerables injusticias, cobijadas por los nuevos conceptos de precarización y pauperización del trabajo, síntomas de una creciente la globalización y la economía de mercado.

Para ofrecer un trabajo de investigación diferente a los tradicionales, y coherente con el objetivo de clarificar la situación de este colectivo laboral, se hizo necesario un profundo y complejo trabajo de investigación, puesto que no existe bibliografía sobre el tema (hubo que crearla), de esta manera fue posible realizar una delimitación sobre que es, y como funciona el sistema de venta directa.

Una vez claro el objeto de estudio, fue necesario delimitar que se entiende por *precarización laboral*, su manifestación en el género femenino y específicamente en actividades como la venta directa, para lograr este objetivo, se analizo el nuevo papel del Estado en el mundo globalizado, concluyendo que este ha sido garante de a feminización y pauperización del papel de la mujer en el mundo del trabajo.

Sin embargo, aunque hubo satisfacción al demostrar los elementos de precarización laboral en la venta directa, era necesario ofrecer una solución a este colectivo, puesto que limitarse a criticar es una labor sencilla, lo difícil es proponer una solución, en este orden de ideas, la investigación innovo en la creación de una propuesta académica como limite para la precarización en la venta directa, dicha propuesta abarca el establecimiento de unas garantías laborales sustentadas en la demostración de la existencia de una relación laboral entre este colectivo y las empresas de venta directa, acudiendo a las nuevas formas de establecer relaciones laborales, apoyadas por las normas internacionales del trabajo.

ABSTRACT

The present work of investigation, is winner the Alberto Quijano Challenger of investigation in the modality of thesis, organized for the for The Vicerrectory of Investigations of the University of Nariño, this idea assumes the position of an innovating proposal without antecedents in this area, is motivated for the need to clarify the labor situation of the peoples that it is dedicated to the direct selling, from a gender perspective. The direct selling, in spite of be a work as whoever lack of a labor regulation that permits you to the to the peoples that it is dedicated to this activity to a series of social services minimis, generating countless injustices, covered for the new concepts of precarization and pauperization of the work, symptoms of a crescent globalization and the economy of market.

To offer a work of different investigation to the traditional, and coherent with the objective to clarify the situation of this labor community, did to him necessary a deep and complex investigation of work, because inasmuch as exist bibliography on the topic (was to create it), of this way was possible to carry out a delimitation on that it is, and as you function the system of direct sale.

One time clear the object of study, was necessary to delimit that is to understand for labor precarization, your manifestation in the feminine genre and specifically in operation as the direct sale, to achieve this objective, analyze the new government bond in the globalized world, by concluding that this has been responsible of to feminization and pauperization of the paper of the woman in the word of work.

However, if it had satisfaction when demonstrating the elements of labor precarización in the direct sale, it was necessary to offer a solution to this community, because inasmuch as limit to criticize is a simple labor, the difficult thing is to propose a solution, in this order of ideas, the investigation innovates in the creation of an academic proposal as being bounded for the precarización in the direct sale, proposed happiness wooden shoe the establishment of some sustained labor guarantees in the demonstration of the existence of a labor report between this community and the undertakings of direct sale, resorting to the new forms of establishing labor relations, leaned for the international norms of the work.

INTRODUCCION

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

En Colombia como en la mayoría de los países denominados del tercer mundo un numero reducido de personas tienen trabajos adecuados y bien remunerados, otro grupo de personas en un mayor porcentaje tienen trabajo pero no lo consideran o adecuado y bien remunerado, y por ultimo la gran mayoría carecen de empleo por tanto se ven obligados al desempleo, subempleo, la actividad informal, y a nuevas formas de ocupación no reguladas por la legislación laboral, esto hace que se vuelva necesario el estudio de estas formas de precarización que puede adquirir el trabajo generado en la economía de mercado y en la creciente globalización.

Una de las formas de ocupación no regulada y muestra de la precarización laboral es la situación de las personas que se dedican a las ventas por catalogo específicamente la población de las mujeres, esto en el entendido de que, si bien la mayoría de las empresas de venta directa no tienen discriminación de genero para vincular a sus vendedores, es decir, aceptan la posibilidad de vincular a hombres en esta labor predomina el uso de mano de obra femenina, situación que se explica por la combinación de varios elementos que caracterizan el mercado de trabajo femenino y la estructura familiar, factores como las características de flexibilidad que permiten realizar diversos trabajos al mismo tiempo, lo que ha generado vínculos estrechos entre el trabajo doméstico y el extradoméstico

Las mujeres son fundamentales para el desarrollo productivo de nuestro país, pero esto no se refleja en mejores condiciones de trabajo, las cuales continúan siendo profundamente desiguales, inequitativas y discriminatorias, en pleno siglo XXI en el mundo existen millones de mujeres inmersas en trabajos mal retribuidos y cada vez es más común que ellas ingresen en la economía informal, con poca o ninguna seguridad social y con un alto grado de inseguridad laboral. Para las mujeres que anualmente pierden su trabajo, el autoempleo se ha convertido en la solución más recurrente para así poder subsistir, una de las formas de autoempleo que ha tomado auge en la ultima década es la venta directa o ventas por catalogo, en Colombia casi el 80 por ciento de personas que se dedican a esta labor son mujeres¹, las cuales en un país en vías de desarrollo como el nuestro podrían ser

¹ Tomado de www.acovedi.org.co/preguntasfrecuentes

amas de casa, o madres cabeza de familia quienes no son consideradas trabajadoras, y sólo perciben el pago de comisiones sin ninguna prestación social, en Colombia, frente a esta situación se hace necesaria una reforma integral de las leyes laborales con perspectiva de género que implique una reconceptualización de los derechos laborales de las mujeres, en donde se reconozca que su mercado de trabajo se ubica cada vez más en el sector informal, y que se desarrolla en condiciones de mayor precariedad

Las personas que se dedican a las ventas por catalogo en Colombia como ya se anoto antes, en su mayoría son mujeres; debido al desempleo producido por la implantación de la nueva economía de mercado se ven forzadas a trabajar arduamente para las empresas de venta directa, reportándoles ganancias astronómicas año tras año, sin embargo, se enfrentan a una cruda realidad la cual tiene dos etapas, en la primera al encontrarse “afiliadas” a las mencionas empresas, muchas de ellas multinacionales las vendedoras no tienen posibilidad de que las empresas de venta directa les reconozcan ningún tipo de prestación, toda ves que ante los ojos de las empresas esta actividad, se realiza en horarios que elige la propia trabajadora, el cual se regula mediante un contrato de distribuidor independiente, sin seguridad de ingresos, para una empresa sin rostro y sin una figura patronal evidente, estas situaciones generan la idea que estamos en presencia de un trabajo que es diferente del asalariado, las diferencias radican en que lo que concierne a la venta directa se traduce en la posibilidad de vender, al mismo tiempo que se realizan labores domésticas, se convive con otras personas, o, se trabaja en otra actividad, esto ocasiona que el mundo del trabajo y el resto de la vida aparezcan mezclados o confundidos, sin fronteras claras.

CAPITULO I

1. ASPECTO HISTORICO Y DEFINICION DEL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA VENTA DIRECTA O VENTA POR CATALOGO

1.1.1 Orígenes: La Venta Directa No Estructurada.

La venta directa, es una de las primeras formas de venta que se conocen, sin embargo, en sus inicios, no tuvo un fuerte desarrollo de las estructuras comerciales actuales.

William J Stanton, en su libro *Fundamentos de Mercadotecnia*, afirma respecto la antigüedad del sistema de venta directa afirma que “la venta puerta a puerta es uno de los métodos mas antiguos en la historia de las ventas al detalle”²

En el mismo sentido, la Federación Europea para la Venta y el Trabajo a Domicilio, (*Federación Europeenne pour la vente et le service a domicile*), afirma que en el pasado, artesanos y granjeros abandonaban unos determinados días al mes sus trabajos en talleres y granjas para visitar las poblaciones vecinas, y allí ofrecer y vender los artículos por ellos producidos. Al mismo tiempo visitaban las casas y las fincas de la nobleza y de las clases acomodadas con el fin de ofrecérselos ellos mismos a sus compradores potenciales³.

En la Edad Media en Inglaterra, las primeras personas que se dedicaron a las ventas puerta a puerta, se denominaban “*Chapmen*” o “Chapman, denominación que se origina en el habito de llamar a una persona como “Chap” que significa *cliente con quien negociar*, utilizada en el siglo XV, pero la palabra Chapmen, se llevo a emplear alrededor del año 1800, y se aplicaba a los vendedores de productos domésticos que viajaban regularmente desde Escocia a Norte de Inglaterra⁴.

En Estados Unidos la función de los Chapmen ingleses la cumplían los “*Yankee*”, estos proveían servicios a las comunidades aisladas del país, trabajaban en los

² MIR PIQUERAS, Juan. La Venta Domiciliaria Del Puerta al Multinivel. Madrid. Editorial Diaz de Santos. p. 13

³ Ibid, p. 14.

⁴ A *céapmann* was a trader or dealer: a merchant. By 1600, the word had come to be applied to an itinerant dealer. The habit of calling a young man a 'chap' arose from the use of the abbreviated word to mean a customer, one with whom to bargain but the complete word 'Chapman' was still used of a customer around 1800. In the seventeenth and eighteenth centuries, the word was applied to hawkers of chapbooks, broadside ballads, and similar items; they come from Scotland to England. Disponible en internet < www.wikipedia.org/chapmen>

barrios aledaños a las grandes ciudades, visitando cada hogar donde encontraban una respuesta positiva de las amas de casa, esta forma de venta a domicilio tuvo vigencia hasta mediados del siglo XIX⁵

En las primeras formas de venta directa llevadas a cabo por los Chapmen y los Yankee, la característica principal, es que, el vendedor además de las funciones propias de la venta, realizaba las funciones de transportador, y almacenista de las mercancías por el ofrecidas, esta situación diferencia a una venta directa que esta evolucionada, con otra que no lo esta⁶.

1.1.2 La Venta Directa Estructurada Y Organizada

Con la conformación de los Estados Unidos, espacio temporal en el que se encuentran tanto los fundamentos Religiosos y los discursos de la predeterminación, se retoma la idea de relacionar el éxito Económico con un designio de Dios, ideología implantada por las religiones protestantes como el calvinismo y el luteranismo⁷.

Las referencias más antiguas que se tienen de una empresa organizada en Venta directa datan de 1851, cuando un señor apellidado “Singer” consideró importante para vender sus maquinas de coser, ir al domicilio de sus consumidores y demostrar su funcionamiento⁸.

⁵ Disponible en internet <www.acovedi.com.co/preguntasfrecuentes>

⁶ Es muy común aun hoy en nuestro país, observar al panadero, al tendero, o al pequeño agricultor haciendo el reparto y la venta de sus productos, puerta a puerta, este sistema es mas frecuente en aquellos lugares donde las personas poseen pocos medios de transporte y no existen muchos lugares para comprar.

⁷ La religión católica consideraba que el hombre había llegado al mundo para sufrir, vivir en la pobreza y solo Dios como premio de este sufrimiento les iba conceder la vida eterna: “*sufre en la tierra y disfruta en el cielo*”, afirmación derivada de una interpretación del libro del génesis de la Biblia, en el que, Adán al ser desterrado del paraíso, Dios le maldice, y le señala que el deberá ganarse el pan, con el sudor de su frente, gracias a esta interpretación, se le dio por muchos siglos al trabajo la característica de ser un castigo de Dios, por ello la acumulación de la riqueza, era considerada un pecado. Con este antecedente, las religiones protestantes, las cuales tenían sus lineamientos ideológicos mas afines a los requerimientos ético – religiosos de la burguesía capitalista, modificaron estos conceptos dándole un valor ilimitado al trabajo y al afán de lucro, el trabajo, ya no era considerado como pecado, sino como un premio que se les otorgo a los hombres para agradar a Dios, y así por el contrario, las personas que no trabajaban eran considerados como pecadores. Todas estas circunstancias lograron que las empresas que se dedicaban a la comercialización de productos ganaran el beneplácito de la iglesia y con ello la posibilidad de la acumulación de la riqueza.

⁸ Singer Corporación es una empresa fabricante de máquinas de coser estadounidense, fundada como I.M. Singer & Co. en 1851 por Isaac Merrit Singer con el abogado neoyorkino Edward S. Clark. Principalmente conocida por sus máquinas de coser, fue rebautizada como Singer Manufacturing Company en 1865, y luego como The Singer Company en 1963. Originalmente, toda su producción se realizaba en sus instalaciones en la ciudad de Nueva York. Actualmente, su sede

En 1886 David Maconell, vendedor de libros, ofrecía por cada libro que se comprara un perfume, sin embargo, dándose cuenta que los compradores querían más el perfume que los libros, desarrollo una empresa de cosméticos y perfumes denominada: **California Perfume Company**. “En 1928 el nombre de **California Perfume Company**, parecía muy regional para una empresa con franca expansión, por lo que fue sustituido por lo que ahora se conoce como Avon Cosméticos”⁹

A principios del siglo XX, Como parte del proceso de urbanización de las capitales las empresas empiezan a llevar, la modernidad a los pequeños pueblos de América, las ventas directas se convierten en una alternativa de ventas, ya que permiten que los productos sean demostrados en el lugar que se encuentran los consumidores y llegan a grupos que en esos momentos parecían aislados; gracias a esta estrategia, el sueco Axel Wenner Gren vendió la primera aspiradora, la *Lux – 1* en 1901, la cual fue sacada al mercado por **Lux**, empresa que nació en 1912, ,siete años después, en 1919, gracias a esta estrategia de mercado que permitió a Lux expandirse, la compañía Lux pasa a denominarse **Electrolux**, según los datos estimados en 1920 había 200,000 personas que se dedicaban a las ventas puerta a puerta.¹⁰

En 1931, en Massachusetts, Estados Unidos, Frank Stanley Beveridge, creo los primeros productos para la limpieza del hogar, los cuales hoy se comercializan, bajo la marca **Stanhome**. Para dar a conocer mejor estos productos, Beveridge, diseño un sistema de venta similar al de la venta directa, denominado “*reunión a domicilio*”¹¹, sistema universalmente conocido, y actualmente aplicado, el cual descubrió la eficacia de las ventas en reuniones de personas mostrando las ventajas de su producto

La crisis de la bolsa de Nueva York o también denominada “*Gran Depresión*”¹² genero que muchas empresas fueran a bancarrota y la consecuencia inexorable

está en La Vergne, Tennessee, cerca de Nashville. Disponible en internet <www.wikipedia.org/singer>

⁹ ONGALLO Carlos, El libro de la venta directa, Madrid España, Ediciones Díaz de Santos, 2006. p 37

¹⁰ Biggart, N. Charismatic Capitalism: direct selling organizations in America. Chicago, The University of Chicago Press, citado por DIAZ CORTEZ Octavio Maza - Las Ventas Multinivel Análisis De Las Formas De Trabajo Asociadas, México, Editorial UAA, Año 2006

¹¹ ONGALLO Carlos. Op cit, p 38

¹² La Gran Depresión fue una crisis económica mundial iniciada en octubre de 1929, y que se prolongó durante toda la década de 1930, siendo particularmente intensa hasta 1934. Son muchas las causas esgrimidas para explicar su estallido y persistencia. Es un hecho claro que el fenómeno se inició en Estados Unidos, tras una década de crecimiento económico, incremento del endeudamiento y especulación bursátil, con beneficios rápidos y fáciles. Habitualmente se señala como primer síntoma claro, o como detonante -dependiendo de interpretaciones-, de la Depresión el 24 de octubre de 1929 ("Jueves Negro"), con el desplome de la bolsa de Nueva York y la pérdida vertiginosa del valor de las acciones allí cotizadas, aunque la contracción de la economía había

era una alta tasa de desempleo lo que permitió “reclutar” a aquellas personas que habían quedado desempleadas, gracias a estos reclutas s favorecieron empresas como *Stanley Home*,y *The Encyclopedia Británica*,

En 1934 fue creada *California Vitamins*, por Carl Rehnborg, empresa que en 1941 paso a denominarse *Nutrilite*, esta compañía se dedicaba a ofrecer complementos nutricionales a través de una explicación personalizada de los mismos, en 1959, dos antiguos distribuidores de *Nutrilite* Rich de Vos y Jay Van Andel, crearon una pequeña empresa llamada **Amway**, la cual aun existe.

Otro caso documentado para tener en cuenta es el de **Tupperware**, fundada por el ingeniero químico Earl S Tupper en 1944, quien implanto un sistema con el objetivo de demostrar la forma en la que funcionaban los utensilios que comercializaba, este fue un tipo de servicio que se podía ajustar a las necesidades de los pequeños pueblos a los que era difícil que llegaran los productos y en los que la atención personal era fundamental, este sistema funcionaba así: las empresas solicitaban vendedores a través del periódico, posteriormente compraban mediante el correo los productos que después tenían que revender.

El crecimiento del sistema de ventas por catalogo en el siglo XX, se debió en gran medida al ingreso de la tecnología a los hogares, adicionado a un discurso social que promulga la liberación de tiempo el cual será utilizado en realizar un trabajo remunerado, es decir el tiempo se convierte en un bien que se debe ahorrar así de forma evidente, el tiempo ahorrado se utiliza en el trabajo.

El ingreso de la tecnología a los hogares norteamericanos, necesitaba de agentes especializados que se encargaban de enseñar a las mujeres a utilizar las nuevas tecnologías, esta enseñanza del uso de los productos permite transmitir conocimientos sobre los productos, al tiempo que genera necesidades en los consumidores se aprovechan de esta manera los vínculos sociales, la amistad, la cercanía, pero de manera fundamental la confianza, por lo que se hace de este un modo muy eficiente de comercializar.

comenzado en el primer semestre de 1929. El desplome del precio de las acciones fue extraordinariamente intenso, alcanzando tintes dramáticos. Gran número de inversionistas vieron cómo su dinero, en muchos casos tomado a crédito, se volatilizaba en cuestión de días. El 'crash' bursátil motivó una reacción en cadena en el sistema financiero, con numerosos bancos que empezaron a tener problemas de solvencia y de liquidez al acentuarse la desconfianza en su capacidad de reembolsar a los depositantes. Tomado de www.wikipedia.org/grandepresion

1.2 EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO

1.2.1 DEFINICION

La venta por catálogo, es una actividad de gran extensión y de un alto crecimiento, sobre todo en los últimos quince años, tanto en los países desarrollados principalmente en Estados Unidos, y en los países denominados en desarrollo, o del tercer mundo como los de América Latina. En Colombia día a día es tan común esta actividad a la que se dedican muchas personas en gran mayoría mujeres¹³ debido a la necesidad de adquirir ingresos que les permitan subsistir. La mayoría de la población esta familiarizada de la forma como funciona este sistema por lo que definirla ayudara aun más para entender la realidad y las dimensiones de esta labor, la cual cada día es más cercana a nosotros por ser desarrollada por nuestras madres, hermanas, o hijas.

Para autores como **Richard Berry** la venta directa es sinónimo de venta por catálogo, la define, como la *“obtención de pedidos y la provisión de productos de consumo a individuos particulares por fuera de los normales locales minoristas, usualmente en sus casas o lugares de trabajo, en transacciones iniciadas y concluidas por un vendedor”*¹⁴

The World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), siglas en ingles de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa ¹⁵ define la actividad de las ventas por catalogo como:

*“...la comercialización de productos y servicios directamente al consumidor, cara a cara, generalmente en sus hogares o los hogares de otros, en el lugar de trabajo y otros lugares fuera de locales minoristas permanentes, normalmente mediante la explicación o demostración personal de un vendedor directo independiente. Los vendedores se conocen comúnmente como vendedores directos”*¹⁶

ACOVEDI o la Asociación Colombiana de Venta Directa, afiliada a la WFDSA se encarga de agrupar a las empresas de venta directa en Colombia, establece para las empresas Colombianas a través de un *Código de Ética* la adopción de unas normas generales para reglamentar las relaciones entre las compañías de venta directa, entre sus Vendedores y hacia los Consumidores, también establece

¹³ Según Acovedi en Colombia se dedican a esta actividad 546.000 mujeres, frente a a104.000 hombres

¹⁴ Richard Berry, Venta directa. Del puerta a puerta al Marketing Multinivel, Ediciones profesionales D&D, Argentina, 1999

¹⁵ La WFDSA es una organización no gubernamental Fundada en 1978 representa a la industria de la venta directa en el ámbito mundial tiene afiliadas 1.300 empresas de 53 países, ocupando a casi 50 millones de personas y estima ventas globales directas en más de 90.000 millones de dólares

¹⁶ Disponible en internet <www.wfdsa.org/publications>

lineamientos para lograr la calidad de los productos, la satisfacción y la protección de dichos consumidores, la promoción y el mejoramiento de la imagen pública del sistema de Venta Directa, dentro de un ambiente de libertad empresarial, en el mencionado *Código* en su artículo tercero denominado definiciones, conceptualiza acerca de la venta directa y la puntualiza como:

“VENTA DIRECTA: *Es la comercialización de bienes de consumo general, directamente a los consumidores, en sus hogares o en los hogares de otros, en su sitio de trabajo, y en otros lugares apartados de los sitios de venta al detal y del comercio en general, realizada usualmente a través de un vendedor directo, mediante la explicación o demostración directa de los productos, con el fin de obtener un pedido que será cobrado y Entregado a los consumidores”*¹⁷

Según los anteriores conceptos el objetivo que persiguen las ventas por catalogo es la *comunicación directa* y personal entre dos o más personas para comprar o vender por medio de **un catálogo o revista**, sin utilizar las formas clásicas de ventas en puntos de venta o locales comerciales, la venta por catalogo es de carácter independiente para la persona que se inscribe como vendedora, quien en la empresa es denominado como un *distribuidor, representante de ventas, asesor comercial, dealer, vendedor, consultora de belleza, empresario*; es un sistema que a los ojos de las multinacionales ofrece la oportunidad de trabajo y la obtención de ingresos para muchas familias y personas que estén dispuestas a prestar un servicio, que se traduce en ofrecer y llevar los productos al lugar de trabajo o de vivienda del comprador y en el momento en que este lo requiera o pueda ojear la revista y comprar.¹⁸

La venta directa o venta por catalogo se puede desarrollar principalmente a través de dos modalidades, la primera es denominada “puerta a puerta” (*door to door*) o “uno-a-uno”, donde un vendedor hace una demostración a un consumidor a través de un catalogo o revista; la segunda modalidad se efectúa a través de las denominadas reuniones (*party plan*), es decir cuando la venta se realiza mediante una explicación y demostración de productos a un grupo de clientes potenciales por parte de un vendedor, generalmente en el hogar de una anfitriona la cual invita a las personas con este propósito.¹⁹

¹⁷ Disponible en internet <www.acovedi.org.co/codigodeetica>

¹⁸ Uno de los argumentos más utilizados para convencer a las personas para que se inscriban como vendedores, es el de tener toda una variedad de productos en el catálogo sin necesidad de pagar arriendos y servicios públicos de mantenimiento de un local.

¹⁹ Existen otras modalidades de venta: a) la “venta piramidal” o “venta en cadena” que es un plan por el cual se recibe un pago por presentar a otras personas potencialmente compradoras; b) la modalidad multinivel, o *marketing* de redes (*network marketing*), mediante ventas realizadas por una red de vendedores directos independientes. Estos vendedores pueden recibir remuneración basada en sus propias ventas y de las ventas generadas por sus redes de otros vendedores reclutados y entrenados para unirse al negocio. c) La “venta a distancia”, por *telemarketing* (teléfono, video-texto, *teleshopping*) o por correo (directo, venta por catálogo, pedidos

1.2.2 ASPECTOS PRINCIPALES DE LAS VENTAS POR CATALOGO

Algunos de los aspectos principales del sistema de ventas por catalogo como actividad son²⁰:

- **Se desarrolla por fuera de un local comercial:** las vendedoras o vendedores pueden llevar a cabo su trabajo sin necesidad de adquirir un local comercial, lo hacen de forma personal, en algunos casos desde el trabajo, - cuando se tiene uno - o desde la casa, en la gran mayoría de los casos sobre todo en Colombia se realiza en la calle, a través de visitas puerta a puerta en las que las vendedoras muestran sus productos por medio de un catalogo a las potenciales compradoras, a la espera de una compra la cual no es siempre segura, las vendedoras tienen que movilizarse a través del transporte publico asumiendo los costos del pasaje o caminando por carecer de los recursos necesarios para solventar un medio de transporte propio.
- **Se realiza en el domicilio del consumidor:** los productos son ofrecidos directamente en el domicilio del comprador a través de un catalogo ofreciéndole una explicación personalizada del producto, por lo que el vendedor tiene que convencer al potencial comprador de realizarle una compra o pedido, esto en el entendido que, el consumidor no esta en la obligación de comprar nada.
- **No genera relación laboral de las empresas proveedoras de productos con la Fuerza de Ventas:** este es el eje principal de esta actividad toda vez que convierte la labor de las vendedoras en un negocio perfecto para las empresas de venta por catalogo al limitarse solamente a dotar de catálogos a sus vendedoras, para que ellas les reporten pedidos a la empresa y con ello también millonarias ganancias; quedándole a las vendedoras un pequeño porcentaje de lo que venden, algo parecido a una comisión, al no generar relación laboral con las vendedoras, las empresas no están en la obligación de pagar salarios ni prestaciones, ni mucho menos, afiliar a las vendedoras al sistema de seguridad social en salud y pensiones.
- **Es una fuente de ingresos adicionales sin restricción de sexo, edad, nivel educacional o experiencia previa que ofrece una flexibilidad de horario:** los ingresos adicionales son comisiones por ventas realizadas,

especializados, venta por avisos en medios gráficos). En estos casos, no existe la presencia física simultánea del proveedor y el consumidor

²⁰ Las características expuestas aparecen enumeradas en la pagina web de ACOVEDI <www.acovedi.org.co/preguntasfrecuentes> , pero la explicación de cada una de ellas ha sido realizada por el autor del trabajo de investigación

que oscilan entre el 20% o el 30%, aunque en la realidad dichas comisiones pueden oscilar entre el 15% al 20%, esto debido a ciertos descuentos que las empresas realizan a sus vendedoras. Generalmente los ingresos percibidos por estas trabajadoras no tienen el carácter de *ingresos adicionales*, en razón a que este termino, en estricto sentido presupone que las vendedoras se dedican a esta labor en su tiempo libre, es decir como actividad paralela a su trabajo, sin embargo, el carácter de *ingresos adicionales* se desvirtúa en la realidad, por que las vendedoras asumen estos ingresos en la mayoría de los casos como *ingresos únicos*, es decir, como su única fuente de ingreso y subsistencia. Respecto a que no existe restricción de sexo, edad, nivel escolar, o experiencia, para dedicarse a la venta directa esto, resulta ser muy conveniente para las empresas toda vez que amplia el marco de acción para distribuir sus mercancías las personas que se vinculan a esta labor generalmente no lo hacen solas en muchos de los casos vinculan a sus hijos pequeños, sobrinos, nietos, para que muestren los catálogos en el colegio a sus profesores, a los padres de sus amigos, y así poder consolidar una venta segura, lo cual reporta mayores utilidades para las empresas.

1.3 LOS PROTAGONISTAS DEL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO

1.3.1 LAS EMPRESAS, ORIGEN DEL PROCESO

Según el código de ética de ACOVEDI, en su capítulo primero, define a las **EMPRESAS DE VENTA DIRECTA** como personas jurídicas comerciales, que utilizan el sistema de Venta Directa para la comercialización y distribución de productos relacionados con su marca comercial o marca de servicio u otro símbolo de identificación comercial.

Las empresas son las proveedoras de los productos ofrecidos por el canal de la venta directa, de igual manera diseñan y proveen los catálogos que van a ser utilizados por las vendedoras por catalogo, basan parte de su éxito en la implantación de un "*componente subjetivo*", o sistema de valores compartidos que deben ser adoptados por toda la organización, esto garantiza la fidelidad de los colaboradores, vendedores y clientes, por ello las empresas de venta directa se basan en normas no escritas como principios éticos, y códigos de conducta como las herramientas para lograr esta finalidad, de esta manera, todos los valores que promueve la empresa se verán reflejados en todos los procesos de comunicación de la organización: producto, embalaje, puntualidad del pedido, materiales utilizados, identidad corporativa, folletos catálogos de venta y como destinatario final de estos valores están los agentes de la venta directa (vendedoras, responsables de venta, asesores....) quienes serán un espejo que refleje dichos valores.

El sistema de valores que utilizan las empresas de ventas por catalogo, como sistema de control y cohesión de las vendedoras se puede observar en la misión

de las mismas, esta es la declaración de las intenciones de la organización, y ante la que todas las instancias de la misma deben llevar a cabo. Como ejemplos de misiones y planteamientos estratégicos de algunas empresas de venta directa se pueden considerar los siguientes²¹:

- **Lux Direct:** abriendo la puerta a un lugar más sano
- **Esika:** ¿quien quieres ser hoy?
- **Avon**²²: Queremos ser la compañía que mejor comprende y satisface las necesidades del producto, servicio y realización personal de la mujer, globalmente.
- **Mary Kay:** Enriquecemos la vida de las mujeres dándoles nuevas oportunidades para cumplir sus metas y hacer sus sueños realidad

Sin embargo, detrás de estos “valores” o la construcción de identidades, las empresas de venta directa esconden un aparato cohesionante, situación que nos lleva a plantear una pregunta: ¿cómo es que una empresa con una organización no burocrática puede establecer formas de control que son exitosas?, para responder esta cuestión primero hay que decir que en las empresas de venta directa no existe una ubicación central de la empresa, el trabajo se realiza fuera del contexto tradicional de las organizaciones. Esto obliga a las gerencias a buscar formas de control en el trabajo sin las ventajas que les podría brindar el control y la observación cotidianos, careciendo, también, de las formas tradicionales de identificación, como podrían ser las oficinas, los uniformes, o la simple asistencia a un lugar.

Los esquemas de estas organizaciones obligan a que se desarrollen sistemas de control que se relacionan más con la construcción de fuertes lazos de identidad con la empresa, mediante eventos en los que resalta la pertenencia; a lo que se suma una serie de materiales que sirven para reforzar el discurso de la propia empresa. En los eventos de motivación se canta el himno de la empresa, se dan testimonios, se escucha la experiencia de algún vendedor exitoso. Se generan rasgos de pertenencia, por ejemplo, En Avon los que están “dentro” utilizan a un maletín como distintivo. Existen, además, una serie de distintivos que podrían dar sentido a esta pertenencia. Se trata de prendedores, de bufandas y mochilas. Al movilizar los sentimientos estas empresas están en la posibilidad de provocar entre sus seguidores fuertes emociones, los cuales se hacen igualmente intensos cuando las personas se retiran de la empresa. Esto se explica por la forma en la

²¹ ONGALLO Carlos - El Libro de La Venta Directa, Pag 39, Editorial Díaz de Santos, 2007, Madrid España

²² AVON, es una compañía fundada en 1886 y es la mayor empresa en ventas directas de productos de belleza en el mundo —aunque también vende joyería y regalos—, ya que sus ingresos son de \$ 5.2 billones de dólares anuales. Ocupa el lugar 308 de la lista de *Fortune*, como una de las mayores empresas de E.E.U.U. Ha logrado ampliar su mercado a las mujeres de 135 países, mediante casi 2.8 millones de representantes independientes

que se involucran las y los vendedores ya que el vínculo llega a ser tan fuerte que se convierte en una forma de vida.

Existe un sistema de niveles, el cual funciona como un factor para reconocer el éxito de los trabajadores. En Avon se considera el nivel de ventas, para escalar de nivel, (consultora - guía - gerente de zona), mientras que en Yanbal el factor fundamental para el ascenso en los niveles es el ingreso de nuevos referidos²³.

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

Por lo general la capacitación en las empresas de venta directa, tiene las siguientes características. Existe un sistema de capacitación grupal en el que las mujeres asisten cada veinte días (conferencias)²⁴ y se enteran de las novedades de los productos, además de algunos talleres y seminarios. Entre esos últimos algunos son pagados por las empresas, otros por las líderes de zona y finalmente algunos por las propias distribuidoras.

Las formas de autoridad que se dan en este tipo de empresas resultan ser fuertes, aunque se manifiestan mediante rasgos distintos que en las empresas convencionales. Se puede observar que las formas de jerarquía tienen su grado de flexibilidad pero también dependen el factor de la personalidad de la gerente de zona es muy importante, quien tiene formas particulares de hacer llegar sus ordenes a las vendedoras.

En suma se puede afirmar que estas empresas son diferentes a otras (empresas tradicionales) por aspectos tales como²⁵:

- La mayor parte del tiempo los vendedores no están juntos, salvo en las reuniones
- La primera intención de las personas que ingresan a este sistema es una carrera de tiempo parcial, pero dado que es su única fuente de ingreso, después se convierte en una actividad de tiempo completo
- Para ingresar se requiere pagar, además de que se utiliza el pago por algún

²³ Los referidos son postulaciones de nuevas vendedoras por parte de vendedoras ya establecidas.

²⁴ Este concepto será ampliado mas adelante en esta investigación

²⁵ DIAZ CORTEZ, Octavio Maza. Op.cit. p. 175

tipo de servicio y capacitación; es decir, la capacitación no siempre corre por cuenta de la empresa

- No son legalmente empleados, en realidad actúan como franquicias independientes, quienes deben seguir algunas estipulaciones de la empresa madre.

¿COMO FUNCIONA UNA EMPRESA DE VENTA DIRECTA?²⁶

La organización de la fuerza de ventas es clave a la hora de diseñar el funcionamiento de una empresa de venta directa. El departamento de ventas depende del máximo responsable ejecutivo de la empresa, esto es un Director Nacional de Ventas quien tiene como funciones

- **Coordinar la red de responsables de equipos de zonas o divisiones geográficas.** Desde una ubicación física, oficina, o despacho, se coordina toda la red, con la actualización de los listados, llamadas a responsables de equipos, reuniones periódicas con vendedores entre otras.
- **Ejecutar los planes estratégicos de ventas de la empresa.** La empresa desarrolla en conjunto unas previsiones anuales de venta, que forman parte de sus objetivos anuales, planes estratégicos... de este modo, el responsable máximo de ventas debe orientar sus esfuerzos a que estos objetivos se consigan.
- **Fijar objetivos con los responsables de la zona.** En función de unas variables: sociales, demográficas, económicos, y de unos criterios: ventas del año anterior, circunstancias de la zona, por lo que cada responsable de ventas tendrá unos objetivos para su respectiva área geográfica.
- **Servir de intermediario entre la fuerza de ventas y la dirección de la empresa.** Para canalizar las demandas e inquietudes de los distribuidores y agentes independientes. En las reuniones del Comité De Dirección, el responsable de ventas informa de las necesidades de sus vendedores, orienta a otros departamentos sobre los productos mas demandados y sirve de cauce para la comunicación entre la red de ventas y la empresa
- **Orientar a los departamentos de marketing, producción, logística etcétera,** acerca de las necesidades, innovaciones y precios de los productos de la compañía. Los vendedores conocen bien que productos son los más demandados, que necesidades de diseño tienen, y que dificultades encuentran con algunos productos. El director de ventas orienta al resto de los departamentos a la hora de realizar cambios.
- **Participar en los procesos de planificación e innovación de la empresa,** representando en todo momento a la fuerza de ventas y su “*know how*” a la hora de poner el producto en el mercado.

²⁶ ONGALLO, Carlos. Op.cit. p. 99

- **Animar promover y alentar las incorporaciones** (nombramientos, auspicios o conceptos similares) de nuevos vendedores a la empresa, mediante programas de incentivos, premios y promoción dentro de la propia estructura de ventas.
- **Formar a la fuerza de ventas**, mediante todo tipo de cursos, técnicas, acciones formativas o reuniones que mejoren a la cualificación de los vendedores para ser más eficaces, obtener mejores resultados y conocer los valores y la misión de la compañía. Para muchas empresas, la formación es una de las funciones más importantes del departamento.
- **Organizar y gestionar convenciones, congresos, actos de presentación de zonas y fiestas de todos tipos.** Tan importantes para celebrar como se merecen los resultados de las ventas.

Para lograr dichos fines, el departamento de ventas de la empresa suele organizarse de diferentes modos, el más extendido es el de las áreas geográficas. Las áreas geográficas tienen la enorme ventaja de cada responsable de zona (director de área, gerente de zona, director de división, en función de la empresa) es el gestor de la fuerza de ventas en su región o provincia. Para explicar lo anterior tomaremos como ejemplo a AVON empresa que tiene su departamento de ventas organizado por zonas y territorios, de esta actividad se encarga un área del departamento de ventas denominada, Georeferenciación, esta, recopila, analiza, y publica la información demográfica básica estratificada de cada una de las zonas AVON del país y su respectiva área de cubrimiento.

Su objetivo es proporcionar el servicio de información estadística y geográfica de la población a nivel Municipal, que permita conocer los diversos aspectos que conforman el entorno social y económico de Colombia. Y asociar la información estadística con los lugares geográficos correspondientes, para asignar la zona adecuada a cada vendedor.

El área de Georeferenciación de AVON, en Colombia obtiene del DANE, y los departamentos de planeación de cada ciudad o municipio las cifras de población, así se obtienen los datos de cabeceras municipales, en áreas rurales, resguardos y comunidades negras. Además el área Georeferenciación es la encargada de sugerir zonas equilibradas de acuerdo al número de habitantes (en promedio cada 200.000), y con un recorrido Geográfico lógico, estableciendo límites claros y concisos que por lo general se trazan sobre avenidas principales y espacios naturales²⁷.

El departamento de Georeferenciación de AVON ha dividido a Colombia en regiones, divisiones, zonas, secciones y territorio así:

²⁷ Modulo de inducción - ventas AVON

Tabla 3: Georeferenciación de AVON

Regiones	dividida en dos regiones: Oriente y Occidente, cada una dirigida por un gerente regional
Divisiones:	dividida en 14 divisiones, cada una dirigida por un gerente regional
Zonas:	dividida en 215 zonas, formadas por cabeceras municipales, cada una la dirige un gerente zonal
Secciones:	Es la sumatoria de varios barrios dentro de una zona, se encuentra dirigida por una guía
Territorio:	Es el nombre numérico que se le asigna a cada barrio dentro de una sección

LA GERENTE DE ZONA:

La Gerencia de Zona, en Colombia, es generalmente de carácter femenino, debido principalmente a que cuando se comenzó a abrir mercado de este tipo de negocio, los entes empresariales tenían una estrategia corporativa enfocada hacia la mujer²⁸.

La gerente de zona es la líder de cada zona como ya se anotó, Colombia se encuentra dividida en 215 zonas, mantiene un vínculo laboral con la empresa de venta directa, de ella recibe un salario base, además de un salario variable el cual depende de la cobertura que tenga en una zona, la cobertura es el número de representantes activas, es decir que ponen pedido, por cada mil habitantes, según la población en una zona, se mide la cobertura así.

Cobertura:
$$\frac{\text{Numero de ordenes} \times 1000}{\text{Población}}$$

Por ejemplo en una zona X de Colombia el número de habitantes es de 20.000, y en esta zona el número de personas que pasan pedido, u orden de compra, es de 1000, la cobertura de la zona X será:

Cobertura Zona X:
$$\frac{200 \times 1000}{20000} = 10 \text{ por cada mil Habitantes}$$

En este orden de ideas, de acuerdo a la cobertura, la composición del salario variable de la gerente de zona, como su nombre lo indica puede variar aumentando o disminuyendo, permitiéndole con ello ascender o descender dentro

²⁸ Disponible en internet
<www.cursosgratisdemixmail.com/ventasporcatalogo/quieneslagerentedezona>

de unas categorías o niveles, establecidos por la empresa así²⁹:

1. **Nivel 1:** Gerente Junior: si la zona que lidera tiene una cobertura inferior a 3.000 habitantes.
2. **Nivel 2:** Gerente Sénior: si la zona que lidera tiene una cobertura mayor o igual a 3, pero inferior que 4 por cada mil habitantes.
3. **Nivel 3:** Gerente Máster: si la zona que lidera tiene una cobertura mayor o igual a 4, pero inferior que 5. Por cada mil habitantes
4. **Nivel 4:** Gerente Máster Plus: si la zona que lidera tiene una cobertura mayor o igual a 5, pero inferior que 6 por cada mil habitantes
5. **Nivel 5:** Gerente Avanzada: si la zona que lidera tiene una cobertura mayor o igual 6 por cada mil habitantes.

Para avanzar un nivel, si durante tres campañas consecutivas la zona esta por encima de la cobertura de nivel, la Gerente pasa al siguiente nivel, por el contrario si durante tres campañas consecutivas la zona esta por debajo de la cobertura del nivel, la gerente baja de nivel.

La Gerente de Zona tiene como funciones principales, la de administrar la zona que le corresponde, representando los ideales y valores de la empresa, en este caso particular los ideales de AVON, selecciona a las guías de zona, y asume el papel jefe inmediato de las mismas, además es la encargada de reclutar, ingresar, liderar, entrenar, y retener a las representantes. Además la Gerente de Zona cumple las funciones de todo proceso administrativo, del que podríamos citar varios ejemplos, pero los más representativos son³⁰:

Planeación: Es un proceso analítico y a priori que incluye una serie de etapas lógicas y consecutivas. Con base en los objetivos propuestos en el área comercial para su desempeño, la Gerente de Zona organiza su trabajo en pos de la consecución de las metas y objetivos correspondientes, según logros a corto, mediano y largo plazo.

Organización: Es la disposición de los recursos en forma eficiente para lograr los objetivos establecidos, este proceso se realiza mediante la interacción entre personas, en un sistema de autoridad y responsabilidad; de decidir, actuar y motivar a otros al liderazgo; en este campo los representantes de ventas actúan sintiéndose apoyados y motivados a conseguir dinero mediante las ventas de los productos de la compañía.

Dirección y Ejecución: Es el conjunto de acciones a desarrollar para obtener el logro de los objetivos. Es el trabajo diario que se cumple de acuerdo con los planes ya organizados. Un ejemplo podría ser: cuando la Gerente visita a varios

²⁹ Modulo de inducción - ventas AVON. Op. Cit. P. 48

³⁰ ONGALLO, Carlos. Op.cit. p. 108

asesores les motiva a que vendan más productos de los que han vendido en campañas anteriores y luego realiza un informe diario de lo realizado a sus jefes. Control: es la evaluación que se realiza frente a los resultados parciales para tomar medidas de choque para alcanzar los objetivos trazados con anterioridad.

La Gerente de Zona no toma las decisiones totalmente autónoma, pues esta evaluación parcial es revisada por la Gerente Regional en informes diarios y semanales que le presenta.

Evaluación final: Se realiza al cabo de cada campaña de ventas que generalmente después de 18 o 21 días, se analizan los objetivos que fueron alcanzados y que correctivos se implantaron en el transcurso de la campaña y qué se logro con esta implementación. Este tipo de evaluación es también realizada a mitad y final de año.

Cada compañía realiza un perfil de la persona que desea contratar como sus representantes frente a la comunidad, pero existen unas características especiales como la edad pues se dice que una persona es capaz de asumir cualquier tipo de trabajo a partir de los 18 años, pero se considera que para este tipo de actividad es mejor tener en cuenta a personas mayores de 30 años por su nivel de madurez y responsabilidad, y pues por la imagen de seriedad que presta frente al grupo de ventas.

LA GUÍA

Es una persona seleccionada por la gerente de zona, entre el grupo de representantes; buscando que se integre voluntariamente al grupo de guías, esto significa que no es empleada de la empresa, pero recibe una serie de estímulos de ella dependiendo de las asesoras nombradas y el numero de pedidos que estas pasen, cada zona posee 20 secciones como máximo, que por lo general son municipios, o barrios, en el caso de las grandes ciudades, por ejemplo en Nariño la zona de Túquerres tiene 10, secciones, comprendidas en los municipios de Sapuyes, Guitarrilla, Ospina, Samaniego, Imués, Funes, Ricaurte, Piedrancha, Funes en cada una de ellas, la gerente nombra a una guía, ella tiene las mismas obligaciones que la gerente de zona, asume un papel de asesoría y ayuda hacia las representantes que están y estarán ubicadas en su sección, de igual manera realiza las visitas a las potenciales vendedoras a fin de reclutarlas. Además la guía debe asistir a todas las conferencias dictadas por la gerente de zona, en la cabecera de sección y debe responsabilizarse del correteo de su sección, es decir de la labor de recoger las órdenes de compra³¹

Para elegir a una guía, se requiere que ella, viva en la zona y sección que va a manejar, debe llevar un mínimo de seis campañas como representante de la

³¹ Modulo de inducción - ventas AVON. Op. Cit. P. 49

empresa, y en todas ellas debe poner pedido, y continuar haciéndolo mientras se desempeñe como guía, manteniendo un buen promedio de ventas y pagando siempre su pedido en la fecha asignada. La guía no puede ofrecer productos de otras marcas de venta directa, debe tener disponibilidad de tiempo para trabajar la sección, sola o con la gerente zonal, por ultimo la guía no puede tener parentesco con la gerente de zona, tampoco puede recibir dinero en efectivo de las representantes, ni poner pedidos a nombre de una representante con o sin su consentimiento.

Tabla 4: Empresas de Venta Directa en Colombia, afiliadas a La Asociación Colombiana De Venta Directa

	<p>Amelissa ofrece productos enfocados a mejorar el estilo de vida de la mujer Colombiana, tales como: Artículos de belleza, ropa exterior, ropa interior, embellecimiento del hogar y todo aquello que rodea a la mujer y su familia.</p>
	<p>Amway Corporation es una compañía que se fundó hace 45 años, en Michigan USA.</p> <p>Amway Colombia se fundó en Agosto de 1996 y se ha consolidado en el mercado brindando un amplio portafolio de más de 400 productos y la oportunidad a miles de colombianos de tener su propia empresa, manteniendo un alto liderazgo.</p> <p>Amway, fabrica y comercializa mediante venta directa, productos para el cuidado personal, cosmética, artículos de limpieza, y cuidado del hogar y el automóvil, bisutería, vitaminas, y suplementos alimenticios.</p> <p>Amway Corporation es una compañía próspera que vende cinco billones de dólares al año y tiene más de dos millones de empresarios independientes alrededor de sus 80 afiliadas en todo el mundo.</p>

	<p>Avon es la compañía femenina por excelencia, pionera de la venta directa a nivel mundial, esta presente en 135 países, con más de dos millones de distribuidoras en todo el mundo.</p> <p>En Colombia, ofrece una línea de más de mil productos para la mujer y para la familia, con algunos de los más vendidos del mercado: lápices de labios, cremas con tecnología anti edad; fragancias femeninas y masculinas, junto con cientos de productos para el hogar, electrodomésticos y de cuidado de la casa.</p>
	<p>Ofrece a través del sistema de venta directa ropa exterior, interior, para toda la familia, productos para el hogar, productos nutricionales naturales, con un margen de ganancias hasta de un 28%.</p>
	<p>Es la comercializadora de calzado más grande a nivel Latinoamérica, con unidades de representación comercial en Estados Unidos, Brasil y Europa.</p>
	<p>Es una empresa de venta directa por catálogo fundada hace 10 años en la ciudad de Medellín, dedicada a la producción y comercialización de ropa exterior e interior femenina. Además, desarrollamos una línea Teens para adolescentes.</p> <p>Actualmente, tiene presencia en 34 ciudades del país, contando con más de 10 mil Asesoras.</p>

	<p>Comercializa, ropa exterior e interior femenina</p>
	<p>Nació como industrias Inca en 1956, como fabricante de fantasía fina, y precolombinos, actualmente Dupree comercializa productos de belleza, cuidado personal, ropa, nutricionales, hogar.</p>
	<p>BELCORP es una Corporación internacional y multicanales con más de 30 años de experiencia en la producción y comercialización de productos de belleza. Está presente en 12 países: Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, y Venezuela, con planes de expansión para toda América Latina, Asia y Estados Unidos. Cuenta con una fuerza de Ventas total de más de 300.000 representantes en estos países</p>
	<p>Con 45 años en el mercado, Formfit de Colombia ofrece a través de sus marcas Formfit Rogers y Mara di Carli, ropa interior de gran calidad, diseño e innovación para la mujer. Esta compañía de naturaleza privada, fue establecida en el año de 1.962 con el fin de acometer, el diseño, producción y comercialización ropa interior y de dormir femenina. Actualmente, la compañía tiene presencia en el mercado nacional e internacional, distribuyendo sus productos en países como Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, República Dominicana, Venezuela, Estados Unidos, España y</p>

	<p>Alemania. Con ventas cercanas a los 14 mil millones de pesos en el año 2007, y manteniendo un comportamiento creciente en ventas durante los últimos cinco años, Formfit de Colombia ha logrado un espacio significativo en el sector de la ropa interior femenina.</p>
	<p>Herbalife, lleva 25 años en la industria del bienestar, comercializa y vende sus productos exclusivamente a través de una red de distribuidores independientes en 59 países de todo el mundo.</p> <p>El programa de nutrición de Herbalife esta formulado científicamente, y esta compuesto fundamentalmente por ingredientes de origen natural y herbales.</p>
	<p>FULLCENTER es el canal de venta directa de Industrias Fuller Pinto S.A. empresa colombiana líder en la producción y comercialización nacional e internacional de artículos para el aseo, calzado plástico y productos especiales de uso en el hogar, industria e instituciones; reconocida por su labor desarrollada durante mas de 50 años de existencia, en los cuales ha contribuido al fortalecimiento y consolidación del sector empresarial colombiano; quien hoy llega al público con una nueva propuesta en venta por catálogo.</p>
	<p>La Santé Vital pertenece al grupo empresarial CARVAL, un importante conglomerado industrial de capital colombiano -con más de 30 años de experiencia- orientado a la manufactura, importación, exportación y comercialización de medicamentos para uso humano y veterinario. En el año 2003, motivado por una</p>

	<p>creciente demanda del consumidor Colombiano por otras alternativas de medicamentos tan efectivos como los farmacéuticos tradicionales (alopáticos), el grupo decide incursionar en lo que hoy se conoce como “medicina alternativa”. Y decide hacerlo con un modelo comercial único y novedoso: la Venta Directa. Así se constituye entonces La Santé Vital, una empresa comprometida con la salud integral de los colombianos, llevando directamente a sus hogares productos para la salud de excelente calidad: medicamentos 100% Naturales, con fórmulas estandarizadas; Vitaminas y Minerales; Esencias Florales; productos de Aromaterapia</p>
	<p>Empresa Colombiana Distribuye a través del sistema de venta directa, ropa interior, exterior, accesorios, fragancias y cosméticos y artículos para el hogar.</p>
	<p>Marketing Personal S.A es una compañía antioqueña de venta directa que desde hace 7 años, comercializa los productos exhibidos en nuestro catálogo: ropa interior femenina y masculina, ropa exterior formal e informal, ropa juvenil e infantil, maquillaje, accesorios, fragancias y tratamientos para el cuidado de la piel. Diversas posibilidades de compra comprimidas en un catálogo que se renueva cada 21 días.</p>

	<p>Múscari International S.A, es una empresa en ventas de perfumes en Colombia y Venezuela, la visión de Múscari es convertirse en la empresa mayor generadora de empresarios independientes en América Latina. Ubicados en la Zona Franca de Rionegro Antioquia, esta multinacional Colombiana cuenta con el laboratorio mas moderno y tecnificado de América latina, para la fabricación de perfumes de alta calidad.</p>
	<p>Natura es la mayor empresa de cosméticos de origen latinoamericano, y líder del mercado brasilero. Cada año cerca de 617 mil Consultoras y Consultores Natura venden más de 176 millones de productos no sólo en Brasil, sino también en Argentina, Bolivia, Perú, Chile, México, Francia, Venezuela, y Colombia.</p> <p>Ofrece a través de la venta directa productos que incluyen soluciones para diversas necesidades de, hombres y mujeres de todas las edades, tales como productos de tratamiento de la piel del rostro y cuerpo, cuidado y tratamiento de los cabellos, maquillaje, perfumería, productos para el baño, protección solar, higiene oral y líneas infantiles.</p>
	<p>Nature's Sunshine Products es una empresa multinacional líder en investigación, desarrollo y comercialización de productos naturales. Con más de 35 años en el mercado Nature's Sunshine se precia de contar con más de 1 millón de distribuidores en todo el mundo y más</p>

	<p>de 18.000 en Colombia, donde opera desde 1992.</p> <p>Tiene presencia en 30 países donde miles de distribuidores dan testimonio de la calidad de los productos y de los grandiosos efectos en su salud.</p>
	<p>Nikken con su presencia en 34 países y el beneficio de sus productos inspirados en la naturaleza busca que las personas alcancen una mejor calidad de vida y bienestar basado en los cinco pilares de la salud: Cuerpo, Mente, Familia, Sociedad y Finanzas saludables, ofrece un amplio catalogo de productos naturales, de igual manera ofrece productos de alta tecnología para el hogar destinados a la relajación y descanso que cuidan el ambiente.</p>
	<p>Novaventa S.A. es la compañía de canales alternativos de Grupo Nacional de Chocolates cuenta con más de 40 mil empresarias, a las cuales se les brinda la oportunidad de establecer su propio negocio y así adquirir ingresos adicionales para ellas y sus familias. Comercializa productos de la Compañía Nacional de Chocolates, Compañía de Galletas Noel, Colcafé, Doria y Zenú con artículos adicionales para regalar y para celebrar cada momento; expresados en un catálogo que se reinventa cada 21 días para así estar presentes en todas las ocasiones y atender a todos los públicos.</p>

	<p>Omnilife es una Empresa multinacional que a través del sistema de venta directa ofrece productos naturales, termogenicos, hidratantes, y de belleza.</p>
	<p>Oriflame fue fundado en Suecia en 1967 por Jonás y Robert af Jochnick y su amigo Bengt Hellsten.</p> <p>Oriflame, Esta presente en 61 países, Ofrece una amplia gama de productos de belleza su fuerza de ventas se compone de 2.8 millones de Socios que comercializan sus productos alrededor del mundo.</p>
	<p>Empresa colombiana, que comercializa a través del sistema de venta directa, ropa interior y exterior, de igual forma tiene una línea de belleza, y de productos naturales para el cuidado del cuerpo.</p>
	<p>SwissJust es una empresa de origen suizo con más de 70 años de experiencia en el desarrollo de productos Just, a base de ingredientes activos naturales, entre ellos se destacan los productos de Aromaterapia, productos para el bienestar emocional, (revitalizadores, anti- estrés), y para el bienestar físico, así como su línea de cosmética.</p>



VISEE INTERNATIONAL COSMETICS S.A. nace como compañía filial de Laboratorios Vogue en 1994 cuando se decide incursionar en el mercado de venta directa considerando el potencial en crecimiento y rentabilidad que ofrecía las demás empresas de venta directa del país como Ebel y Avon. Nacen entonces las líneas de maquillaje, tratamientos, fragancias, higiene, complementarias como accesorios y ropa interior. Nuestro primer catalogo salió al mercado en el año 1994 en Campaña 18, que abarco el mes de diciembre donde comenzamos con 321 asesoras y 310 pedidos facturados.



Yanbal Internacional desde hace 39 años, cumple con la misión de "Mejorar el nivel de vida de la mujer latinoamericana, ofreciendo productos de alta calidad, servicio personalizado y una excelente oportunidad de ganancias. Su visión es "Ser la Compañía más prestigiosa de América latina basada en el principio de prosperidad para todos. Cuenta con el respaldo y la experiencia de la Corporación Internacional Unique-Yanbal, que cuenta con 6 plantas de producción equipadas con tecnología de punta, laboratorios de investigación y desarrollo de Cosméticos, fragancias en Estados Unidos y un equipo de diseñadores de joyas en Nueva York. Todos regidos con los más altos estándares de calidad. Más de 250.000 mujeres en Colombia, Perú, Bolivia, Guatemala, México, Venezuela y España han hecho suya la Oportunidad de negocio Yanbal y hoy son testimonio de éxito

1.3.2 EL VENDEDOR (TRABAJADOR), BASE DEL SISTEMA

En el sistema de venta directa, o ventas por catalogo, el vendedor recibe diferentes denominaciones en función de la empresa o del país en que se encuentren, como *dealer*, consultora de belleza, asesora, consejera, socio independiente, sin embargo, a pesar que son la base de la acumulación de utilidades de las empresas de venta directa, muy convenientemente jamás son denominadas como trabajadores o empleados, esto en razón a que son vinculadas a la fuerza de estas empresas a través de un *Contrato De Suministro*, esta es la forma de relacionarse con sus vendedores y vendedoras como si estos no fueran trabajadores, así, el sistema de ventas por catalogo se mantiene cubierto por un discurso que lo hace parecer como que no es un trabajo. Al considerar los vendedores como distribuidores independientes, las empresas se liberan de dotarlos de de garantías laborales vinculadas con el salario mínimo, la extensión de la jornada de trabajo y la seguridad social, presentando jornadas que no se pueden contabilizar con una idea de tiempo lineal. Es decir, se trata de un trabajo que difícilmente se sabe donde empieza o donde termina; pues se realiza al mismo tiempo que otras actividades, y por lo tanto, parece requerir no mucho tiempo o alguna capacitación.

a) Reclutamiento De Vendedores – Trabajadores

Las trabajadoras de venta directa, son vinculadas por la Gerente de zona, o las guías mediante un proceso que se llama reclutamiento, esta acción aumenta la fuerza de ventas³². Junto con la venta de productos, el segundo punto clave de la venta directa es la obtención de nuevos vendedores. Para llevar a cabo el reclutamiento, el responsable del equipo de ventas acude a las *fuentes de reclutamiento*. Algunas de las fuentes de venta directa son³³:

- **Los propios vendedores:** por ejemplo, mediante el programa de nombres, una vendedora consolidada en la venta directa, puede tener una amiga, o incluso un familiar, que reúne las condiciones para vender el producto, tiene capacidades personales y disponibilidad de tiempo, y no supone una competencia para la propia vendedora
- **Ex - Vendedores:** los antiguos vendedores pueden volver a distribuir productos con cierta facilidad, unos lo dejaron por que cambiaron sus circunstancias familiares (maternidad, familia que atender, cambio de domicilio.....), y es posible que deseen volver a reengancharse a la venta directa.
- **Clientes:** a juicio del responsable de ventas, puede haber clientes del

³² Reclutar: (del Francés *recruter*, del latin *recrescere*, aumentar). 1. tr. Alistar reclutas. 2. Tr. reunir gente para un propósito determinado. Real Academia Española diccionario, Colombia- Espasa – Calpe. Vigésima segunda edición

³³ ONGALLO, Carlos. Op cit. P 44

producto muy interesados, con aptitudes personales para la venta, y que ofrezcan el perfil adecuado para vender un producto. los clientes que pasan a ser vendedoras tienen la ventaja de que conocen muy bien el producto, con sus ventajas e inconvenientes, con lo que pueden preparar mejor el argumento de venta.

- **Reuniones de clientes:** son organizados por la empresa en hoteles, salones, la propia sede de la empresa, aquí pueden aparecer clientes que por su interés en determinados productos merezcan ser formados e invitados a vender productos.
- **Entidades Públicas:** hay lugares de trabajo a los cuales un responsable de ventas puede acudir con mayor probabilidad de éxito que si de una empresa convencional se tratará. De hecho muchas vendedoras que suelen ser enfermeras, auxiliares, personal sanitario, y en general personas que vinculadas a trabajos de tiempo parcial o que permiten unos ingresos extras a media jornada.
- **Folleto de reclutamiento en supermercados y centros comerciales:** es frecuente la elaboración de material gráfico en general para repartir o depositar en lugares a los que acuden personas que puedan tener perfil de vendedores.

b) Nombramiento De Vendedores

El nombramiento consiste en la firma de un contrato por lo general de suministro, el cual como se demostrará en esta investigación, es el elemento que permite la precarización del trabajo. Por lo general el responsable directo de llevar a cabo dicho nombramiento puede ser la empresa como tal, en sus cedes sociales, o la persona, representante de la empresa (delegado, gerente de zona, área, director, jefe de ventas, jefe de equipo...).

Una vez realizado el nombramiento, suele entregarse al nuevo afiliado, un material de ayuda, como catálogos, talonarios de pedidos, material promocional, muestras de productos, y un maletín con el logo de la empresa que representa. En algunos casos, este surtido se entrega gratuitamente en otros se cobra al distribuidor a un precio simbólico o menor.

1.3.3 EL CATALOGO DE VENTAS, UNA HERRAMIENTA BASICA

La mayoría de las empresas de venta directa utiliza una herramienta para el distribuidor, el catalogo de ventas, que por lo general es vendido a las consultoras. Este es *“una publicación impresa a todo color de un número determinado de páginas, con las fotografías y especificaciones técnicas de los productos que están a la venta”*³⁴

³⁴Ibíd., P 73

El catalogo de ventas es uno de los referentes principales de cada empresa de venta directa, todos ellos poseen una serie de características generales, entre ellas tenemos.³⁵

- a) **Periodicidad:** la frecuencia de variación del catalogo esta en función de la campaña de la empresa. Existen, por tanto nuevos catálogos cada quince o veinte días, o incluso anuales.
- b) **Adecuación a la campaña o temporada:** el catalogo puede variar dependiendo de la época en que se comercialice los productos ofrecidos, por ejemplo en las épocas del día de la madre, tendrán prioridad, los productos para las mujeres que son Madres, o en navidad se presentaran productos que hagan alusión a esta época del año.
- c) **Identidad Corporativa:** la identidad la conforman las tipografías, combinaciones de colores, logotipos, espacios entre caracteres, para ello muchas empresas tienen sus propios manuales a los que hay que ajustarse.

El Proceso del Pedido.

El pedido es el momento de la verdad, en los que el cliente da el si definitivo al producto, y se activa el engranaje hasta que dicho cliente tenga el producto en sus manos. En función de la empresa de venta directa, el proceso de generación de pedidos es diferente, se puede seguir un proceso básico que se resume a continuación

Cada empresa tiene un ciclo de ventas, que por lo general se divide en campañas, en el caso de AVON, cada año se divide en 19 campañas, y cada campaña tiene una duración de 18 días. En cada campaña, la representante recibe un catalogo de venta para que pueda ofrecer sus productos a los clientes, mientras la vendedora ofrece los productos, debe ir cobrando los que vendió en la campaña anterior.

El vendedor anota de cada uno de sus clientes la cantidad, unidades, talla, referencia, modelo, complementos que éste desea adquirir del proceso en mención, en ocasiones se ayuda de una sencilla hoja de pedidos en la que anota la referencia de cada producto, junto con las unidades seleccionadas.

Una vez el cliente realiza un pedido, en una conferencia, o reunión que organiza la compañía, la cual es realizada por la gerente zonal con las representantes y guías de la zona, la vendedora entrega su orden de compra, que previamente organizo con todos los pedidos que le solicitaron sus clientes, la vendedora además entrega un recibo de consignación, que certifica el pago de los productos

³⁵ *Ibíd.*, P 81

pedidos en la campaña anterior, ya que si la vendedora no se encuentra al día con este pago, no se le tramitará su pedido actual. La conferencia es la oportunidad que tiene la gerente de zona para reforzar el "*componente subjetivo*", o sistema de valores compartidos, con mensajes destinados a la motivación de las representantes para que incrementen sus ventas, pongan pedido en todas sus campañas, consigan nuevos clientes, recomienden a más personas para que se dediquen a la venta directa, con ello logran fidelizar a la vendedora hacia la marca y los productos que ofrece.

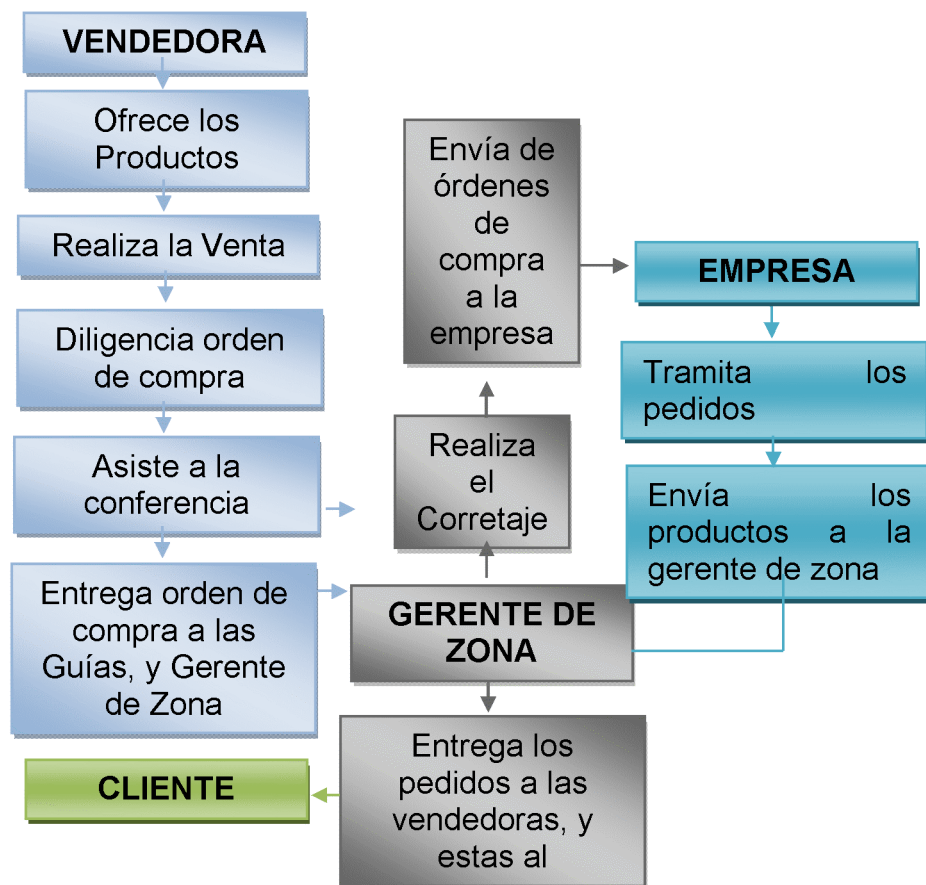
Una conferencia inicia con una bienvenida o saludo, en el que se enfatiza la obligación de la asistencia a ella, pues como motivación, entre las personas que asisten se sortean premios pertenecientes a la marca, después las vendedoras se colocan de pie, se cantan el himno de la empresa, posteriormente el gerente de zona indica cual será el tema de la reunión, el cual varía según la campaña o la época del año, por ejemplo, en diciembre, el tema puede ser "*con AVON, la Navidad se comparte*", después, el gerente de zona indica cual es la forma de aumentar las ventas, y hace énfasis en que las vendedoras, adquieran las demostraciones de los productos que se van a lanzar en campañas posteriores, posteriormente, la gerente de zona premia a las mejores vendedoras, e invita a que formen parte de un programa de especial de incentivos para las mejores, antes de terminar la conferencia la gerente de zona, lanza una frase de motivación, para que las asistentes refuercen su vínculo sentimental con la empresa, por ejemplo, *ustedes son mujeres de éxito, ¡unas ganadoras!*, por último, se vuelve a colocar el himno de la empresa para generar un sentido de afiliación con la empresa. Lo anteriormente descrito, refuerza la tesis expuesta en esta investigación, acerca del *componente subjetivo* utilizado por las empresas de venta directa para mantener su fuerza de ventas.

Retomando el proceso de pedido, en la conferencia, existen una, o unas personas que recogen las ordenes de compra de las vendedoras, en el caso de AVON, esta labor la realizan las guías, de igual forma ellas, también recogen los recibos de consignación que constatan que la vendedora realizó el pago de los productos solicitados en la campaña anterior, este proceso se denomina "*corretaje*". Finalizado el corretaje las órdenes se envían a la empresa proveedora, quien empieza a tramitarlo, se pone en marcha la maquinaria, la logística, y los envíos. Las empresas de venta directa, mediante procesos informatizados de selección de productos, estandarización de cajas, procesos de embalaje, control de calidad y despacho, y transporte, el comprador puede tener el producto que solicitó, en un plazo de 72 horas a 8 días máximo.

Una vez la empresa de venta directa, tiene listo el pedido, lo envía a las gerentes de zona, para que ellas a su vez lo entreguen a las vendedoras, en este punto se perfecciona el contrato de suministro, por último las vendedoras ellas lo llevan a su destinatario final el comprador, aquí es importante anotar que las empresas de venta directa funcionan en dos modalidades, en la primera las empresas dan

crédito a sus vendedoras por periodos pequeños de 15 o 18 días, así, las vendedoras tienen este tiempo para recoger el dinero de los clientes a los que les vendió a crédito, y la posibilidad de vender nuevos productos; en la segunda modalidad, denominada venta prepago, para que la vendedora reciba los productos que solicita tiene que consignar un porcentaje o la totalidad del valor del pedido que realiza, de lo contrario su pedido no será despachado.

Figura 4: Proceso De Realización Del Pedido



CAPITULO II

2. EL TRABAJO: UNA MIRADA DESDE LOS PROCESOS DE PRECARIZACION

2.1 EL NUEVO PAPEL DEL ESTADO LATINOAMERICANO COMO LEGITIMADOR DEL PROCESO DE PRECARIZACIÓN DEL TRABAJO.

Para comprender la situación actual del mercado de trabajo, particularmente en lo que respecta a la precarización laboral como concepto general, y su concreción en el sistema de ventas por catálogo, es necesario hacer una referencia al cambio en el papel del Estado y su incidencia en la legislación laboral producido durante la década de los noventa, el cual inicia en América Latina con la adopción del un plan de ajuste y apertura de la economía de 1989 conocido como el *Consenso de Washington*, así como en los ajustes de distinto tipo que, con diferente intensidad, se aplicaron hasta avanzados los noventa. Tales procesos evidenciaron el abandono definitivo del modelo económico ligado a la sustitución de importaciones y al rol interventor y benefactor del Estado³⁶

A partir de la segunda mitad de los años 80 y durante los 90 con la prolongación de los problemas de financiamiento externo, el ascenso del neo-liberalismo y la creciente presión de los actores multilaterales, el énfasis pasó a la noción de *ajuste estructural*, entendido este último como un proceso de políticas y reformas que apuntaba, a crear ciertas condiciones básicas en América Latina para poner en marcha otra modalidad de desarrollo, *coherente* con el emergente marco de la internacionalización económica³⁷,

Así pues, los países latinoamericanos fueron inducidos a aplicar *reformas estructurales* que contribuirían a insertarlos en el proceso de la globalización y que, en teoría, los inducirían a concentrarse en ramas competitivas en el plano internacional. Lo anterior se argumentaba por sus promotores en que, en ese tiempo, los mercados de la región no estaban funcionando bien como resultado de políticas públicas disfuncionales lo cual, a su vez, llevaba necesariamente a redefinir el papel del Estado y del mercado³⁸. En consecuencia, la década del

³⁶ FERREIRA, María Teresa La Precarización del trabajo en la ciudad como una de las nuevas formas de empobrecimiento en Colombia, Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, 2005. 138p

³⁷ El contenido de estas reformas figuraba muchas veces como condición para el apoyo financiero que requirieron los países de la región. OCAMPO, José A., TOVAR, Camilo y LASSO, Francisco. Cambio Estructural, Mercado Laboral Y Distribucion Del Ingreso: Colombia en la década de los noventa. Trabajo elaborado para el proyecto PNUD-CEPAL-BID sobre "Liberalización de la balanza de pagos: efectos sobre el empleo, la distribución, la pobreza y el crecimiento". Mundi-Prensa. Madrid, 1998

³⁸ FERREIRA, María Teresa. Op cit p 48

noventa fue un período de grandes cambios en las políticas económicas, las cuales se orientaron particularmente a facilitar el funcionamiento de los mercados en nombre de la libertad, la eficiencia y el crecimiento económico. Con tal propósito y con cierto grado de variabilidad entre países en cuanto a profundidad,³⁹ se adoptaron las siguientes reformas: i) *liberalización y desregulación de los sistemas financieros*, ii) *mayor apertura comercial*, iii) *privatización de empresas y activos públicos*, iv) *reformas tributarias*, v) *políticas anti-inflacionarias*, vi) *reducción y reorientación de la intervención del Estado en la economía* y vii) *flexibilización y desregulación laboral*. Se fue dando un progresivo retiro estatal de la estrategia de desarrollo e integración social correspondiente al modelo anterior, un desplazamiento de su rol en la conducción de la economía, así como una progresiva desregulación, especialmente, del mercado de trabajo. Este cambio incluyó nuevas formas de intervención estatal para asegurar, el funcionamiento del nuevo modelo económico, es decir, una rearticulación de las relaciones Estado-economía⁴⁰: menor intervención estatal y mayor papel del mercado.

En síntesis, tres procesos principales, caracterizaron el escenario emergente: *globalización, privatización y desregulación*⁴¹. *La globalización*, en sentido estricto, se refiere a los importantes cambios ocurridos en la economía internacional en materia de comercio, finanzas e información, como parte integral de un conjunto de políticas que combinan medidas de ajuste interno con cambios en la forma de inserción de los países en la economía internacional. *La privatización* como segunda característica disminuye el tamaño y las funciones del gobierno y aumenta la importancia del sector privado y los mercados en la inversión, administración y asignación de los recursos; todo como resultado de la necesidad de reducir el déficit fiscal. Finalmente, *la desregulación* como tercer proceso significa la reducción de la protección y la intervención del gobierno en el comercio, las finanzas y los mercados de trabajo, proceso promovido, en parte, por grandes reformas jurídicas, pero también por un importante aumento espontáneo de la flexibilidad, efecto de la operación irrestricta de los mercados.

³⁹ Véase al respecto, WELLER, Jürgen. Tendencias Del Empleo En Los Años Noventa En América Latina Y El Caribe En: Revista de la CEPAL No. 72. Santiago de Chile, 2000. Pág. 23 y ss.

⁴⁰ El Estado privilegió una acción social particularista, implementando políticas sociales compensatorias de corto plazo focalizadas en los grupos más perjudicados por el ajuste. Esta acción se asocia a la caída del gasto social y a los cambios institucionales donde el desmonte de lo público a favor de lo privado es la norma. CARIOLA, Cecilia y LACABANA, Miguel. Impacto Socio-Ambiental Delajuste Estructural: Trabajo, Pobreza Y Medio Ambiente Urbano En: Temas para la Discusión No.5. Cendes. Caracas, 1999. citados por FERREIRA, María Teresa La Precarización del trabajo en la ciudad como una de las nuevas formas de empobrecimiento en Colombia, Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, 2005. 138p

⁴¹ TOKMAN, Víctor. La estratificación social bajo tensión en la era de la globalización. En: Revista de la CEPAL No. 72. Santiago de Chile, 2000

En Latinoamérica, el nuevo papel del estado suscitó un cuestionamiento de las regulaciones laborales surgidas durante el modelo anterior, a pesar de que dichos sistemas de regulación, en muchos casos relativamente complejos, eran menos rígidos de lo que frecuentemente se suponía. En varios países, se dio una flexibilización de hecho, debido al menor impacto de las políticas públicas en el mercado de trabajo y al debilitamiento del poder sindical en el sector privado. Adicionalmente, sobre todo en los años noventa, varios de los países introdujeron reformas laborales de importancia: Argentina (1991), Colombia (1991), Guatemala (1990), Panamá (1995), Perú (1991) y Venezuela (1998)⁴². De este modo, la institucionalidad laboral⁴³ cambia, en parte por procesos de flexibilización de hecho y en parte por reformas cuya meta principal es flexibilizar el mercado de trabajo por medio de la eliminación o transformación de normas específicas de la legislación laboral⁴⁴.

Dichas reformas introducidas durante los últimos años en América Latina hacen énfasis, en cuatro direcciones⁴⁵. Primero, ampliar la gama de contratos disponibles, añadiendo al contrato *típico* de duración indefinida una serie de contratos de duración determinada, ampliando el uso del período de prueba y facilitando modalidades de subcontratación. La segunda tendencia consiste en el abaratamiento del despido, destacándose en éste la ampliación de la definición de

⁴² Al respecto, el estudio referenciado que considera la flexibilidad de la legislación en cuatro aspectos: i) facilidad de contratación, ii) facilidad de despido, medida según el costo esperado de despido, iii) flexibilidad de la jornada laboral, medida según los sobrecostos por jornadas extras, y iv) contribuciones a la seguridad social (como proporción de los salarios), señala que los mercados laborales más flexibles se encuentran en Jamaica, Trinidad y Tobago, Nicaragua, Colombia y Brasil. RODRIK, Dani. *¿por qué hay tanta inseguridad económica en América Latina?* En: Revista de la CEPAL No. 72. Santiago de Chile, 2000. Pág. 10 y ss.

⁴³ La institucionalidad laboral abarca, entre otras, la regulación de las condiciones laborales, los mecanismos de su establecimiento y control, las organizaciones de los agentes en el mercado de trabajo, las instituciones que afectan la disponibilidad y las características de la fuerza de trabajo, los sistemas de información y la organización del trabajo en el interior de las empresas. RODGERS, Gerry. *Instituciones Del Trabajo Y Desarrollo Económico* En: IIEL. 1993. citado por FERREIRA, María Teresa *La Precarización del trabajo en la ciudad como una de las nuevas formas de empobrecimiento en Colombia*, Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, 2005. 138p
No obstante, las instituciones laborales, entendidas en un sentido amplio como reglas, son mucho más que las normas legales, lo que el análisis del funcionamiento del mercado de trabajo y del impacto de ciertas reformas en él debe tener en cuenta.

⁴⁴ Este último proceso se enmarcó en lo que el Banco Mundial llamó las reformas de segunda generación, las cuales se promulgaron con el fin de aumentar la eficiencia del mercado de trabajo (incluyendo el aumento del empleo) y, además, el mejor funcionamiento de las economías de la región. El argumento básico detrás de tales políticas era que las regulaciones vigentes encarecían la mano de obra por encima del equilibrio, a la vez que hacían ineficiente la capacidad de ajuste del mercado de trabajo por debajo de su potencial

⁴⁵ WELLER, Jurgen. *Los Retos De La Institucionalidad Laboral En El Marco De La Transformación De La Modalidad De Desarrollo En América Latina*. Serie de Reformas Económicas. CEPAL, 1998. Pág. 34 y ss., disponible en internet <www.googlebooks.com.co/losretosdelainstitucionalidadlaboral>

causa justa y la introducción de sistemas de protección al desempleo por medio de cuentas individuales. En tercer lugar, una reducción del impacto del salario mínimo por medio de una política salarial conservadora y finalmente, la tendencia a la baja de la participación del empleo público, con lo que se reduce su impacto sobre las negociaciones laborales en general. De esta manera, las reformas se dirigieron, principalmente, a aumentar la flexibilidad numérica interna y externa, así como la flexibilidad de los costos laborales.

De hecho, las reformas mencionadas anteriormente en materia de contratación implican al menos dos orientaciones básicas. Por un lado, se amplían significativamente las situaciones que justifican recurrir a la contratación temporal, mientras que por otro, se otorga explícitamente una mayor facilidad *legal* para recurrir a la subcontratación de trabajadores, ya sea a través de empresas privadas de colocaciones o incluso, en algunos casos, de cooperativas. De acuerdo con estudios concordantes, los resultados que se pretenden alcanzar con dichas reformas son esencialmente cuatro: *i) posibilitar que el empleador ajuste el trabajo con mayor flexibilidad y menor costo a los requerimientos variables de la demanda; ii) reducir el costo de contratación; y iii) generar un aumento de la demanda de trabajadores temporales debido a su menor costo relativo, como resultado de lo anterior, aumentar de manera general de la elasticidad ingreso-empleo asalariado, esto es, la mayor creación de puestos de trabajo*⁴⁶

Una característica central del nuevo papel del estado en la regulación de las relaciones laborales en Latinoamérica, como parte de los mencionados procesos de reestructuración y flexibilización de las relaciones laborales, es el crecimiento del trabajo por tiempo determinado, y particularmente del trabajo temporal. Ésta es, sin duda, la coordenada principal que determina y explica los procesos de precarización del empleo

Así entonces, al observar detenidamente los resultados logrados y no sólo esperados, se pueden destacar tres tendencias principales: Un primer logro importante, es el aumento del número de asalariados urbanos con contrato temporal⁴⁷. Un segundo resultado es el importante aumento de la proporción de

⁴⁶ Por lo pronto, este último resultado tiende a verificarse en la creación de una masa creciente de *ocupados pobres*, aunque se argumente que favorecen a los desocupados, es decir, de empleados con muy bajos ingresos. Hoy, en efecto, la categoría de pobreza se refiere a una subcategoría de ocupados o empleados en trabajos de baja calidad, a diferencia del pasado en que la pobreza era estrictamente sinónimo de desempleo.

⁴⁷ Según AQUEVEDO, Eduardo. Reestructuración, Flexibilidad Y Trabajo En América Latina En: Papeles De Población No. 26. CIEAP/UAEM. Buenos Aires, 2000, en Colombia, esta categoría de trabajadores pasaron de 11.2% en 1989, a 16% en 1998. Si a los trabajadores temporales con contrato se agregan los asalariados sin contrato, en total los aumentos de la categoría de trabajadores sin protección e inestables, es decir, precarios, aumenta alrededor de 23%, dos subcategorías que en conjunto representan alrededor de 45% del empleo total; es decir, según estas definiciones, la precarización del trabajo de gran magnitud

trabajadores urbanos sin contrato de trabajo⁴⁸. Un tercer logro ha sido una indiscutible reducción de los costos salariales, vía aumento, en particular, de las dos tendencias anteriores⁴⁹. De manera general, podría afirmarse que el costo laboral es decreciente según si el trabajador es contratado por tiempo indefinido o por un periodo determinado, o bien si no posee contrato alguno, lo que configura, en total, los dos segmentos, señalados al comienzo, de los nuevos mercados de trabajo en América Latina. Así, la flexibilización de los contratos ha incidido en una precarización del trabajo.

Adicionalmente, resaltan también los cambios ocurridos en la estructura del empleo: por un lado disminuye la importancia del sector público y de la gran empresa privada como generadores del empleo y, por el otro, aumenta la importancia de las pequeñas empresas y de los trabajadores por cuenta propia no profesionales⁵⁰. Además, en los años más recientes aumentan la tercerización e informalización del trabajo, que siguen deteriorando la calidad de los empleos, compuestos en su mayor parte por empleos generados en el sector de los servicios⁵¹.

⁴⁸ Según la fuente indicada inmediatamente anterior, por ejemplo, en la industria y servicios, la proporción de asalariados privados urbanos sin contrato en Colombia pasó de 21.9% del total de la fuerza de trabajo privada en 1990, a 33% en 1998, situación que explica el aumento del empleo total en 149.4%. Los datos disponibles parecen mostrar que esta anomalía se debe, en suma, a una simple sustitución de asalariados sin contrato por trabajadores con contrato temporal, especialmente en las microempresas.

⁴⁹ Según AQUEVEDO, Eduardo. *Op. Cit.* Pág. 106, si se consideran solamente los casos de Argentina, Colombia, Chile y Perú, se constata, por ejemplo, que el costo de contratar a un asalariado temporal equivale entre 57 y 66% del contrato de un trabajador permanente, en Colombia, específicamente, el costo se reduce alarmantemente a 34%. Esta situación, que en sí es ya bastante desmedrada, es, sin embargo, bastante más positiva que la de los *trabajadores sin contrato*, que representan una porción también importante de la fuerza de trabajo en estos mismos países. En efecto, en Colombia el salario de esta categoría de trabajadores representaba, en 1998, 94% del sueldo del trabajador temporal y 62% por ciento del permanente.

⁵⁰ Esas dos categorías, sumadas al servicio doméstico, pasan de 40% del total del empleo en 1980, a 52% en 1990 y 67% en 1998, según AQUEVEDO, Eduardo. *Op. Cit.* Pág. 6 Esta tendencia no se ha corregido en los últimos años, y de mantenerse seguirá influyendo en la estructura del empleo. En efecto, según el Informe del BID para el año 2005, en la región de cada 100 nuevas ocupaciones generadas entre 1995 y 2002, 81 se concentraron en el sector informal y en la microempresa; consolidándose la informalidad como la mayor fuente de generación de empleo en la región. Esto indica que el ritmo de crecimiento del empleo agregado pasa así a depender básicamente de la capacidad que tenga cada país para absorber fuerza de trabajo en las actividades informales

⁵¹ En este sector se pueden identificar dos tipos de empleo: los puestos asociados a las comunicaciones, la internacionalización de los mercados financieros, el comercio exterior y la mayor movilidad de las personas que constituyen sólo el 10% de los nuevos empleos; los servicios informales, de mala calidad, responden por el 90% de los nuevos empleos. Por otro lado, 85 de cada 100 nuevos empleos creados en el conjunto de la economía se localizan en el trabajo por cuenta propia no profesional, la microempresa y el servicio doméstico creados en el sector servicios. Aunque no todos los empleos existentes en las microempresas y en los servicios son de mala calidad, las condiciones de trabajo en las mismas suelen ser bastante precarias: entre el 65 y el 95% no tiene contrato de trabajo; entre el 65 y el 80% no está afiliado a sistemas de salud ni de

Ciertamente, según lo señalado, las formas tradicionales de contratación laboral han sido en parte desplazadas por nuevos arreglos (principalmente la subcontratación de servicios y el empleo temporal) que deterioran el bienestar de los trabajadores y por lo cual, a menudo se las asocia con empleos *precarios*, en medio de la razonable tendencia de las firmas a depender menos del empleo estable, dada la exposición en el comercio internacional a una demanda cada vez más frágil e impredecible⁵². Uno de los esfuerzos de recolección de opiniones sobre los efectos laborales y sociales de las reformas más reciente fue llevado a cabo por la Red Internacional de Revisión Participante del Ajuste Estructural (SAPRIN), la cual mediante métodos participativos analizó las experiencias de nueve países, tres de ellos latinoamericanos. Según este estudio los efectos laborales de las reformas estructurales han sido predominantemente negativos: *“El aumento en las privatizaciones y la introducción de medidas de flexibilización han incrementado el desempleo y la inseguridad laboral, y en muchos casos se han deteriorado las condiciones de trabajo”*⁵³, se señala en el documento. Asimismo, un ambicioso proyecto participativo llevado a cabo recientemente por el Banco Mundial en 23 países en desarrollo recogió las opiniones de los *pobres*, quienes manifestaron claramente su preocupación por los efectos laborales de las reformas, especialmente en materia de incremento de su inseguridad. En palabras de Narayan y Petesch: *“Un tema común subyace en las opiniones expresadas (...): la calidad de sus vidas se ha deteriorado. En las zonas urbanas atribuyen mayormente el deterioro al desempleo y la criminalidad. De sus palabras surge una dramática imagen de las consecuencias personales y sociales de las reformas de mercado”*⁵⁴

Se pueden identificar en América Latina cuatro procesos principales relacionados entre sí⁵⁵: *privatización, tercerización, informalización y precarización*. Desde este punto analítico, *la privatización* introdujo un cambio de comportamiento significativo en la creación de empleos en América Latina, dado el papel histórico del sector público como empleador de último recurso y como contribuyente

pensiones; las jornadas de trabajo son frecuentemente superiores a las legales; existen mayores riesgos de trabajo; y es frecuente que no se respeten los derechos laborales básicos. Para los países con mercados laborales más rígidos en la región, como Venezuela o Colombia antes de la reforma, la participación del empleo en empresas de más de cinco trabajadores tiende a aumentar. OIT, *PANORAMA LABORAL '2002*. OIT Informa. Lima, 2002. Disponible en internet <www.oit.org>

⁵² FERREIRA, María Teresa. Op cit p 53

⁵³ Estructural Adjustment Participatory Review International Network (SAPRIN). The policy roots of economic crisis and poverty. Saprin. , Washington, D.C., 2002. Pág., 180, traducido por FERREIRA, María Teresa La Precarización del trabajo en la ciudad como una de las nuevas formas de empobrecimiento en Colombia, Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, 2005. 138p

⁵⁴ NARAYAN, Deepa y PETESCH, Patti. Voices Of The Poor: From Many Lands. Banco Mundial; Washington, D.C.: 2002. Pág. 34.

⁵⁵ TOKMAN, Víctor. La Estratificación Social Bajo Tensión En La Era De La Globalización. Op. Cit. Pág. 13.

importante al desarrollo de las clases medias, lo cual tuvo una influencia importante en la estratificación social de América Latina. En muchos casos pueden haber mejorado la condición de los trabajadores que fueron empleados públicos, pero en otros, los despidos se tradujeron en una movilidad descendente. En efecto, en algunos países, funcionarios despedidos sufrieron un proceso de empobrecimiento y de pérdida de condición social.

El segundo fenómeno, el de la *tercerización* se refiere a la evolución del empleo desde los sectores productores de bienes hacia los servicios, en una visión concordante con la expuesta en párrafos anteriores. La expansión del empleo en los sectores de servicios no puede interpretarse de antemano como un traslado a empleos de baja productividad, ya que algunos de estos empleos forman parte de los procesos de modernización y globalización, como servicios de finanzas, comunicaciones y comercio, donde la productividad suele ser más alta y puede expandirse más rápidamente. Por desgracia, ésta no ha sido la situación de América Latina en el pasado reciente, ya que 9 de cada 10 empleos nuevos creados en los años noventa fueron de servicios, de los cuales el 70% eran servicios de baja productividad, principalmente en el sector informal. Así, la terciarización en este contexto significa, también, el deterioro de la calidad del empleo.

El tercer fenómeno, *la informalización*, se refiere al cambio de empleos formales a empleos informales, que fue un cambio importante en la estructura del empleo en el los 90. Como se mencionó, la limitada capacidad de la economía formal, pública y privada, para absorber trabajadores dejó a cantidades crecientes de personas sin más alternativa que crear sus propias ocupaciones en el sector informal⁵⁶. En última instancia, la creciente *precariedad del trabajo* se expresa como consecuencia del aumento de la competitividad en un ambiente laboral más flexible. Se introdujeron contratos atípicos para las nuevas contrataciones como alternativa de menor costo y más flexible. En América Latina se asiste, en consecuencia, a una rápida transformación de los mercados de trabajo, en el sentido ya indicado de una creciente segmentación y precarización, lo que ha permitido al empresariado reducir costos, incrementar sus niveles de rentabilidad y, en algunos casos, también aumentar las tasas de acumulación. Las estrategias de flexibilización aplicadas en América Latina parecen, pues, exitosas en tal sentido. Sin embargo, a través de estas vías, el mundo del trabajo se fragmenta y atomiza, reduciendo el segmento asalariado y obstaculizando no sólo las posibilidades de reivindicación laboral sino también la construcción de identidades colectivas para una gran mayoría de trabajadores, dado que en la mayoría de los países latinoamericanos la protección está generalmente vinculada a la ocupación

⁵⁶ Según el informe del BID de 2004, para la región en su conjunto, 61 de cada 100 empleos generados en los años noventa fueron informales, que dejan mucho que desear por sus condiciones de trabajo, estabilidad laboral y protección social, a pesar de que algunos de ellos significaron un mayor nivel de ingresos.

y no tener trabajo significa no solamente no tener ingresos, sino también estar desprotegido.

Los resultados no son suficientemente claros todavía y los instrumentos de política evolucionan constantemente, pero es evidente que la región está hoy más abierta e integrada en la economía mundial, más privatizada y menos regulada que antes de 1980. Los resultados en términos de dinamismo económico pueden ser aceptables: hubo durante los años 90 un crecimiento algo nítidamente superior al de los 80, además la región consiguió reducir notablemente su tasa de inflación. Ahora bien, esta visión sumamente agregada no destaca debidamente la existencia de grandes disimilitudes sectoriales. Es preciso registrar la existencia de sectores más dinámicos, entre los que se cuentan aquellos que, o bien tuvieron algún tipo de reaseguro en cuanto a su rentabilidad, o bien se posicionaron dentro de una estrategia de integración sub-regional, que sin embargo no ha sido suficiente, dadas su magnitud y sus características, para arrastrar al conjunto de la economía ni para generar suficientes empleos de calidad.

En conclusión, la precariedad y fragmentación social actual se ve fuertemente influenciada por los nuevos modelos de desarrollo y las estrategias de flexibilización, que generan una activa u *ofensiva* exclusión social que se expande con diferente intensidad mediante el desempleo, la precarización y la informalización en el mundo del trabajo. El desempleo constituye la exclusión extrema mientras la precarización y la informalización diversifican las modalidades de *semi-inclusión* o *inclusión precaria* en la estructura social, en el sentido en que Castel define el trabajo como soporte privilegiado de la inscripción social, lo cual permite asociar vulnerabilidad y exclusión laboral con vulnerabilidad y exclusión social.

2.2 COLOMBIA EN EL CONTEXTO DE REESTRUCTURACIÓN DE LA LEGISLACIÓN LABORAL

Con el fin de contextualizar a la economía Colombiana con la creciente globalización, el Gobierno de Cesar Gaviria, en la constitución de 1991, planteó que el Estado debía retirarse del cumplimiento de un conjunto de funciones desarrolladas hasta ese momento: entre ellas, la de ser regulador de la desigual relación de fuerzas entre capitalistas y trabajadores, con el consiguiente fortalecimiento del actor más poderoso⁵⁷. En este contexto, la política orientada a flexibilizar el mercado de trabajo partía del supuesto de que la legislación laboral tenía un carácter altamente protector, que ponía fuertes restricciones a los

⁵⁷ Véase, AHUMADA, Consuelo. El Modelo Neoliberal y Su Impacto en La Economía Colombiana. Ancora Ediciones. Bogotá D.C., 1995. Citado por FERREIRA, María Teresa La Precarización del trabajo en la ciudad como una de las nuevas formas de empobrecimiento en Colombia, Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, 2005. 138p

despidos e impedía el ajuste del empleo a los ciclos económicos, y a un mayor crecimiento de la productividad. Esto permitió verificar que serían las leyes del mercado, las encargadas de regular el nivel de empleo, los salarios y las condiciones de trabajo. En correspondencia con ello, en forma gradual y más lentamente que las modificaciones producidas en el área económica, el Estado fue promoviendo una serie de cambios que eliminaron la estabilidad del empleo y parte de los beneficios que garantizaban la protección de los trabajadores. Así, se pasó de una legislación laboral de carácter protector a una donde se legitima y refuerza la posición del capital con respecto al trabajo.

Se produjo así una transformación, se pasó de un mercado de trabajo con características duales, donde coexistían un sector formal y otro informal de magnitud reducida, hacia una situación donde la subutilización de la fuerza de trabajo se fue expandiendo en proporciones importantes. De esta manera, la diversidad de las formas de empleo fue reemplazando el modelo del empleo uniforme y estable.

Lo anterior permitió observar, que antes los trabajadores en condiciones de precarización, se encontraban en empresas de menor tamaño, escaso capital y tecnología atrasada; pero desde hace más de una década, en cambio, se visualizan trabajadores con diversos niveles de protección e inestables en todas las ramas y tamaños de empresas.⁵⁸

El resultado de las transformaciones en el mercado de trabajo se expresa actualmente a través de una multiplicidad de situaciones ocupacionales, consideradas precarias, que involucran a sectores de población cada vez más amplios: subocupados, ocupados con escasa calificación, con bajos salarios, sin beneficios sociales, jóvenes y mujeres con inserción laboral inestable, cuentapropistas con dificultades para continuar con su actividad, servicio doméstico, beneficiarios de programas de empleo del SENA, constituyen el heterogéneo universo de las formas que asume el empleo precario.

Para la CEPAL el surgimiento de formas “atípicas” de empleo, asociadas a una baja calidad del empleo, permite hablar de precariedad. Este empleo atípico se define por oposición al empleo estándar o “decente” caracterizado por ser reconocido, protegido, seguro y formal. El empleo precario es, entonces, aquel que presenta niveles inferiores de seguridad social, de derechos laborales y de remuneraciones en relación con los empleos clásicos. La precariedad, en tanto está asociada con la inseguridad en el empleo y la incertidumbre acerca de los ingresos presentes y futuros, puede conducir a parte de los trabajadores a

⁵⁸ SUÁREZ. María, ADRIANI Héctor, y ALVARIZ Ariel. Principales Características de la Precarización Laboral, disponible en internet <www.aset.org.ar>

situaciones de exclusión⁵⁹, en tanto sería un impedimento para su plena integración económica y social.

El nuevo papel del Estado legitima y refuerza el proceso de precarización, en tanto renuncia a su función de árbitro de la relación capital-trabajo y favorece al sector más poderoso, ya sea fomentando formas de contratación precarias o mediante la inacción frente a las prácticas empresarias de empleo ilegal. “Desde esta perspectiva la precariedad laboral puede ser reconocida como una de las formas en que se expresa la mayor subordinación del trabajo al capital y las posibilidades objetivadas de su mayor explotación”⁶⁰.

El proceso de precarización se manifiesta a través de aspectos económicos bajos ingresos, suspensiones, despidos, reducción salarial, entre otros y aspectos jurídicos como el tipo de contratación que legalizan formas precarias de inserción laboral, o el no cumplimiento de las leyes, estos aspectos se complementan y confluyen en un proceso dinámico. El impacto de estas situaciones de inestabilidad, desprotección e inseguridad laboral y que posicionan desfavorablemente a la fuerza de trabajo se traduce en la intermitencia entre situaciones de ocupación, desocupación, subocupación creciente según las condiciones imperantes en el mercado de trabajo.

El nuevo papel del estado, fue el causante del crecimiento del empleo precario, o aquel que no ofrece seguridad sobre su continuidad y no está protegido por la legislación laboral, e involucra al trabajo en relación de dependencia. A pesar que la Precariedad e informalidad son fenómenos en parte superpuestos, ya que por su lógica de funcionamiento el sector informal es un gran generador de empleo precario, la precariedad también está presente en empresas grandes y modernas, formalmente establecidas, como se podrá evidenciar, en el transcurso de esta investigación en las empresas de venta directa.

2.2.1 El Proceso de Precarización del trabajo en Colombia

El proceso de precarización del trabajo en Colombia, no es un proceso reciente, se remonta al proceso de reestructuración y apertura desde finales de los años 70's, que se profundizó a partir de 1990 cuando se emprendió la tarea de inserción del país en el escenario del mercado internacional. Tanto la reestructuración del Estado como de la economía colombiana, también aparecen como componente visible de la lógica de reestructuración capitalista a nivel mundial. Uno de los acontecimientos más notorios que ocurriera en Colombia

⁵⁹ La exclusión se entiende como la incapacidad de las sociedades de integrar a todos sus miembros, particularmente en el sistema económico y en los beneficios sociales básicos. El empeoramiento de las condiciones de trabajo de gran parte de la población ocupada contribuirían, entonces, al aumento del número de personas excluidas

⁶⁰Op cit.. SUÁREZ. María, ADRIANI Héctor, y ALVARIZ Ariel. P. 4

desde finales de siglo pasado fue la adopción de un paquete de reformas estructurales que comprendía: apertura comercial y financiera, desregulación y desreglamentación, flexibilización, reforma laboral y a la seguridad social, reforma tributaria, privatización de empresas estatales (incluyendo fondos de pensiones y cesantías, etc.), entre otras. Lo anterior, fundamentado por sus promotores en la ideología internacional que expresa que la intervención en la economía y en el mercado es fuente fundamental de crisis e ineficiencias, y por lo tanto, el Estado es demasiado grande y asume costos improductivos crecientes. Con base en ello, se propone la configuración de un Estado con mínima injerencia en la sociedad y en los “eficientes” mecanismos de mercado⁶¹

Fue en 1987 cuando se emprendieron los primeros pasos en lo que respecta al cambio de modelo económico vigente en el país. En ésta vía, con la ejecución del plan de desarrollo se empezó a gestar el abandono paulatino de la intervención estatal y a otorgarle un papel prioritario a la inversión del sector privado. Dos años más tarde se recibe el crédito *Challenger* y se hace público un informe del Banco Mundial que recomienda la adopción de reformas estructurales para Colombia. Sin embargo, la generalización de la apertura y la puesta en práctica del modelo como tal inicia con firmeza y profundidad durante la Administración Gaviria (1990-1994).⁶²

Dentro de la transformación global del Estado, la descentralización, la desregulación y la privatización, constituyen las tres estrategias fundamentales⁶³, los cuales se materializan en la constitución de 1991 que institucionaliza la liberalización económica nacional y la nueva concepción del Estado, le asigna nuevas competencias a los entes territoriales, a los organismos representativos, al sector privado y a los individuos, en el marco de una nueva fase de desarrollo capitalista. Empero, al mismo tiempo se consagra en el Artículo 53 de la Constitución Política de Colombia de 1991 que:

“La ley correspondiente al trabajo tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios básicos: igualdad de oportunidades para los trabajadores, remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo, estabilidad en el empleo, irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales, facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles, garantía a la seguridad social, capacitación, adiestramiento y descanso necesario, protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. La ley, los contratos, los acuerdos y

⁶¹ AHUMADA. Consuelo. *Ibíd.* P 38

⁶² FERREIRA. María Teresa. *Op cit.* p 68

⁶³ RESTREPO, Darío. DESCENTRALIZACIÓN Y NEOLIBERALISMO: UN BALANCE DEL PROCESO. Fondo Ed. CEIR. Santa Fé de Bogotá. 1992. Pág. 10 y ss.

convenios de trabajo no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores”.

En referencia al trabajo, hasta finales de la década del ochenta, la estabilidad se erigía en el principio básico consagrado en el Código Sustantivo del Trabajo que rigió hasta dicha época y en las ideas *proteccionistas* predominantes, tales como los elevados costos de despido, las cláusulas de reintegro y severas restricciones a la contratación a término fijo. No obstante, la reforma laboral y la flexibilidad en sus diferentes aspectos, se convierten desde entonces en la frase mágica y de variados contenidos, apta para resolver los problemas del empleo⁶⁴. En 1990, dentro del paquete de reformas, se llevó a cabo una reforma laboral en Colombia conocida como Ley 50, entre cuyos rasgos principales se encuentran la introducción de contratos de duración determinada y su regulación, la determinación del ámbito de trabajo de las agencias de trabajo temporal, la supresión de la reintegración forzada de los trabajadores con diez años de servicios en caso de despido sin causa justa, la regulación de los despidos colectivos, la creación de fondos de cesantía que se nutren de cuentas individuales y son administradas por empresas especializadas, algunos cambios en la jornada de trabajo y en la licencia por maternidad, y cierto reforzamiento de la capacidad negociadora sindical.

El propósito de la reforma laboral aprobada en diciembre de 1990 que buscaba *organizar* el trabajo de acuerdo a las exigencias del nuevo modelo internacional, fue explicado y justificado en los siguientes términos: *“la reforma laboral responde a la necesidad de un reajuste estructural orientado a adaptar los principios laborales a la realidad contemporánea y a la modernización e internacionalización de la economía. Es necesario hacer más flexible el “régimen” laboral, con el fin de volver más competitivos a nuestros productos, proveer la inversión y aumentar la creación de empleo”*⁶⁵. A nivel internacional, esta tendencia corresponde al llamado proceso de reestructuración económica global que desregula y flexibiliza los procesos de trabajo y de producción

⁶⁴ Una reforma por tanto podrá ser considerada como un éxito en función de varios parámetros combinados y no sólo por que se produzca un aumento relativo de la productividad. Una reforma que mejora el nivel de calidad de los empleos, que evita la conflictividad, que fortalece las instituciones laborales y los principios de un estado democrático, debe ser considerada exitosa pues un derecho no será mejor o peor en su concepción, sino en relación a sus efectos sobre el colectivo al que se aplica

⁶⁵ *REFORMA LABORAL* En: Presidencia de la República y DNP: La Revolución Pacífica: Modernización y Apertura de la Economía. Vol 1. 1991. Pg. 343.

La reforma laboral de 1990 introdujo las siguientes novedades.⁶⁶

- La posibilidad de hacer reducciones salariales por la eliminación de algunos pagos como parte del salario (viáticos, bonificaciones) en la introducción del llamado *salario integral* para los trabajadores que devengan más de 10 salarios mínimos, en el que se incluye toda prestación legal y extralegal, con excepción de las vacaciones.
- La posibilidad abierta para los despidos colectivos. Se precisó el concepto de despido colectivo, cuya definición estaba a total discrecionalidad del Ministerio de Trabajo
- La reforma al régimen de cesantías que incluyó la suspensión en la retroactividad de para los trabajadores vinculados a partir de 1991 y para quienes se acogiesen al nuevo régimen, mediante la afiliación a un fondo privado de cesantías.
- La modificación de la jornada y la semana laboral, abriendo la posibilidad de pactar 6 horas diarias, 4 turnos y 36 horas semanales de manera temporal o definitiva, que a cambio de un salario equivalente al de la jornada de 8 horas, no da lugar al recargo nocturno ni al de trabajo dominical o festivo.
- La posibilidad de generalizar y ampliar los contratos temporales (a término fijo) aumentando su duración de uno a tres años.
- Eliminó la duración mínima de un año para la contratación a término fijo y con ello las limitaciones que sólo lo permitían para labores ocasionales o transitorias.
- La legalización de las agencias de empleo temporal.
- El debilitamiento de la organización sindical y de la negociación colectiva al aplicar el principio de *democracia participativa* a las decisiones sindicales, lo que implica la votación directa y la eliminación de la posibilidad de elección de representantes sindicales.
- Se eliminó además la etapa de conciliación en los procesos de negociación.
- Abolió la acción de reintegro y la pensión sanción, que obligaban a los patronos a reintegrar los trabajadores despedidos sin justa causa (y a pagarles los salarios dejados de percibir hasta su reincorporación) o a hacerse cargo del pago de su pensión hasta llegar a la edad de jubilación.
- La facilitación del despido para trabajadores con antigüedad mayor a 10 años a cambio de mayor indemnización e intervención del gobierno en los procesos interiores de las organizaciones sindicales.
- La posibilidad de que las partes decidan libremente que prestaciones extralegales se incorporan al salario y cuáles no, disminuyendo así la base para la liquidación de los aportes legales y parafiscales.

⁶⁶ AHUMADA, Consuelo. y ZERDA Sarmiento, Álvaro. *EFFECTOS DE LA LEGISLACIÓN LABORALCOLOMBIANA SOBRE ALGUNOS ASPECTOS DEL EMPLEO*. OIT/Oficina Subregional para los Países Andinos. Perú, 2003.

- Postergó por 10 años la unidad de empresa, de forma que los salarios y prestaciones más altas, vigentes en una compañía que establece una nueva planta sólo podrán aplicarse a estas últimas una vez transcurridos 10 años de iniciada la nueva actividad

Más tarde, argumentos similares a los de la ley 50 de 1990, llevan a la aprobación de la ley 789 de 2002 que introdujo una normatividad laboral que contempló los siguientes módulos básicos:⁶⁷

El primero establecía un programa de apoyo a los afiliados a las Cajas de Compensación que perdieran su empleo, a través de la asignación de un subsidio que entregarían estas entidades en bonos que dieran derecho a ciertos servicios de las cajas, equivalente a un 50% del salario mínimo. El segundo incluía la creación de “estímulos” para la generación de empleos en las micro, pequeñas y medianas empresas, consistentes en subsidios al empleo, recursos de crédito, y exención de parafiscales. En el tercero se le quita el monopolio de la formación para el trabajo al SENA y se reglamentan los contratos de aprendizaje con una remuneración por debajo del salario mínimo y estableció la obligatoriedad de contratar aprendices a las empresas con 15 o más trabajadores, o como alternativa, la cancelación de una cuota monetaria destinada a financiar un fondo para la promoción empresarial del SENA. Finalmente, en el cuarto módulo se adoptaron medidas para disminuir costos laborales: se amplió la jornada de trabajo ordinario hasta las 10 de la noche, se disminuyó el sobrecargo para el trabajo durante festivos y dominicales, y se redujo a la mitad la indemnización por despido sin justa causa.

De esta manera, la reforma laboral aprobada en Colombia mediante la Ley 789 de 2002, la cual buscaba crear 2,4 millones de puestos de trabajo a un promedio de 600.000 por año, se propone ante todo reducir los costos laborales por considerar algunos de ellos excesivos, aspirando por este medio a vincular población joven al sector económicamente activo, disminuir las altas tasas de desempleo, pero al mismo tiempo debilitando los procesos de negociación colectiva, que no pueden hacerse extensivos a los aprendices.

La Ley 50, de 1990, sin embargo, terminó con un objetivo insatisfecho: no logró aumentar el empleo en la cantidad propuesta, pero sí garantizó formas precarias de relación a través de contratos a término fijo y empresas de servicios temporales, cuyas modalidades constituyeron una característica permanente en la precarización del mercado laboral. En consecuencia, con la reforma laboral de

⁶⁷ Véase al respecto, GUTIÉRREZ José. LA REFORMA LABORAL NO GARANTIZA EL EMPLEO: PREVALECE EL SIMPLISMO. En: Semestre Económico No.11. U. de Medellín. 2003. y NÚÑEZ, Jairo. ÉXITOS Y FRACASOS DE LA REFORMA LABORAL EN COLOMBIA. Documento Cede 2005-43 Issn 1657-7191 (Edición Electrónica) Julio de 2005.

1990 se dio un paso más hacia el desmoronamiento de la estabilidad como principio rector de las relaciones laborales. El papel desempeñado por las Empresas de Servicios Temporales había abonado el camino hacia la flexibilización mientras que el nuevo clima ideológico y legislativo creado con los procesos de liberalización y de apertura de la economía otorgó un mayor apoyo a este principio⁶⁸. Con la reforma, entonces, el principio que entraba a regular las relaciones laborales era el de la flexibilidad -en términos de salario real y de empleo- a través de la superación de las condiciones que imponían una gran rigidez al trabajo, principalmente bajo la posibilidad de celebración de contratos de corta duración y de prestación de servicios.

Todo el proceso anterior, puede entenderse en el contexto de los procesos de liberalización y apertura económica, estos exigían un alto grado de movilidad del trabajo; donde el principio de estabilidad aparecía, como un obstáculo al proceso de transformación estructural. Ante tales premisas, el principal resultado de la reforma laboral se manifestó principalmente en una mayor tasa de rotación del empleo. En general, lo que se deduce es que la reforma laboral al favorecer los contratos de corta duración y reducir así los costos de despido, propició una menor duración del empleo, es decir un mayor grado de inestabilidad en la fuerza de trabajo, especialmente con menor antigüedad y más joven.

Como colofón se puede afirmar que, la dinámica de las relaciones laborales presenta un quiebre decisivo en la década de los noventa desde el punto de vista de la normatividad pues pasa de proteger al trabajador a regular el mercado laboral de modo más acorde a las necesidades de un ambiente más abierto y confundido entre la eficiencia, la productividad y al competitividad. Desde el principio, y desde muy distintas perspectivas, se consideró que la flexibilidad en este sentido era positiva y necesaria. Desde la perspectiva de la empresa se consideró que formas más flexibles de organizar el tiempo de trabajo incrementarían la productividad y la competitividad; desde la perspectiva de la política económica se consideró que la flexibilidad era una forma de dinamizar el mercado laboral, de crecer y crear más empleo. Curiosamente, la perspectiva menos tomada en cuenta en la mayoría de estos debates es la de los protagonistas de esta flexibilización: la perspectiva de los propios trabajadores.

2.3 DELIMITACIÓN CONCEPTUAL: EL TRABAJO ILEGAL, EL TRABAJO NO REGISTRADO, Y EL TRABAJO PRECARIO

En párrafos anteriores al analizar el nuevo papel del estado se delimitaron una serie de características que le dan el título de precario a ciertas ocupaciones, producto de los procesos de apertura económica adelantados por los estados en la década de los ochentas y noventas, por lo que, para dar mayor claridad es

⁶⁸ ZERDA Sarmiento, Álvaro. EFECTOS DE LA LEGISLACIÓN LABORAL COLOMBIANA SOBRE ALGUNOS ASPECTOS DEL EMPLEO. Organización Internacional del Trabajo OIT. Perú, 2003.

necesario, diferenciar al trabajo precario de asociaciones comunes con conceptos como trabajo ilegal, trabajo no registrado o en negro, y de el trabajo informal.

Se denomina *trabajo ilegal* a toda actividad humana orientada a la producción de un bien o la prestación de un servicio, que no cumple con lo dispuesto por las normas vigentes en un territorio determinado⁶⁹, por ejemplo, El campesino que trabaja cultivando marihuana, no solo esta inmerso en un trabajo ilegal, si no que también esta cometiendo un delito. Por su parte el *Empleo no registrado, o en negro* Es, según la OCDE, "*aquel que sin ser ilícito en sí mismo no está declarado a una o varias autoridades que deberían tener conocimiento de él y, por este hecho, se sustrae a la reglamentación o a los impuestos, o lleva a una reducción de las prestaciones de la seguridad social*"⁷⁰. Es decir que se refiere al ocultamiento a las autoridades con la intención de eludir normas laborales o evadir impuestos, incumpliendo las normas previstas al respecto. De esta definición se excluye a los empleos en actividades ilícitas (como narcotráfico o contrabando). En general los estudios sobre empleo en negro no dan cuenta del empleo no registrado parcialmente, o sea los trabajadores registrados pero sobre los cuales se declaran remuneraciones inferiores a las que perciben (para no pagar lo dispuesto a la Seguridad Social), o superiores, cuando están por debajo del salario mínimo básico, o el empleo asalariado disfrazado bajo la forma de otros contratos (civiles o comerciales). Ello se debe a la no disponibilidad de datos, dado que la naturaleza misma de este tipo de trabajo presenta innumerables dificultades para un relevamiento serio, aunque teóricamente se encuentran englobados en la definición, por su parte el *Trabajo Precario*, aunque muchas veces se confunde el empleo no registrado con el precario, debemos subrayar que las dimensiones a partir de las cuales se definen ambos términos son diferentes. Tal como se explico anteriormente el empleo no registrado refiere a la relación con la normativa vigente, mientras que el empleo precario remite al *deterioro de las condiciones de contratación, en cuanto a estabilidad y desprotección legal, y tiene como eje a la relación trabajador - empleador*⁷¹. Sin embargo, en base a este concepto es posible apreciar que todo trabajo en negro es precario, aunque no todo el trabajo precario es en negro, ya que actualmente existen muchas formas de contratación legales en condiciones de precariedad, tal como acontece con las empresas de venta directa.

El trabajo precario también se concreta en la existencia de condiciones contractuales que no garantizan la permanencia de una relación de dependencia, es decir la relación laboral irregular e inestable, observable por lo general en

⁶⁹ Neffa, Julio César, Féliz, Mariano, Giner, Valeria, Montes Cató, Juan, Panigo, Demián y Pérez, Pablo; "Evolución y determinantes de la persistencia en la desocupación. Un enfoque multidimensional", Programa MECOVI–Argentina, citado por BUSSO Mariana, Los trabajadores informales y sus formas de organización colectiva, Buenos Aires Argentina. 2004 p 45

⁷⁰ BUSSO Mariana, Los trabajadores informales y sus formas de organización colectiva, Buenos Aires Argentina. 2004 p 45

⁷¹ *Ibíd.*, p 46

contratos por tiempo limitado y determinado. En este orden de ideas, el trabajo precario, se caracteriza por su “*Debilidad en cuanto a la permanencia de la relación salarial de dependencia, con sus implicancias jurídicas y económicas en materia de estabilidad así como de protección legal y de seguridad social*”⁷².

Al realizar una revisión bibliográfica a fin de definir el concepto de precarización laboral, esta investigación encontró que en la mayoría de los trabajos consultados, se ha identificado este fenómeno casi estrictamente con la temporalidad o eventualidad del empleo, con este antecedente, ese apartado, insiste en la pertinencia de ampliar el concepto para incluir otras formas de empleo, como el trabajo a domicilio o el que se realiza por cuenta propia, el trabajo irregular en la economía sumergida y el trabajo a tiempo parcial⁷³. Esta ampliación se hace desde la convicción de que estas formas de empleo son a menudo tan precarias, en el sentido de inseguras e inestables, como lo es el trabajo temporal.

Este trabajo de investigación y concretamente este apartado, plantea incluir en el análisis no sólo las condiciones de empleo (la temporalidad del vínculo laboral), sino también las condiciones de trabajo y salariales. En este sentido, lo que definiría la precariedad de una situación laboral sería el *deterioro directo o indirecto de las condiciones de trabajo*⁷⁴. El empleo precario se caracterizaría así por *menores salarios, peores condiciones de trabajo y mayor posibilidad de prácticas abusivas por parte de las empresas o de quien requiere el trabajo*.⁷⁵ Desde este punto, la precariedad laboral se asocia con situaciones laborales que no proporcionan a la persona trabajadora un nivel de bienestar y seguridad actual y futuro adecuado, esto está implícito en la semántica del concepto, ya que la definición que aporta el Diccionario de la Real Academia de la lengua para el término precario es “*que no posee los medios o recursos suficientes*”.

Según los conceptos antes estudiados, un concepto profundo de precariedad laboral debe hacer énfasis en la vulnerabilidad e inseguridad social y económica que supone para el trabajador o trabajadora en su trayectoria profesional, en concreto el hecho de ocupar determinados empleos. El elemento que define la

⁷² BUSSO Mariana, Op cit, p17

⁷³ RUBERY. Jacob. Formas de trabajo precario en el Reino Unido, citado por PLÁ JULIÁN. Isabel, BANYULS LLOPIS. Joseph, CANO CANO. Ernest, MARTÍ GUAL. Ana, PITXER I CAMPOS. Joseph Vicent, POVEDA ROSA. María Manuela, SÁNCHEZ VELASCO. Amat, VENTURA FRANCH. Asunción, y Bartual García Mayte. Informalidad Del Empleo Y Precariedad Laboral De Las Empleadas De Hogar. p 38 Disponible en internet http://www.migualdad.es/mujer/mujeres/estud_inves/658.pdf

⁷⁴ PLÁ JULIÁN. Isabel, BANYULS LLOPIS. Joseph, CANO CANO. Ernest, MARTÍ GUAL. Ana, PITXER I CAMPOS. Joseph Vicent, POVEDA ROSA. María Manuela, SÁNCHEZ VELASCO. Amat, VENTURA FRANCH. Asunción, y Bartual García Mayte. Informalidad Del Empleo Y Precariedad Laboral De Las Empleadas De Hogar. p 39 Disponible en internet http://www.migualdad.es/mujer/mujeres/estud_inves/658.pdf

⁷⁵ *Ibíd.*, p 37

precariedad es la falta de control y autonomía de los trabajadores y trabajadoras para poder planificar su vida a partir de su actividad laboral, la cual, bien por sus características de acceso y salida (condiciones de empleo) o por las condiciones de trabajo y salario asociadas, permite altos grados de incertidumbre y dependencia. No es una perspectiva simplemente individual, sino que refleja un problema de desigualdad asimétrica en las relaciones de poder que definen el marco de las relaciones laborales. La precarización adquiere así, en términos clásicos, un sentido de vulnerabilidad del trabajo frente al capital

Según lo anterior, un concepto amplio acerca del concepto de la precariedad laboral necesita una mayor concreción para ser más operativa. Para ello, esta investigación, después de haber realizado un estudio sobre las diferentes concepciones acerca de la precariedad laboral, se atreve a establecer una serie de *dimensiones de precariedad* en las que se explicará cómo estas contribuyen a generar incertidumbre, vulnerabilidad y falta de control de los trabajadores y trabajadoras sobre su trayectoria laboral y social.

El punto de referencia para hablar de precariedad es la forma típica de empleo, es decir trabajos asalariados de duración indefinida, a tiempo completo, y a los derechos de seguridad asociados progresivamente a dicha forma de empleo en los países industrializados occidentales a lo largo de este siglo y hasta finales de los años setenta, por que es claro, tal y como se explico en párrafos anteriores que trataban acerca del papel del estado en los procesos de precarización, este inicia en la década de los ochentas, la seguridad que ofrecían estos empleos se reflejaba en diversos ámbitos de la relación de empleo: en el mercado de trabajo había pleno empleo, en el empleo se notaba una estabilidad del mismo, y una protección frente al despido, en los lugares de trabajo el puesto de trabajo se observaba en la aplicación de normas sobre condiciones de trabajo y jornada, de igual manera era notorio en los ingresos y en la protección social⁷⁶.

En este orden de ideas para entender el concepto de *Empleo Precario*, hay que establecer unos parámetros de diferenciación con su opuesto el *Empleo Pleno* o aquel que implica el cumplimiento de las siguientes condiciones:⁷⁷

- Seguridad en el mercado de trabajo: oportunidades adecuadas de empleo garantizadas por políticas del Estado.
- Seguridad en el empleo: protección contra despidos arbitrarios, regulación de condiciones de contratación, etc.
- Seguridad en el puesto de trabajo: demarcación de actividades y calificaciones requeridas.

⁷⁶ *Ibíd.* P 45

⁷⁷ SUÁREZ. María J, ADRIANI Héctor L, y ALVARIZ Ariel. Principales Características de la Precarización Laboral, disponible en internet <www.aset.org.ar> ,

- Seguridad en las condiciones de trabajo: regulación de seguridad y salud, del trabajo nocturno, protección contra accidentes y enfermedades.
- Seguridad en la reproducción de las habilidades: oportunidades de capacitación laboral.
- Seguridad en el ingreso: salarios mínimos, seguridad social, etc.
- Seguridad de representación: sindicalización, derecho a huelga, etc.

Una vez claro el punto de referencia, podrán identificarse distintos grados de precariedad según la carencia de los elementos que caracterizan dicha plenitud. Existiría así una gradación de situaciones laborales con una referencia máxima en el empleo pleno hasta una mínima en el desempleo absoluto, con una heterogénea franja intermedia donde vastos sectores de la población transitan por diversas instancias, esta franja se denominará precariedad, por ello teniendo en cuenta esta graduación de situaciones laborales y para los fines que le interesan a esta investigación acerca del planteamiento un concepto amplio de precarización del trabajo, se pueden destacar cuatro dimensiones para explicarlo: *la inseguridad respecto de la continuidad del vínculo laboral con la empresa, la insuficiencia de los ingresos salariales, el desmejoramiento de la situación de trabajo y la reducción de la protección social.*

La primera dimensión de la precariedad laboral es la *inseguridad sobre la continuidad de la relación laboral*, que aparece asociada por una parte a los *empleos temporales o eventuales*, en cualquiera de sus formas: contratos a término fijo, contratos de aprendizaje o a través de empresas de trabajo temporal, comportan una elevada incertidumbre sobre el futuro laboral para el trabajador o trabajadora. Cuando finaliza el contrato puede haber una conversión en fijo, en un contrato de duración indefinida, o bien una renovación del contrato temporal por un tiempo o bien la no renovación, en función de los intereses de la empresa. La eventualidad permanente y los períodos de paro recurrente combinados con empleos temporales consolidan verdaderas trayectorias laborales precarias marcadas por la discontinuidad laboral y la inseguridad frente al futuro. En este sentido la Autora Cynthia Pok afirma que el trabajo precario es “*aquel que presenta una inserción débil en la producción de bienes y servicios, dicha inserción está referida a ciertas características ocupacionales que impulsan o al menos facilitan la exclusión del trabajador de un marco de la ocupación, es decir colocándolo en condiciones de intermitencia laboral, para disolver el modelo de asalariado socialmente vigente*”⁷⁸.

Habitualmente esta característica de precariedad de los empleos temporales se traduce en una vulnerabilidad en la relación del trabajador o trabajadora con la

⁷⁸ POK, Cynthia Precariedad laboral: personificaciones sociales en la frontera de la estructura del empleo”. Documento presentado en el Seminario Interamericano de Medición del Sector Informal. OEA, Lima, Perú.

empresa que le lleva a aceptar una degradación de sus condiciones de trabajo y salariales intentando garantizar su continuidad laboral.

Pero la inseguridad sobre la continuidad de la relación de empleo también caracteriza situaciones de *empleo clandestino o no registrado*⁷⁹ y el trabajo a domicilio⁸⁰ (frecuentemente ilegal). En efecto, la inexistencia de un contrato de trabajo legal se traduce en una elevada inseguridad respecto del futuro, la continuidad del empleo depende absolutamente de la voluntad de empleador o empleadora o del intermediario que organiza estas formas de trabajo. Desde este punto de vista, el empleo clandestino tiene rasgos comunes en cuanto a condiciones laborales con el trabajo temporal, más allá de su característica de ilegalidad.

En un sentido parecido, la inseguridad laboral se asocia a las formas de empleo por *cuenta propia* caracterizadas por una elevada dependencia real de una empresa. Se trata de “*falsos autónomos*” con una relación laboral formalmente mercantil, pero asalariada de hecho, con un empleador o empleadora⁸¹, esto se puede observar en el caso de las ventas por catálogo en la que la situación es aun mas grave ya que aunque la estabilidad aparentemente dependa de la voluntad de la trabajadora, se pueden evidenciar formas de presión no directos que invitan a seguir laborando sin ningún tipo de garantía y con beneficios exclusivos para la empresa.

La situación de los “*falsos autónomos*” también se produce frecuentemente cuando una empresa subcontrata tareas propias a trabajadores o trabajadora autónomas, como ocurre en la construcción o en servicios auxiliares. La dependencia real del trabajador o trabajadora se traduce en una importante inseguridad de la relación de empleo sin la protección de la legislación laboral o la negociación colectiva; es una precariedad no manifiesta pero sí encubierta o escondida, en este sentido Para Mückenberger⁸², el trabajo precario es aquel en el que la empresa y el Estado trasladan el riesgo a los empleados, sin que éste sea

⁷⁹ El empleo clandestino se relaciona con los conceptos de economía sumergida, subterránea, informal, paralela o irregular (Jódar y Lope 1985). Aquí lo definiremos de manera restringida como el trabajo remunerado que se realiza sin que el trabajador o trabajadora esté dado/a de alta en ningún régimen de la Seguridad Social por el empleador o empleadora. Por tanto, es clandestino el trabajo y no necesariamente la actividad productiva en la que se inserta

⁸⁰ El trabajo a domicilio, según el Convenio núm. 177 de la OIT, se define como el trabajo que una persona realiza: a) en su domicilio o en otros locales que escoja, distintos de los locales de trabajo del empleador; b) a cambio de una remuneración c) con el fin de elaborar un producto o prestar un servicio conforme a las especificaciones del empleador, independientemente de quién proporcione el equipo, los materiales u otros elementos utilizados para ello, a menos que esa persona tenga el grado de autonomía y de independencia económica necesario para ser considerada como trabajador independiente en virtud de la legislación nacional o de decisiones judiciales.

⁸¹ Miguélez 1990

⁸² MÜCKEMBERG. U. Hacia Una Nueva Definición De La Relación Del Empleo Relación En: International Labour Review, vol. 135, núm. 6, pág. 683-695.

retribuido. Otras características que se le atribuyen es que deja de estructurar el tiempo cotidiano, así como su inestabilidad, flexibilidad e inconsistencia, tanto material como inmaterial. De este modo, los beneficios se ubican más en la posibilidad de trabajo independiente o en opciones de tipo personal. Mediante programas de flexibilización o formas de trabajo que en apariencia son por cuenta propia, las empresas logran deshacerse de los costos y compromisos del trabajo asalariado. De allí se deduce que los rasgos esenciales de la precariedad son la inestabilidad y el riesgo individual

Por último, la inseguridad como dimensión de precariedad aparece también en relaciones laborales típicas como el empleo asalariado a término fijo y a jornada completa, en las cuales existe una incertidumbre real sobre la continuidad del empleo, derivada de la fragilidad de la actividad productiva realizada o de la empresa donde se trabaja. Se trata de una precariedad de hecho, aunque no de derecho ya que el contrato es de duración indefinida. En cualquier caso, se trate de empleos temporales, falsos autónomos, trabajo clandestino o empleos frágiles amenazados por un elevado riesgo de pérdida del puesto de trabajo, la inseguridad sobre la continuidad de la relación laboral es una dimensión de precariedad en la medida que dificulta el control del trabajador o trabajadora respecto a su futuro laboral y social y aumenta su vulnerabilidad en la relación con la empresa⁸³

La segunda dimensión de precariedad laboral es la *insuficiencia de los ingresos salariales*, en tanto que la retribución del trabajo determina en buena medida el nivel de vida, la autonomía, el control sobre el futuro y la posición social del trabajador y trabajadora. La insuficiencia de ingresos, en su cuantía o en su garantía a lo largo del tiempo, es una dimensión de precariedad sobre todo si va asociada a la pobreza y a una inserción social insegura, ya que aumenta la vulnerabilidad del trabajador o trabajadora y le dificulta planificar y desarrollar su futuro según los niveles y formas de vida socialmente aceptadas⁸⁴

⁸³ De forma esquemática, hay diferentes elementos que cobran interés a la hora de analizar la inseguridad sobre la continuidad de la relación laboral. i) la facilidad de la empresa para prescindir de sus trabajadores y trabajadoras, que depende de las características de los contratos y de las restricciones para el despido. ii) la situación productiva de la empresa, el sector y el territorio donde se desarrolla el trabajo, que definen el grado de fragilidad o dinamismo de la actividad laboral. iii) la situación del mercado de trabajo local, que define las posibilidades de encontrar empleos alternativos. iv), las características de formación, familiares y sociales de los trabajadores y trabajadoras, que configuran su grado de aceptación de determinadas condiciones de empleo

⁸⁴ Algunos empleos atípicos desempeñados principalmente por jóvenes tales como contratos de duración limitada, trabajos de fin de semana, plantean problemas específicos a la hora de conquistar su independencia y de formar un hogar. Los ingresos inestables propios de estos empleos precarios y la dificultad para desarrollar un verdadero proyecto profesional contribuyen a marginalizar a este grupo (Piotet 1987:215)

Esta forma de precariedad se asocia a empleos que suponen una inserción débil en el mercado de trabajo, que no permiten vivir de forma autónoma ni incluso reconocer como “*persona trabajadora*” –en el sentido socialmente habitual– a quien los ocupa. Así ocurre con buena parte del empleo a tiempo parcial y los trabajos ocasionales, que se traducen en situaciones de dependencia social o familiar del trabajador o trabajadora. También se debe incluir en esta dimensión de la precariedad la discriminación salarial de determinados trabajadores y trabajadoras, relacionada frecuentemente con una situación de vulnerabilidad del trabajador o trabajadora, o a diferenciaciones basadas en el género que permite a las empresas desarrollar políticas salariales discrecionales y diferenciadas.

La tercera dimensión de precariedad relevante es el *desmejoramiento y vulnerabilidad de la situación de trabajo*, la cual es asociada a la existencia de condiciones de trabajo inferiores a los estándares y a la falta de control de los trabajadores y trabajadoras, sobre estas condiciones se puede afirmar que una mayor discrecionalidad empresarial en la fijación de las condiciones de trabajo y un menor control legal y sindical al respecto será un indicador de vulnerabilidad y precariedad de los trabajadores y trabajadoras, ya que “*el trabajo es más inseguro cuanto menos controla el trabajador de forma individual o colectiva, las condiciones laborales, los salarios o el ritmo de trabajo*”⁸⁵. Las normas reguladoras de las condiciones de trabajo históricamente se han dirigido a marcar niveles mínimos en dichas condiciones, reducir la discrecionalidad empresarial en su fijación e igualar las situaciones de trabajo en distintas empresas y sectores. Sin embargo, “*Las normas reguladoras elaboradas en este campo han sufrido en los años ochenta una ralentización y flexibilización, cuando no un retroceso, en los países occidentales*”⁸⁶, situación que ha colaborado así con el proceso de precarización del trabajo.

El desmejoramiento de las condiciones de trabajo adopta frecuentemente la forma de discriminación y desigualdad de dichas condiciones dentro de cada empresa y entre empresas diferentes. Los trabajadores y trabajadoras más vulnerables en otros sentidos se ven también afectados por esta discriminación. En el caso de los trabajadores con una menor estabilidad en la empresa resulta significativa la mayor incidencia de los accidentes de trabajo, derivada de “*un cierto desconocimiento del oficio y del lugar de trabajo, de la inexperiencia y de la insuficiente acogida en la empresa*”⁸⁷. En el caso de los trabajadores y trabajadoras a tiempo parcial cobra especial significación la disponibilidad del tiempo de trabajo por parte de la empresa: desaparece el concepto de horas extraordinarias y se multiplican las posibilidades de variar y hacer cortes en la jornada diaria y semanal para ajustar el tiempo de trabajo real al flujo de demanda,

⁸⁵ BUSSO Mariana, Op cit, p 20

⁸⁶ Ibid. p 20

⁸⁷ Ibid. P 21

siempre en función de los intereses de la empresa y con escasa autonomía para el trabajador o trabajadora

La cuarta y última dimensión de la precariedad es la *reducción de la protección social para el trabajador o trabajadora*, que tiene dos manifestaciones importantes relacionadas a la desregulación. Primero, la pérdida de importancia y la flexibilización de las normas que tratan acerca de la fijación de las condiciones de trabajo y empleo y las relaciones laborales, esto permite un mayor margen de maniobra a las empresas en estos campos. Segundo, la insuficiencia de la cobertura del sistema de seguridad social, en concreto las prestaciones por desempleo o cesantías y las pensiones de jubilación, aumenta la incertidumbre y la vulnerabilidad de los trabajadores y trabajadoras respecto de la lógica del mercado. Los niveles estándar de protección han disminuido en los últimos veinte años con las reformas de los sistemas de seguro de desempleo y jubilación, en un contexto de crisis del Estado del bienestar, a la vez que se han endurecido los requisitos para acceder a ellos de forma particularmente negativa para los trabajadores y trabajadoras temporales y a tiempo parcial.

Recapitulando, se pueden concretar cuatro dimensiones en la precariedad laboral: *incertidumbre sobre la continuidad de la relación laboral*, propia de los empleos temporales, el trabajo clandestino, los falsos autónomos y los empleos frágiles, *el desmejoramiento de la situación de trabajo* referida a las condiciones de trabajo y a su control por los trabajadores y trabajadoras, *la insuficiencia y incertidumbre de los ingresos salariales y la reducción de la protección social*.

Se puede decir que el proceso de precarización en los países de América Latina ha registrado todas estas dimensiones, que han degradado los niveles de seguridad que suponía previamente y de forma general para los trabajadores y trabajadoras la relación estándar de empleo. Así, entre otras tendencias precarizadoras, se mantienen tasas elevadas de desempleo, se han reducido las posibilidades de acceder a empleos estables, se han extendido las formas de empleo inseguras, irregulares y a tiempo parcial, se ha acentuado la desigualdad de renta entre familias y ha crecido el riesgo de pobreza

El concepto amplio de precariedad laboral nos permite analizar el grado y forma de precariedad que afecta a *todas* las formas de empleo, no sólo a las que *a priori* se entiende que son precarias. No existe una realidad de empleo y trabajo precario frente a otra no precaria, sino que las dimensiones de la precariedad están presentes en diversos grados y modalidades en las distintas formas de empleo, de hecho. El proceso precarizador se ha caracterizado, por un crecimiento de las formas atípicas de empleo acompañada de destrucción de empleos típicos, también se puede observar en aquellos empleos de baja calidad que se caracterizan por la desprotección del trabajador asalariado por parte de la legislación laboral y la seguridad social. Se expresa en inestabilidad, la que se traduce en la tendencia a sustituir a los trabajadores de planta con contratos

indefinidos por trabajadores temporales, a plazo fijo o bien subcontratados; en disminuir la parte fija del salario y en aumentar la porción variable vinculada a la producción; en niveles salariales en el mínimo o bajo el mínimo; en la no dependencia de un sólo e identificable empleador; en labores que no se realizan necesariamente en las instalaciones de la empresa; con poca protección a la integridad física y psicológica; con escasa o nula posibilidad de ejercer derechos sindicales y de negociar colectivamente. Para los efectos de nuestro estudio, es decir las ventas por catalogo la inestabilidad es el factor fundamental del trabajo precario, considerando el peligro (no pagado) que se corre como otro elemento determinante. Aunque no se puede perder de vista la ausencia de prestaciones sociales, el grado de flexibilidad del trabajo; así como, aspectos materiales e inmateriales relacionados con la inconsistencia y la volubilidad.

La precariedad invade al mundo laboral y fractura los mecanismos de inclusión y adhesión social garantizados antaño por el trabajo. No hace falta demasiada imaginación para hacerse una idea de lo inciertas y frágiles que se han vuelto las vidas de aquellos que no han encontrado una relación estable o han quedado fuera del *mercado* de trabajo. El trabajo se ha hecho temporal y transitorio por definición, por decisión y por el costo pragmático de su impacto. Los empleos permanentes en empresas seguras se tornaron solamente nostálgicas historias, nadie puede presumir de tener una garantía razonable contra la racionalización o reestructuración, contra los erráticos cambios de demanda del mercado y las presiones de la “productividad, competitividad y eficiencia”.

Así pues, integrando las conceptualizaciones estudiadas, *precarización* se entiende como el fenómeno de degradación de las condiciones de trabajo y empleo padecido por personas y colectivos, que dificulta desarrollar la libertad y que impide el ejercicio de derechos ciudadanos plenos. Este fenómeno entraña, como resultado, una situación de dependencia, vulnerabilidad y fragilidad en la obtención de ingresos y bienes necesarios para un proyecto de vida completo, y supone una situación de riesgo de empobrecimiento -en diferentes intensidades- e incluso de exclusión social.

CAPITULO III

3. PRECARIZACION DEL TRABAJO FEMENINO, EN EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO

Esta investigación se ocupa de realizar un análisis desde la perspectiva de género acerca de las nuevas formas que ha adquirido el trabajo, concretamente acerca del trabajo precario, el cual, según esta investigación se ve expresado en el sistema de ventas por catálogo o venta directa. Sin embargo, antes de analizar las características principales que le dan el calificativo de precario a este trabajo, se realizará un acercamiento acerca de cuál ha sido la relación entre el concepto de trabajo y el papel de la mujer, en el que, se incluye un análisis acerca del trabajo femenino y sus desigualdades en el mundo productivo, así, de esta manera nos permitirá llegar al concepto de precarización laboral femenina y su manifestación en el sistema de venta directa.

3.7 RELACIÓN ENTRE MUJER Y TRABAJO

La relación entre mujer y trabajo, viene determinada por las diferencias entre el trabajo de las mujeres y el de los hombres concepto que se remonta a la división sexual del trabajo⁸⁸, por lo que, hacen pensar en una historia de exclusión, de asignación de labores de reproducción a las mujeres, y una pobre o nula valoración de la aportación de la mujer a la vida social y económica de la sociedad. Según esto, La manera en que se ha estudiado el trabajo ha partido de supuestos que excluyen a las formas distintas de las llamadas “típicas”. De modo que, por razones de sexo o de ocupación, se deja de lado a buena parte de la humanidad. La imagen ideal del sujeto del trabajo corresponde, siempre, a un hombre que realiza trabajo asalariado⁸⁹. Esto ha provocado que la reflexión olvide a las mujeres y a todos quienes realizan trabajos diferentes del asalariado típico.

Para dar una base clara acerca de la relación entre el concepto de trabajo y el papel de las mujeres en el, se expondrá a continuación, algunas de las tendencias más recientes del trabajo femenino, en países de Europa y América Latina para ello se utilizará investigaciones sobre la feminización del trabajo realizados por la OIT, Eurostat, CEPAL (Comisión Económica para América Latina).

Desde la década de los sesenta, en Europa a creció la actividad femenina, mientras que el empleo masculino estuvo marcado o por el inmovilismo o por la

⁸⁸ En la división natural del trabajo, los hombres y las mujeres se especializaron en las labores que según su capacidad física y su edad les era posible realizar, los hombres se dedicaron a la caza, y las mujeres a la recolección de frutos y la crianza de los hijos.

⁸⁹ De La O María Eugenia, las mujeres frente a la flexibilidad: una reflexión ausente en la sociología del trabajo en México, citado por DIAZ Octavio Maza, las ventas multinivel análisis de las formas de trabajo asociadas. Publicado por UAA, 2006

declinación. Por primera vez en la historia del mundo asalariado, las mujeres ingresaron intensamente en el mercado de trabajo⁹⁰ en un período de desempleo.

En plena crisis del empleo, que se intensificó a lo largo de 1980 en la Unión Europea, la actividad femenina no paró de crecer. Sin embargo, a pesar del aumento de la inserción de la mujer trabajadora en el mundo del trabajo, esa tendencia se daba en los espacios donde la precarización es más acentuada, como por ejemplo, en el trabajo de tiempo parcial y, con una gran diferenciación salarial, frente a este punto se evidencia que, la igualdad de salarios entre hombres y mujeres no existe en ninguna parte⁹¹, en toda Europa, las mujeres tienen salarios significativamente menores que los hombres⁹²

En América Latina, se puede constatar con el acentuado crecimiento de la inserción de la mujer en el mundo del trabajo, a pesar que aún exista un predominio masculino. En Colombia, de 1990 a 1997, hubo una disminución de la fuerza de trabajo masculina de 58,6% a 51,9%, mientras que la femenina aumentó, en el mismo período, de 41,4% a 48,1%. En Uruguay, en 1986, los trabajadores masculinos componían 60% de la fuerza de trabajo y en 1997 ese porcentaje disminuyó a 55%, y el contingente de las trabajadoras aumentó de 40% a 45% en este mismo período, ratificando el predominio masculino⁹³

Respecto a la diferenciación salarial en América Latina, hay que decir que, las diferencias de ingresos entre hombres y mujeres confirman la existencia de discriminación salarial en contra de la mujer. En ningún país se paga una remuneración equivalente a hombres y mujeres con el mismo nivel de instrucción. Los ingresos de las mujeres, jóvenes o adultas, habitualmente son menores que los de los hombres, independientemente del nivel educacional que se considere, y la discriminación se presenta en todos los grupos ocupacionales. La desventaja relativa de los ingresos por hora de las mujeres adultas con respecto a los hombres equivale a alrededor de cuatro años de educación formal⁹⁴

⁹⁰ En Europa, según datos de extraídos de la pagina de Internet de Eurostat, esta inserción de la mujer en el trabajo se puede evidenciar en el trabajo de tiempo parcial, que muchas veces implica salarios menores y pocos derechos laborales. En Europa del Norte, se encuentran los niveles más altos de feminización del trabajo de tiempo parcial, por ejemplo, en los Países Bajos (68,5%), Reino Unido (44,8%), Suecia (41,8%), Dinamarca (34,5%) y Alemania (31,6%). En el extremo opuesto, en Europa del Sur, encontramos los menores índices de feminización del empleo de tiempo parcial, como por ejemplo, Grecia (9%), Italia (12,7%) y Portugal (13%).

⁹¹ Respecto de la diferenciación salarial, investigaciones referentes al año 1995, publicadas en 1999, indican a Dinamarca (11,9%) y a Suecia (13%), entre los países con pequeña diferencia salarial, mientras España (26%), Reino Unido (26,3%), Portugal (28,3%), Países Bajos (29,4) y Grecia (32%) se encuentran entre aquellos con niveles de diferenciación más acentuados

⁹² Tomado de <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>

⁹³ OIT, Panorama Laboral de América Latina, Lima, OIT-Oficina Regional, 1999

⁹⁴ ARRIAGA Irma, Realidades y Mitos del Trabajo Femenino Urbano en América Latina

Según estudios realizados en Latinoamérica, sólo un 40% de las disparidades de ingresos entre varones y mujeres pueden ser explicadas por sus diferencias en cuanto a capital humano y a su capacidad para generar ingresos. El resto, 60%, es imputable a factores de discriminación y refleja principalmente aspectos culturales que segregan el mercado de trabajo en una gama limitada de ocupaciones definidas para ser desempeñadas por mujeres⁹⁵.

En relación a las jornadas de trabajo podemos afirmar, que en general, cuanto menor es el tiempo de trabajo, mayor es la presencia femenina. Eso viene a confirmar la tendencia mundial de presentar la mujer como mayoritaria en las jornadas de trabajo parciales, o sea, hablar sobre trabajo de tiempo parcial es, en gran medida, hablar de trabajo femenino.

Como colofón se puede afirmar que, el papel actual de la mujer en el trabajo esta marcado por la intensificación de su inserción o feminización del empleo en las dos últimas décadas. No obstante, esa presencia femenina se da más en el espacio de los empleos precarios, donde la explotación, en gran medida, se encuentra más acentuada.

Esa situación es una de las paradojas, entre tantas otras, de la mundialización del capital en el mundo del trabajo, por lo que se puede entender que la *precarización tiene sexo*⁹⁶. Prueba de eso es que en Europa, y en América Latina, la flexibilidad de la jornada de trabajo femenina, según autores como Helena Hirata, “*sólo es posible porque hay una legitimación social para el empleo de las mujeres por duraciones más cortas de trabajo: es en nombre de la conciliación entre la vida familiar y la vida profesional que tales empleos son ofrecidos, y se presupone que esa conciliación es de responsabilidad exclusiva del sexo femenino*”.⁹⁷ De la misma manera se puede observar que aun predomina la diferenciación salarial entre hombres y mujeres, esta se sustenta en mitos como acerca de que *Las mujeres reciben menos ingresos porque su nivel de instrucción es menor*. Sin embargo, autores como Irma Arraiga en un análisis acerca de algunos estudios sobre América Latina sobre precarización femenina adelantados por la CEPAL, sostiene que “*...aun manteniendo constantes el número de horas trabajadas y el nivel de instrucción, una porción muy significativa de la diferencia de ingresos entre hombres y mujeres no puede ser explicada y sí puede ser atribuible a la discriminación basada en el género*”.⁹⁸ En el mismo análisis, a partir de la información estadística realizada por la autora, se puede afirmar que “*...en el*

⁹⁵ *Ibíd.*

⁹⁶ Nogueira Mazzei Claudia - El trabajo femenino y las desigualdades en el mundo productivo - Revista Margem Esquerda editada por Editorial Boitempo - SP - Brasil

⁹⁷ HIRATA, H., “Flexibilidade, Trabalho e Gênero”, citada por - Nogueira Mazzei Claudia - El trabajo femenino y las desigualdades en el mundo productivo - Revista Margem Esquerda editada por Editorial Boitempo - SP - Brasil

⁹⁸ Arriagada Irma. Op cit, p 3

mercado laboral las mujeres tienen, en promedio, un nivel de instrucción mayor que el de los hombres. Pero, los salarios percibidos por las mujeres son notablemente más bajos que los de los hombres, independientemente del grado de instrucción que ellas tengan".⁹⁹ Por último, para confirmar la tesis aquí planteada acerca de la diferenciación salarial en América latina concluye que: *estudios sobre América Latina han comprobado que la mayor diferencia de ingresos entre varones y mujeres se registra en los niveles de instrucción más altos*.¹⁰⁰ Lo anterior nos permite deducir que en América latina estamos frente a una situación que denota una evidente inequidad que no tiene un sustento convincente, y solo puede explicarse en una discriminación hacia el mercado de trabajo femenino

En Colombia de igual manera como en América Latina, una evidencia del acerca de la feminización del empleo, se puede observar en el sistema de ventas por catálogo en Colombia, objeto de esta investigación, ACOVEDI respecto al porcentaje de las personas que trabajan en las ventas por catálogo que son hombres o mujeres, indica que a nivel mundial la proporción es de un 75% de mujeres frente a un 25% de Hombres, y en Colombia en el año 2004 de 91% o 591.500 mujeres, frente a un 9% o 58.500 Hombres¹⁰¹.

La feminización del mundo del trabajo es por en una parte *positiva*, dado que permite avanzar el difícil proceso de emancipación femenina y de ese modo minimizar las formas de dominación patriarcal en el espacio doméstico. Pero está también marcada por una fuerte *negatividad*, pues ella viene agravando significativamente la precarización de la mujer trabajadora. Ese lado negativo, a su vez, es consecuencia de la forma por la cual el capital incorpora el trabajo femenino, cuyas características, como la polivalencia y la multiactividad, son derivadas de sus actividades en el espacio reproductivo, lo que las torna más apropiadas para las nuevas formas de explotación por el capital productivo. Se puede afirmar por lo tanto que la relación entre trabajo y mujer esta marcada por un *movimiento contradictorio*, dado que si bien se puede evidenciar una emancipación parcial, es decir el ingreso del trabajo femenino en el universo productivo, es alterada de modo significativo, por una *feminización* del trabajo que es sinónimo de *precarización social* y un mayor grado de explotación del trabajo.

3.8 PRECARIZACIÓN DEL TRABAJO FEMENINO¹⁰²

Durante la crisis de comienzos de los años ochenta, el crecimiento del sector informal constituyó la principal variable de ajuste del mercado laboral

⁹⁹ *Ibíd.* p. 3

¹⁰⁰ *ibíd.* p 4

¹⁰¹ Disponible en internet < www.acovedi.org/ventadirectaencolombia >

¹⁰² Arriagada Irma. Op cit, p 4

latinoamericano. El aumento del desempleo y la informalidad fue acompañado por fuertes descensos de los ingresos laborales y una rápida precarización del empleo; se incrementó el empleo temporal y de tiempo parcial, que, al mismo tiempo, perdió calidad.

Una de las tendencias regionales ya señaladas es la expansión del empleo no asalariado, la crisis y el nuevo patrón de reconversión productiva han dado lugar a un aumento de ocupaciones, que pueden definirse como precarias, en términos de su discontinuidad en el tiempo y falta de regulación en cuanto a leyes laborales (ausencia de contratos), salarios (no se respeta el salario mínimo), horarios, seguridad social las cuales tienen un importante componente femenino. Entre ellas cabe señalar ocupaciones precarias tradicionales, como el trabajo doméstico, y nuevas modalidades de trabajo a domicilio, por cuenta propia y en microempresas.

Se aprecia así cómo la crisis dio lugar al desarrollo de pequeñas unidades productivas, al inducir la reconversión de las empresas medianas y grandes, lo que las hizo reducir el número de ocupados, así como su reestructuración, que las llevó a reemplazar a los trabajadores permanentes por subcontratos con pequeñas empresas, convergiendo con las diversas estrategias de supervivencia de los sectores más afectados.

Al intentar medir la participación femenina en el sector informal y precario, los problemas generales con los que tropiezan las mediciones del trabajo femenino se dan de manera mucho más aguda. Gran parte de las actividades realizadas por mujeres que podrían corresponder a este sector no se registran, ya que se consideran parte del trabajo doméstico que desempeñan las mujeres. Sin embargo, pese a ello, las mujeres ocupadas más pobres se ubican en el sector informal urbano y que si se agrega el sector doméstico, en la mayoría de los casos el porcentaje pasa de 70%. La información proveniente de las encuestas de hogares para 12 regiones urbanas de América Latina indica que la proporción de mujeres ocupadas en este sector fluctúa entre 35% (Panamá) y 74% (Bolivia)¹⁰³

Existen una serie de ocupaciones que presentan un componente femenino y que muestran como principal característica la precariedad. Ellas son las trabajadoras del hogar; las trabajadoras a domicilio y las trabajadoras por cuenta propia, de las cuales se realizara una breve explicación¹⁰⁴.

- a) Las trabajadoras del hogar:** Según las Naciones Unidas, si el trabajo doméstico se contabilizara, su contribución representaría hasta un 40% del producto nacional bruto de los países industrializados. En lo que respecta al

¹⁰³ Tomado de www.cepal.org/

¹⁰⁴ Arriagada Irma. Op cit, p 5

trabajo o servicio doméstico remunerado, especialmente el que se efectúa con residencia en el hogar, se han señalado las siguientes características: unión de lugar de trabajo y vivienda en el caso de las trabajadoras residentes; relaciones laborales que se aproximan a las de servidumbre y que mezclan lo laboral con lo afectivo y lo personal; y elasticidad de la oferta en el caso de las trabajadoras no residentes.

Hacia los años ochenta, el trabajo doméstico era una de las ocupaciones más importantes en términos de absorción de mano de obra femenina. En 1995, en cambio, la proporción de mujeres ocupadas en el trabajo doméstico remunerado en las áreas urbanas de 13 países de la región alcanza magnitudes entre 9% (Venezuela) y 24% (Paraguay) del total del empleo femenino. En los países que cuentan con información para los años 1980 y 1995, la tendencia observada indica una disminución del trabajo doméstico como ocupación femenina en Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile Honduras, Paraguay, Uruguay y Venezuela, en tanto que en Argentina, México y Panamá se percibe un ligero aumento.

Pese a que la captación de empleadas domésticas puede subregistrarse por ser un trabajo desvalorizado y de bajo prestigio, las cifras indican que para las mujeres esta ocupación es aún muy importante como puerta de entrada al mercado de trabajo. Según las encuestas de hogares para el año 1994, la mayoría de las mujeres trabajadoras del hogar son jóvenes, solteras, tienen niveles bajos de educación y trabajan como residentes. Sin embargo, se observa una tendencia que apunta al desplazamiento hacia el trabajo no residente, situación que se produce con mayor frecuencia en los países con niveles más altos de desarrollo. Al mismo tiempo, hay notables diferencias entre países y según la modalidad de trabajo escogida, que puede ser con o sin residencia en el hogar del empleador. Las trabajadoras residentes son, en su inmensa mayoría, solteras, tienen alrededor de 30 años de edad, un nivel de instrucción promedio de cuatro a siete años de instrucción, y los ingresos que perciben fluctúan entre 24% (Panamá) y 61% (Uruguay) de los ingresos medios. Las trabajadoras no residentes presentan un nivel de instrucción similar, ingresos más bajos que las puertas adentro -fluctúan entre 22% (Honduras) y 47% (Argentina) del nivel promedio-, tienen más edad y en su mayoría están casadas o en unión consensual. Uno de los problemas más serios que enfrentan las trabajadoras del hogar es el aislamiento de su quehacer, lo que dificulta la organización y la lucha corporativa para mejorar sus condiciones de trabajo y de ingreso. Su situación se torna aún más difícil porque no están amparadas por la legislación ordinaria que rige para los trabajadores, bajo el pretexto de que no tienen un lugar común de trabajo, y no producen un bien tangible.

- b) Las trabajadoras a domicilio:** Las mujeres que trabajan a domicilio ofrecen mano de obra barata que, en una coyuntura de crisis y ajuste, permite resolver el dilema de elevar los ingresos familiares e intensificar

simultáneamente el trabajo doméstico. Las actividades en las que se concentra el trabajo domiciliario son de carácter tradicional: confección, textiles, cuero, calzado, tabaco y otras.

No existen suficientes estudios de cobertura regional que permitan mostrar la expansión de este segmento de las trabajadoras; sin embargo, es evidente que sus condiciones laborales, como en el caso de las trabajadoras informales y las del hogar, no están sujetas a regulación alguna, o si lo están, esas disposiciones no se cumplen.

- c) Las trabajadoras por cuenta propia:** La proporción de hombres y mujeres que trabajan por cuenta propia son bastante similares, salvo en Bolivia, donde más de la mitad de las mujeres ocupadas trabaja bajo esa modalidad. La participación en esta modalidad laboral aumentó tanto para los hombres como las mujeres en todos los países de Latinoamérica. Sin embargo, una mayor proporción de mujeres se ocupa como trabajadoras por cuenta propia en aquellos países con fuertes contingentes indígenas: Bolivia, Guatemala, Honduras y Paraguay. Otra categoría ocupacional cuantitativamente muy pequeña, pero que también percibe ingresos exigüos, es la de las trabajadoras familiares (con o sin remuneración). Se ha procurado favorecer a los trabajadores por cuenta propia con diversas medidas, como sistemas crediticios especiales, capacitación enfocada al desarrollo de las capacidades empresariales y apoyo a la gestión de las pequeñas empresas, entre otras; sin embargo, será necesario diseñar medidas especiales para las mujeres del sector, las que combinen habilidades y dificultades específicas derivadas del sistema de género predominante en la región.

3.9 LA VENTA DIRECTA: UN TRABAJO PARA MUJERES

Hasta aquí se ha dicho que el mundo laboral o ha precarizado y feminizado el trabajo, en este orden de ideas, la pregunta clave de esta investigación es, *¿por que la tendencia mundial y local es que en gran mayoría sean las mujeres quienes se dedican a las ventas por catalogo?*, con la finalidad de responder a esta cuestión, este trabajo analizará las causas que llevan al genero femenino a dedicarse a esta labor.

En primer termino podría afirmarse que las ventas por catalogo permiten combinar el trabajo domestico, con el extra domestico, esto se puede evidenciar, en las campañas de reclutamiento de las empresas, las cuales, principalmente, giran en torno a que esta labor permite obtener ingresos extras sin descuidar a la familia, es decir, tácitamente las empresas de venta directa estancan la posibilidad de las mujeres de realizar otras actividades asalariadas pues les marginan y les confinan al trabajo domestico, de igual manera, las empresas de venta directa, insisten que esta labor no requiere preparación, por lo que asumen indirectamente que las mujeres están en desventaja intelectual que los hombres. Es decir La dinámica

entre el trabajo domestico y extradomestico exige a las mujeres —si bien no a todas— alternar estas actividades y buscar formas de trabajo que les permitan combinar ambas. Lo que nos muestra las vías en las que se construyen los acuerdos familiares para la sobrevivencia. Las mujeres encuentran atractivo un trabajo —como el de las ventas por catalogo— que no exige capacitación, que no marca un horario predeterminado y que no exige la presencia permanente en un lugar físico. Se trata de un tipo de ocupación que se acopla a las necesidades de las mujeres que realizan Trabajos Domésticos.

Otra estrategia, es afirmar que esta labor es mas fácil para las mujeres puesto que ellas son mas sociables y pueden comercializar los productos haciendo uso de sus cadenas de amistades, y familiares por lo que el uso de recursos, como las propias redes sociales¹⁰⁵, para realizar el trabajo implica que las vendedoras sean contratadas, para realizar las ventas no sólo como fuerza de trabajo. Son vistas, también, como parte de redes sociales lo que implica que tienen la posibilidad de vender entre las personas que componen este grupo. La red social es parte de los recursos que la vendedora debe poner en juego al realizar esta actividad. Si bien es cierto, existen estudios que nos dejan ver que las amistades son recursos fundamentales para la vida económica; en este caso, su importancia es mayor, ya que se tornan elemento fundamental del intercambio, pues son el campo en el que se realiza la venta. A lo que se suma la importancia que adquiere el propio aspecto físico de las vendedoras y sus conocimientos de los productos.

Otro aspecto que se utiliza con frecuencia es que los productos que se ofrecen a través de un catalogo, en mayor medida son destinados a las mujeres, y quien entiende mas a una mujer que otra mujer, de igual manera como se ha anotado con antelación, la sociedad le ha asignado un papel de delicadeza a las mujeres, y otorgándole el papel rudo a los hombres, en este orden de ideas la sociedad estigmatiza a aquellos hombres que venden productos de belleza, o ropa interior, según esto es mas aceptable que esto lo hagan las mujeres.

Por último, el factor determinante que lleva a que las mujeres se dediquen en mayor medida a las ventas directas, es la posibilidad de generar ingresos, y como se explicara mas adelante, en países del tercer mundo como el nuestro, estos ingresos son la única alternativa para subsistir, de esta manera las empresas de venta directa juegan con la vulnerabilidad económica de las mujeres, debido a esto las empresas responden a las demandas de un mercado contraído y aprovechar las condiciones de alto desempleo. Finalmente, aprovechan una mano de obra desplazada y sin expectativas; la cual no puede formular mayores exigencias en cuanto a condiciones de trabajo

¹⁰⁵ Este concepto refiere a las redes de amigos, conocidos, y familiares como posibles compradores de productos

3.10 LA VENTA DIRECTA: UN FENOMENO EN EXPANSION

Como ya se había anotado en el capítulo primero de esta investigación La “venta directa” es un fenómeno mundial de creciente expansión, esta afirmación se respalda en la información obtenida de la WFDSA o Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa quien relaciono estimo en el mes de mayo de 2008 el numero de personas vinculadas al sistema de ventas por catalogo en el mundo, igualmente el valor de las utilidades desde el año 2003 consolidadas gracias a esta labor, los resultados están resumidos en la siguiente tabla denominada *Registro De Ventas Directas A Nivel Mundial*¹⁰⁶ en ella se discrimina el país, el año del registro, el detalle de las ventas y el numero de vendedores en el mundo.

¹⁰⁶ www.wfdsa.org/statistics

Tabla 3: Registro de ventas directas a nivel mundial

PAIS	AÑO	MONEDA	VENTAS	DE VENDEDORES
Argentina ***	2007	\$	992 million	765,000
Australia ***	2006	\$	1.3 billion	700,000
Belgium	2004	\$	100 million	19,000
Brazil ***	2006	\$	6.9 billion	1,600,000
Canada	2006	\$	1.22 billion	538,475
Chile ***	2006	\$	418 million	256,000
Colombia ***	2006	\$	1 billion	871,746
Czech Republic	2006	\$	205 million	212,800
Dominican Republic	2006	\$	51 million	73,250
Denmark ***	2006	\$	115 million	60,000
Ecuador ***	2007	\$	280 million	250,000
Estonia ***	2006	\$	38 million	30,500
Finland ***	2006	\$	188 million	86,000
France	2006	\$	1.914 billion	202,000
Germany*	2006	\$	8.297 billion	713,537
Guatemala	2006	\$	859 million	39,664
Hong Kong	2005	\$	180 million	105,000
Hungary	2006	\$	201 million	194,250
India ***	2006	\$	691 million	1,400,000
Indonesia ***	2006	\$	800 million	7,557,328
Ireland ***	2006	\$	60 million	15,100
Italy ***	2007	\$	3.58 billion	335,000
Japan ***	2006	\$	20.39 billion	2,700,000
Korea ***	2006	\$	8.75 billion	3,124,036
Lithuania ***	2006	\$	49 million	26,000
Malaysia ***	2006	\$	2.06 billion	4,000,000
Mexico ***	2006	\$	3.604 billion	1,900,000
Netherlands	2005	\$	148 million	46,576
New Zealand ***	2006	\$	180 million	135,000
Norway	2005	\$	212 million	80,000
Panama	2006	\$	31 million	12,500
Philippines	2006	\$	378 million	1,906,172
Poland ***	2006	\$	682 million	658,000
Portugal	2006	\$	96.958 million	34,370
Romania ***	2006	\$	155 million	285,000
Russia	2007	\$	2.78 billion	3,375,849
Singapore ***	2006	\$	302 million	563,000
Slovenia ***	2006	\$	41 million	46,500
South Africa	2006	\$	632 million	729,000
Spain ***	2006	\$	735 million	171,934
Sweden ***	2007	\$	400 million	100,000
Switzerland	2003	\$	355 million	6,885
Taiwan ***	2006	\$	1.7 billion	4,230,000
Thailand ***	2006	\$	1.363 billion	4,100,000
Turkey ***	2006	\$	773 million	564,617
Ukraine	2007	\$	449 million	708,347
United Kingdom ***	2006	\$	3.564 billion	419,500
United States ***	2006	\$	32.18 billion	15,200,000
Uruguay	2007	\$	42 million	43,000
Venezuela ***	2006	\$	887 million	980,000
Other **		\$	534 million	179,946
TO TAL		\$	111 billion	62,429,596

* El acapite otros, incluye a los países Austria, Costa Rica, Israel, y Peru

*** El valor de las ventas incluye, el mercado de las compañías que no son miembros de la WFSDA

De esta tabla se puede deducir que¹⁰⁷:

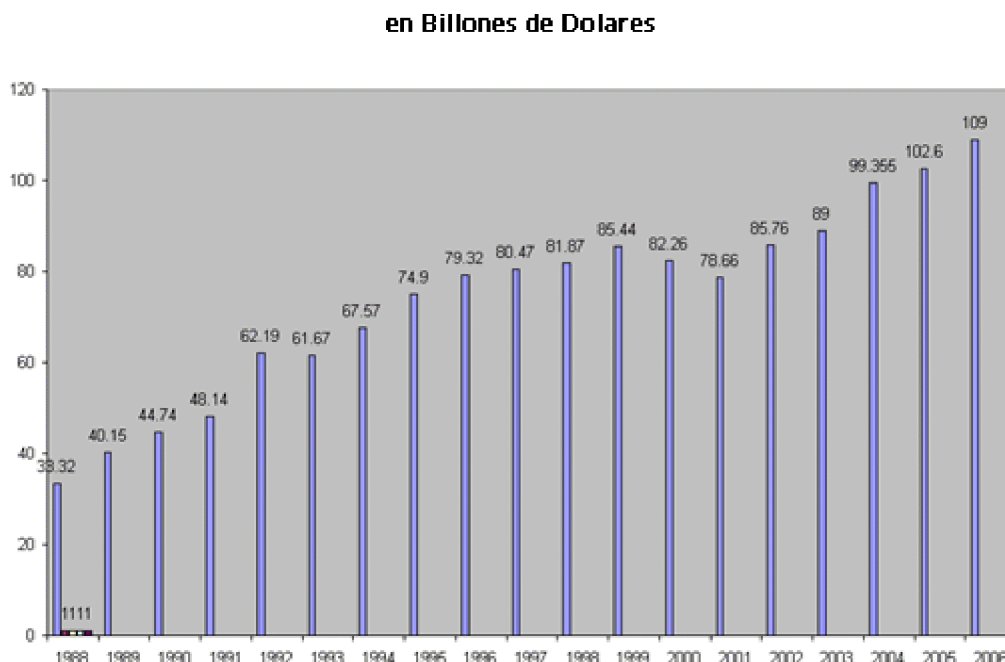
1. Durante el periodo correspondiente a los años 2003 y 2007, la actividad de venta directa en el mundo genero para las empresas de venta directa del mundo utilidades por 111 billones de dólares.
2. Durante el periodo comprendido entre el año 2003 al año 2007, 62.429.596 millones de personas se vincularon a la actividad de venta directa en el mundo
3. Países desarrollados como Estados Unidos, Japón, Alemania, Reino Unido, Brasil, Corea reportan los índices mas altos de utilidades en el mundo reportando 80.07 billones de dólares casi el 72% de las utilidades totales.
4. Estados Unidos e Indonesia son los países que tienen mayor número de vendedores en el mundo con 15.200.000 y 7.557.328 personas respectivamente.
5. Brasil es el país que tiene mayor numero de vendedores en Suramérica con 1.600.000 personas, seguido de Venezuela con 980.000 personas
6. en Suramérica Colombia es el segundo país que mayores utilidades reporta gracias al sistema de ventas por catalogo con 1 billón de dólares acovedi estima que según el estudio a la actividad de ventas por catalogo se dedican 871.746 personas en Colombia.

Para reforzar la idea acerca del crecimiento de la actividad de la venta directa, otro estudio realizado por la WFDSA Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa, denominado *Estimación de Ventas Globales de los años 1988 al 2006*¹⁰⁸, indico las utilidades percibidas medidas en billones de dólares gracias al sistema de ventas por catalogo, del mencionado estudio se puede evidenciar el crecimiento de la percepción de utilidades por parte de las empresas de venta directa durante 18 años a nivel mundial, pasando de 38.32 billones de dólares en utilidades recibidas durante el año 1988, a 109 billones en el año 2006 siendo este Ultimo el año que mayores utilidades reportó a esta industria, esto indica un crecimiento de el 284% en 18 años es evidente que el mayor crecimiento empieza con posterioridad al año 1991 coincidiendo con la aplicación de las nuevas políticas del libre mercado las cuales beneficiaron enormemente a esta industria, la información se resume en el siguiente grafico.

¹⁰⁷ Deduciones realizadas por el autor de la investigación

¹⁰⁸ Disponible en internet <[www.wfdsa.org/publications/WFDSAGlobal Retail Sales](http://www.wfdsa.org/publications/WFDSAGlobalRetailSales)>

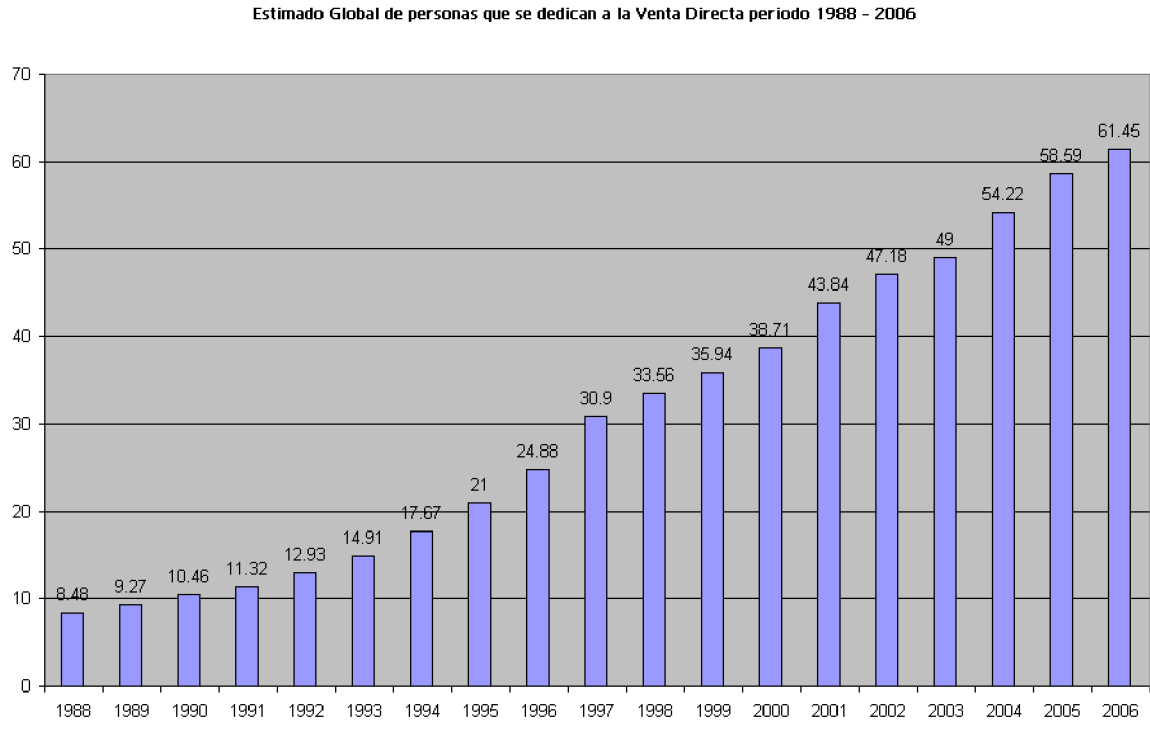
Figura 5: Estimación de ventas globales de los años 1988 al 2006 en billones de dólares



Por último la WFDSA Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa a través de un estudio denominado “*Estimado Global de personas que se dedican a la venta directa periodo 1988 - 2006*”¹⁰⁹ publicado en el mes de mayo de 2008 indica el número de personas que han venido vinculándose al sistema de ventas por catalogo desde el año 1988 hasta el año 2006, de este estudio se puede evidenciar al igual que las utilidades percibidas en el mismo periodo un crecimiento ostensible de la fuerza de trabajo vinculada a este sector durante 18 años, paso de tener 8.48 millones de personas trabajando en el sistema de ventas por catalogo en 1988 a 61.45 millones de personas trabajando en el año 2006 esto indica un crecimiento del 724% en 18 años, sin embargo, el estudio no aporta datos acerca de la ocupación femenina en este sistema, por lo que solo se puede especular que dada la feminización y precarización del trabajo producto de la globalización, en una gran medida son las mujeres las que aportan a esta estadística de fuerza de venta.

¹⁰⁹ [www.wfdsa.org/publications/WFDSAGlobal Sales Force](http://www.wfdsa.org/publications/WFDSAGlobal%20Sales%20Force).

Figura 6: Estimado global de personas que se dedican a la venta directa periodo 1988 - 2006



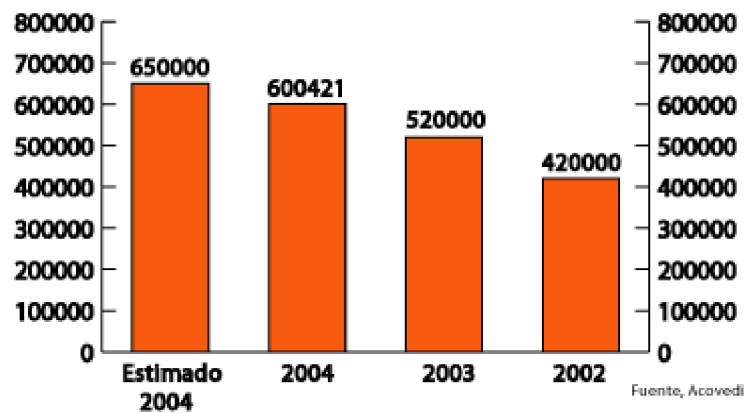
3.11 VENTA DIRECTA EN COLOMBIA

El único dato que se tiene sobre el número de trabajadoras de la venta directa proviene de ACOVEDI, o La Asociación Colombiana de Venta Directa organización sin ánimo de lucro, que agrupa a las principales empresas de Venta Directa de Colombia su finalidad es la de promover actividades de ayuda mutua y de mejoramiento de las empresas de venta directa, así como de servir de medio de expresión y de defensa de los intereses de este gremio. A pesar que no existen estudios independientes que reflejen la realidad de las personas que se dedican a esta labor, ACOVEDI afirma que, en Colombia la venta directa como tal existe aproximadamente hace 26 años, en los que se ha visto una evolución constante y permanente, tanto en las ventas que producen las empresas de venta directa que actualmente ascienden aproximadamente a \$1.400 millones de dólares¹¹⁰, como se puede evidenciar en el siguiente grafico

¹¹⁰ Tomado de www.acovedi.org.co/ventadirectaencolombia

Respecto al número de personas que se dedican la venta directa, ACOVEDI estima que la fuerza de ventas, como son denominadas las personas que venden por catalogo ha crecido, se paso de 420.000 vendedores que se contabilizaban en el año 2002, a 650.000 personas en el año 2004¹¹¹, esto se puede evidenciar en el siguiente grafico.

Figura 7: Evolución de la fuerza de ventas 2002 - 2004



No obstante en la realidad esta cifra puede ser mayor teniendo en cuenta dos aspectos el primero es que las empresas de venta directa nacionales al igual que en otros países mantienen un hermetismo respecto a la dimensión real de esta información por las implicaciones sociales que esto tendría al poder verificar que el numero de personas que se dedican a esta labor, es superior al que indican las encuestas oficiales, y por otra parte muchas de las personas que laboran en las ventas por catalogo no están afiliadas directamente a estas empresas si no que lo hacen a través de una persona que efectivamente esta afiliada, cada vendedora como mínimo tiene la colaboración de una o dos personas mas integrantes del núcleo familiar o de su grupo de amigos esto refuerza la tesis de las empresas respecto de que esta actividad es desarrollada sin restricción de sexo, edad, nivel educacional o experiencia previa.

¹¹¹ Tomado de www.acovedi.org.co/preguntasfrecuentes

3.12 PRINCIPALES EVIDENCIAS DE PRECARIZACIÓN LABORAL EN EL SISTEMA DE VENTA DIRECTA

El estudio de esta forma precarizada del trabajo, como es la venta directa, ha devenido en un gran reto, puesto que se realiza en horarios que elige la propia trabajadora, se regula mediante un contrato de distribuidor independiente, sin seguridad de ingresos, sin prestaciones, para una empresa sin rostro y aparentemente sin una figura patronal evidente. Lo anterior nos lleva a pensar que estamos ante un trabajo distinto a lo que tradicionalmente hemos conocido como el asalariado. Diferencias que se suman a las relativas a la configuración de la jornada y se traducen en la posibilidad de vender, al mismo tiempo que se realizan labores domésticas, se convive con otras personas, o en su caso, se trabaja en otra actividad. Lo que genera que el mundo del trabajo y el resto de la vida aparezcan mezclados o confundidos, sin fronteras claras, generando transformaciones en diferentes dimensiones de la vida.

En capítulos anteriores esta investigación se ocupó de delimitar un concepto amplio de precarización del trabajo, que abarcaba cuatro dimensiones en la precariedad laboral: *incertidumbre sobre la continuidad de la relación laboral, el desmejoramiento de la situación de trabajo, la insuficiencia y incertidumbre de los ingresos salariales y la reducción de la protección social*, ahora, con las bases suficientes, se pretende explicar las circunstancias que determinan como se concreta el concepto de precarización del trabajo, en el sistema de ventas por catálogo o venta directa, en este orden de ideas los aspectos primordiales de la precarización se concretan en seis características, *La Negación de la relación laboral de las empresas de venta directa, con la “Fuerza de Ventas”, la Ausencia de Prestaciones Sociales, la prohibición no expresa de adquirir nuevos empleos, la Confusión del tiempo de trabajo con el resto de la vida diaria, el ocultamiento y violación del código de ética por parte de las empresas de venta directa, y la Nueva conformación de los espacios de trabajo*¹¹².

3.12.1 LA NEGACIÓN DE LA RELACIÓN LABORAL DE LAS EMPRESAS DE VENTA DIRECTA, CON LA “FUERZA DE VENTAS”

Uno de los cimientos de las empresas de venta directa es que, les permite movilizar una gigantesca fuerza de ventas, sin requerir contratos laborales formales. Las trabajadoras de venta directa presentan el caso extremo de la existencia de un acuerdo entre las empresas del sector, que incluye un código de ética común, con base en parámetros internacionales, según el cual no se las

¹¹² La exposición de estas características, ha sido realizadas en su integridad por el autor de la investigación, dada la inexistencia de textos acerca del tema en cuestión, las apreciaciones son el resultado de la comparación de 10 entrevistas realizadas a informantes claves, que se dedican a las ventas directas, con los conceptos bibliográficos que refieren acerca de la precarización del trabajo.

considera trabajadoras autónomas ni dependientes, sino meramente colaboradoras, mediante subterfugios lingüísticos como *distribuidor, representante de ventas, asesor comercial, dealer, vendedor, consultora de belleza, o empresario*.

“() Las empresas tienen mañas para que vendamos, nos dicen ustedes son mariposas, que despliegan sus alas para alcanzar sus sueños, ustedes son unas empresarias que se dan gustos, y les gusta vender, para darse esos gustos”¹¹³*

“() Nos dicen: es que este es un trabajo independiente, este es un trabajo, en el que cada uno trabaja lo que quiere, por que las ganancias son altísimas, si quieren un carro, pueden dedicarle su esfuerzo a vender para comprarlo. También dicen aquí solo son ganas de trabajar, aquí no se les pide papeles, ¿donde encuentran otro trabajo así?”¹¹⁴*

Las empresas que utilizan venta directa crean una estructura laboral no registrada como tal, consistente en:

- **En el nivel mas bajo:** vendedoras, o promotoras, consultoras, o dependiendo del nombre asignado por sector empresario, por las empresas de venta directa.
- **En el nivel más alto:** coordinadoras, gerentes de zona, sección o región, acceden a ese puesto con base en la confianza que la empresa le tiene a lo largo del tiempo, cuando se desempeñaban como vendedoras.
- **En un plano intermedio:** Ayudantes de las coordinadoras, o guías, cada coordinadora puede tener hasta veinte ayudantes.

Sin embargo, a pesar de las múltiples denominaciones que se les dan a las trabajadoras, a fin de negar la existencia de el vinculo laboral con las empresas de venta directa, los indicadores son elocuentes en una variedad de rasgos de dependencia.

La forma de vinculación de la *“fuerza de ventas”¹¹⁵*, se realiza a través de un contrato de suministro de mercancías, este, en la mayoría de los casos es acompañado de la firma de un pagaré, el cual garantiza el pago de las mercancías adquiridas por las vendedoras, y se hará efectivo en caso de que la compradora, no cancele la mercancía recibida.

¹¹³ (*)entrevista realizada a la señora Edilma Enriquez, trabajadora de Avon en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 13 de junio de 2009

¹¹⁴ (*) entrevista realizada a la señora Piedad Caicedo, trabajadora de Esika, en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 15 de junio de 2009

¹¹⁵ Terminado adoptado por la WFDSA

Dado que la relación entre la fuerza de ventas y las empresas es una relación comercial que se apoya en un contrato de suministro de mercancías, implica la negación de cualquier vínculo laboral, permitiendo que en los dos extremos de este vínculo aparezcan, por un lado las empresas proveedoras, y por el otro, no solo la fuerza de ventas (trabajadora), si no varios miembros de su familia quienes colaboran con la “empresa de mamá”¹¹⁶, aquí, ellos ingresan indirectamente al sistema de venta directa, ampliando la fuerza de ventas de la empresa, ya que es muy común que el esposo, o compañero permanente, en caso de que la afilada lo tenga, u otro familiar, colabore con las actividades de las ventas por catalogo, como: esperar la llegada del pedido¹¹⁷, organizar los productos para su posterior entrega a los clientes, acompañar a la vendedora a entregar los pedidos, y a cobrar el valor de los mismos, entre otras.

“() Yo le ayudo a mi mami, llevo los catálogos al colegio, allá las profes me compran, cuando llega el pedido y ella no esta, ordeno en paqueticos los pedidos para que le toque mas fácil”¹¹⁸.*

Como ya se explico en el capitulo primero de esta investigación, Las vendedoras son reclutadas básicamente por las propias coordinadoras, o gerentes de zona, quienes entre sus tareas tienen la de detectar potenciales vendedoras, para lo que suelen valerse de múltiples formas por ejemplo en una “sombrija en esquinas o plazas del barrio. Otra vía es a través de la vendedora, quien está autorizada a proponer nuevas colegas, lo que puede merecer un premio, para ello, ambas tienen que trabajar juntas durante cinco campañas, y ver los resultados obtenidos.

“() Quien quiere ganarse este premio, alcen la mano, y todos decimos yo, entonces nos dicen, tienen que traer otra amiga, para ganárselo, y para que ella también se lo gane. Por eso ¡motiven!, ¡motiven!, díganles si quieren ser mujeres de éxito consultoras estrellas como yo, vendan como yo”¹¹⁹*

La coordinadora, o gerente de zona, aunque no tiene relación laboral con la trabajadora, tiene un vínculo permanente con esta y sus ayudantes, centrado en la provisión de la mercadería y el control, a través de frecuentes llamados

¹¹⁶ Terminó utilizado por la empresa Yambal, para definir la labor realizada por vendedoras por catalogo

¹¹⁷ Las vendedoras directas, deben hacerse cargo de dos costos básicos vinculados a la venta y, en general, a la relación con la empresa: el catalogo de ventas y el transporte de la mercadería hasta su domicilio.

¹¹⁸ (*) entrevista realizada a la menor Lucía Torres, con autorización de su madre la señora Ana María Sancehez, trabajadora de Avon, Leonisa, Esika, y Yambal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

¹¹⁹ (*) Entrevista realizada a la señora Alba Benítez, trabajadora de Dupree en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 18 de junio de 2009

telefónicos, para recordarle que ya cierra la campaña o que está por realizarse la conferencia.

“Me han llamado varias veces en el día, y me dicen, para recordarle que hoy es la conferencia de Esika, recuerde llevar el cupón cancelado, si no, no participa en la rifa de los premios”¹²⁰

La gerente de zona utiliza una serie de “Ganchos”, a fin de atraer nuevas vendedoras, algunas de ellos son:¹²¹

- Es una buena opción para iniciar su propio negocio
- En esta época de desaceleración económica y desempleo es una buena alternativa para emprendedores con limitaciones de capital
- Este sistema ofrece libertad de horario, ya que puede realizar su actividad de negocio sin descuidar las responsabilidades personales y de familia.
- No importa el nivel escolar
- Las ganancias provienen de las comisiones generadas por tus propias ventas
- El sistema elimina a los intermediarios tradicionales (tiendas, supermercados), dado que los vendedores directos son representantes de la misma empresa.
- Ofrece mas que una empresa propia, libertad, reconocimiento e ingresos ligados a los resultados
- Usted obtiene la oportunidad de recibir reconocimientos, ya que la empresa valora el esfuerzo de sus representantes, el esfuerzo y la dedicación son reconocidos y recompensados

Para reforzar estos “ganchos”, las gerentes de zona, además mantienen un discurso prefabricado frente a las preguntas frecuentes que les plantean las vendedoras entre ellas¹²²:

- *¿Cómo ingresar como vendedora? Mediante una consultora en tu localidad o llamando por Teléfono, a tu gerente de zona.*
- *¿Existen montos mínimos de ventas? Se puede vender tan poco como se desee, pero usted gana de acuerdo a lo que vende.*
- *¿Puedo trabajar medio tiempo? Claro. Usted fija sus propios horarios, elige cuánto tiempo y por cuánto tiempo quiere trabajar y decide cuándo quiere una promoción.*
- *¿Cuánto tardaré en lograr un salario como gerente de zona? De nueva cuenta, usted decide que tan rápido avanza construyendo su negocio y a sí*

¹²⁰ (*)entrevista realizada a la señora Teresita Ríos, trabajadora de Avon, Esika, y Marketing en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 27 de junio de 2009

¹²¹ Esta clasificación fue extraída de un volante de reclutamiento para nuevas vendedoras de la empresa AVON

¹²² DIAZ Octavio Maza, Op Cit, p 184

misma, con la ayuda de su propio equipo de ventas.

- *¿Se requiere experiencia? No, su gerente de zona le enseñará lo que necesita saber.*

Como se puede evidenciar, este discurso aparece muy atractivo para las vendedoras al mostrarle que las amas de casa puedan realizar un trabajo compatible con sus labores domésticas.

3.12.2 AUSENCIA DE PRESTACIONES SOCIALES

Al no existir vínculo laboral entre las empresas de venta directa, y su fuerza de ventas, no existe obligación de pagar prestaciones sociales a este colectivo, de igual manera tampoco existe obligación de afiliación por parte de las empresas al sistema de seguridad social en salud y pensiones, esto implica la ausencia de protección integral del ser humano contra las necesidades sociales, inexistencia de la previsión social, seguro social, salud ocupacional, políticas de salario, jornadas y descansos, entre otras

“() A ellos no les importa, que sepamos que tenemos derecho a prestaciones, por que donde sepamos, nos sublevamos, y armamos sindicatos, no nos hablan de horas trabajadas, les importa hablar bien de los productos, que los productos son una belleza, de los mejores laboratorios, para personas así, se inventan que, el perfume del mar que el olor de las olas, pero jamás nos hablan de prestaciones”¹²³.*

Si bien al no existir el concepto de relación laboral, no existe tampoco el concepto de despido, ni indemnización por este motivo; el miedo de perder el empleo, temor certero hasta hace unos años, es reemplazado por el temor de caer en la indigencia, esta situación sumada al componente subjetivo de las empresas de venta directa, garantiza el sometimiento de la fuerza de ventas a las condiciones implantadas por las empresas.

Si descartamos los conceptos de relación laboral y el concepto de despido e indemnización, no se puede dejar de lado el concepto de *salario*, entendido como la remuneración de los servicios prestados por el trabajador en una relación de trabajo dependiente, el cual en este caso es remplazado por el de *comisión por ventas*, este ingreso percibido por las vendedoras oscila entre el 20% y el 30 % del valor de tapa de los folletos¹²⁴. El ingreso es obtenido a lo largo de una campaña de 18, 19, o 20 días.

¹²³ (*) entrevista realizada a la señora Carolina Caicedo, trabajadora de Avon, Yambal, y Leonisa en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 18 de junio de 2009

¹²⁴ El valor de la tapa de los folletos, es el valor que comúnmente se indica a los clientes en los folletos, para la adquisición de los productos.

La trabajadora liquida a la empresa el monto que recibe por cada producto, por lo que la certeza acerca de cual es el porcentaje que efectivamente reciben no esta determinado, además se debe dejar en claro que la vendedora asume otros gastos en la factura, por ejemplo los gastos de transporte de la mercancía desde la empresa hasta su casa (flete), y el valor de los catálogos, estos son incluidos en la factura. Una vez calculado el valor a consignar a la empresa, la vendedora la deposita en un tipo especial de cuentas en los bancos, o a través de empresas de correo como Servientrega.

“() Nosotras prácticamente no ganamos lo que nos ofrecen, por que pagamos flete, otras veces, si no va a dejar el pedido el transportador a la casa, nos toca ir a traerlo; tenemos que llamar a la gerente para saber hasta cuando nos dan permiso para pagar, si podemos adicionar productos a los ya pedidos, o para un cambio. Además yo, vivo retirado del casco urbano de la ciudad, me toca pagar transporte, zapatos no nos dan y eso se gasta mucho, por que tenemos que ir a ofrecer y a cobrar”¹²⁵.*

“() A veces nos ha tocado cancelar de nuestro bolsillo, para que realicemos los cambios, de productos, el flete, por que la gerente no vive en nuestra ciudad, son \$ 8.000, o \$ 9.000 pesos para hacerle llegar el cambio a la casa de ella, y eso nos rebaja el porcentaje que ganamos”¹²⁶.*

La comisión por ventas, reemplaza el concepto de salario, sin embargo, puede definirse como una *contraprestación de la empresa de venta directa por las ventas realizadas por la fuerza de ventas*¹²⁷, no obstante lo anterior, no podemos afirmar que existe el concepto de *comisión mínima*, dado que esta contraprestación es variable, y depende exclusivamente de las ventas realizadas por la vendedora, por lo que si no hay ventas no existe contraprestación.

El carácter de los ingresos, percibidos por la vendedora directa, asume una perspectiva diferente según en el país que se trabaje, esto dado que en los países ricos o de primer mundo significan una alternativa a la actividad laboral formal, es decir puede considerarse como un *“ingreso adicional”* para las familias, ya que es posible que personas asalariadas decidan llevar un catalogo de productos a su empresa, y capturar una que otra venta, de esta forma adicional al salario percibido, habría un ingreso extra, en este orden de ideas, al tener la garantía de una persona asalariada, el tiempo dedicado a la venta directa seria menor y esta actividad seria mirada como *subsidiaria*, por lo que omitir vender por un día, o solo realizar venta por catálogos en horario de oficina, descansando domingos y

¹²⁵ (*)entrevista realizada a la señora Rosalba Ortega , trabajadora de Avon, Leonisa, Esika, y Yambal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

¹²⁶ (*)entrevista realizada a la señora Edilma Enríquez, trabajadora de Avon en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 18 de junio de 2009

¹²⁷ Concepto adaptado por el autor de la investigación del concepto de salario del código sustantivo del trabajo

festivos no tendría repercusiones. Por el contrario en los países del tercer mundo la venta directa es concebida como una posibilidad ante las actividades de subsistencia, y el carácter de los ingresos como se demostrara en esta investigación asumen el papel de “*ingresos únicos*”, dado que las personas que se dedican a esta actividad carecen de un empleo asalariado, y la venta directa es una forma de mantener a sus familias, por lo que dejar de vender por un día, significa en algunos casos dejar de comer, por lo que los días domingos, o festivos, o fechas especiales son días normales de trabajo.

“()Yo no tengo otro trabajo, me toca por necesidad, al menos saliendo a vender, sale para el diario, solo para medio subsistir, para educar a los hijos no alcanza con las ventas, para eso toca endeudarse con los bancos, y molerse el lomo para vender, y pagar las cuotas”.*¹²⁸

La característica de ingresos únicos, que adquieren las comisiones de ventas percibidas por las trabajadoras de venta directa, en los países denominados en desarrollo o de tercer mundo, se ve afectada, por los efectos de la pobreza generalizada en Colombia, esto en el entendido que a pesar que se publicita esta labor como un sistema que permite adquirir ganancias o ingresos, por que convierte a las mujeres en empresarias¹²⁹, no se puede desconocer la realidad económica de nuestro país, en La que, las diferentes mediciones de respecto de la pobreza reflejan que, para el 2005, en el país hay un nivel de pobreza que oscila en un intervalo de entre el 51% calculado por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el 66% calculado por el Centro de Investigación y Desarrollo (CID). Según esto más de la mitad de la población colombiana es pobre sin ninguna discusión, equivalente a 22,5 millones de personas, así como que otros 6,5 millones de colombianos oscilan alrededor de la línea de pobreza¹³⁰, esta razón, dificulta la labor de las trabajadoras de venta directa, quienes tienen que trabajar en un mercado que no ofrece garantías para el pago efectivo de los productos por ellas ofrecidos, enmarcado por la pobreza generalizada, del que ellas hacen parte, y se ven inmersas en estos procesos de precarización laboral; en este sentido, las trabajadoras del sistema de venta directa cuando entregan los productos solicitados por el cliente, no tienen la certeza de que estos van a ser cancelados, solo deben confiar en su suerte, como todo negocio se enfrentan a los deudores morosos, y no tienen ningún tipo de caparazón que les proteja ante ellos. Las trabajadoras de venta directa, desde el día que reciben los productos en la puerta de su casa, tienen un periodo de crédito que oscila entre los 18 a 20

¹²⁸ (*)entrevista realizada a la señora Nuri Bastante, trabajadora de Avon en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 18 de junio de 2009

¹²⁹ Frase utilizada para el reclutamiento de fuerza de ventas por parte de la empresa Yambal

¹³⁰ FERREIRA, María Teresa La Precarización del trabajo en la ciudad como una de las nuevas formas de empobrecimiento en Colombia, Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, 2005. 138p

días¹³¹, pero, es muy frecuente que al terminar este periodo, algunos clientes no hayan cancelado sus productos, y las trabajadoras no cuenten con el dinero para pagar la factura, la cual debe ser pagada en la fecha establecida por la empresa, de lo contrario, en primer lugar, las empresas que si tienen suficientes garantías para que su fuerza de venta cancele a tiempo, harán efectivo el pagare en blanco que fue firmado por las vendedoras directas al momento de su reclutamiento, que en algunos casos, las trabajadoras no saben que es un titulo valor.

“() Cuando, me vinieron a buscar para que trabaje, vino la gerente, y me hizo firmar un papel, después supe que era una letra, y que si uno no paga la factura vienen los abogados”¹³².*

En segundo lugar, si las trabajadoras no pagan, las empresas las reportaran a las centrales de riesgos como la CIFIN, y DATACREDITO, esto afecta la posibilidad de las trabajadoras de venta directa de adquirir futuros créditos, empeorando aun mas su precaria situación.

“() Nosotros en Yanbal tenemos una fecha única de pago, como yo me pase 8 días por que un tipo no me pago, me dio rabia, y no pague, me llamaron dos veces y no me dijeron que me iban a reportar, solo decían: póngase al día, uno se da cuenta que esta reportado cuando saca un crédito.”¹³³*

Lo anteriormente expuesto evidencia una forma de precarización laboral como es la *afectación de los ingresos*, ya que, aunque las empresas de venta directa afirman que al dedicarle la mayor parte del tiempo a las ventas, implica automáticamente un aumento de ingresos a la vendedora, esta afirmación no debe ser entendida como absoluta, puesto que puede ser posible que efectivamente la vendedora le dedique la mayor parte del tiempo a vender productos, y que el valor a cancelar por parte de la consultora sea elevado, sin embargo, esto no quiere decir que los clientes se vayan a comportar igual que sus ventas, por que puede ser posible que entre ellos existan varios morosos, esta situación afecta sus ingresos puesto que cuando un cliente no cancela a tiempo el producto adquirido, esta suma debe ser asumida por la vendedora, quien en muchos casos la resta de sus ganancias – si es que quedan- y en algunos casos puede haber campañas que se venda exclusivamente para pagar la factura.

¹³¹ Periodo fijado por la empresa Avon en sus folletos de reclutamiento, sin embargo, la realidad es que en ocasiones este periodo puede ser menor, alrededor de 10 días, situación que ocurre de igual forma en empresas de venta directa como EBEL, y Leonisa

¹³² (*)entrevista realizada a la señora Lucia Flores, trabajadora de Leonisa en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 18 de junio de 2009

¹³³ (*)entrevista realizada a la señora Heidi Marcillo, trabajadora de Yanbal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 18 de junio de 2009

“ () Los clientes tramposos, te saludan con amabilidad, la primera vez que piden te pagan hasta por adelantado, cuando tienen confianza y uno les cree, empiezan a pedir cosas caras, y cuando les vamos a cobrar, se desaparecen, el celular que nos dan no es de ellos, si tienen empleada, se hacen negar, si me lo tropiezo en la calle dicen, “venga en la noche mijita, yo le pago” , pero no se lo encuentra, después dicen, si te da la gana, te pago por cuotas, así nos han endeudado, nos han insultado y no nos pagaron”.*¹³⁴

La garantía de las empresas de venta directa de que su fuerza de ventas cancele a tiempo sus facturas, genera en las trabajadoras de venta directa temor puesto que, para evitar ser reportadas a las centrales de riesgo y ser demandadas en un proceso ejecutivo, al no contar con el dinero para pagar las facturas, deben acudir a los créditos en entidades bancarias, o en algunos casos a los créditos “cuenta gotas” los cuales no requieren tantos requisitos como los bancos, pero deben ser pagados por días o por meses a tasas de interés elevadas. Esto genera un círculo vicioso puesto que las trabajadoras deberán trabajar no solo para subsistir, si no para pagar créditos adquiridos por la imposibilidad de pagar sus facturas.

“() Los cuentagotas, nos prestan al 10% al día, y uno con tal de pagar las facturas, y que no nos reporten, paga lo que sea, y a la hora de la verdad no nos queda nada”.*¹³⁵

Ante esta problemática que afecta los ingresos de las vendedoras directas, esta investigación plantea una solución, que las empresas de venta directa ofrezcan garantías para que los clientes de las vendedoras directas paguen efectivamente sus productos, esto se vería reflejado en la posibilidad al igual que las empresas reportan a las centrales de riesgo a las trabajadoras, una opción similar que genere presión en los clientes para pagar a tiempo los productos ofrecidos.

Dentro de la jerarquía establecida por las empresas de venta directa, de acuerdo a la distribución que se realiza por los departamentos de Georeferenciación (gerente de zona, guía, vendedora) explicado en el capítulo primero de esta investigación, nos ocuparemos de las asignaciones recibidas por las guías¹³⁶.

¹³⁴(*)entrevista realizada a la señora Adalgiza Patiño, trabajadora de Avon, Leonisa, Esika, y Yambal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

¹³⁵ (*)entrevista realizada a la señora Carmela rosas, trabajadora de Avon, Leonisa, Esika, y Yambal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

¹³⁶ Como ya se dijo las Guías han llegado a este lugar por su excelente desempeño en ventas, pero siguen siendo vendedoras corrientes, que tienen la función de ser las coordinadoras de sección o municipio, y reemplazan a la gerente de zona en ellos, recogiendo las ordenes de compra, reciben ordenes directas de la gerente de zona, no puede tener parentesco ella, tampoco puede recibir dinero en efectivo de las representantes, ni poner pedidos a nombre de una representante con o sin su consentimiento

Las guías además de las comisiones por ventas percibidas, y aunque no sean empleadas de la empresa de venta directa, tienen una serie de obligaciones con la empresa y con la gerente de zona, por lo que paradójicamente reciben ordenes directas de ellas, por el cumplimiento de sus responsabilidades, la empresa ha diseñado una serie de reconocimientos que suplen el salario, por una parte una serie de incentivos a los que denomino *incentivos subjetivos* entre ellos están:

- Constante reconocimiento y elogios por parte de la gerente zonal
- Respeto y reconocimiento de las representantes de la sección que lidera
- Continúas asesorías que buscan formar a la guía para que obtenga excelentes resultados y su autorrealización.

Por otra parte la empresa les ofrece *incentivos objetivos*, como muestras de productos que serán lanzados dos campañas mas adelante, además un descuento en su factura por el cumplimiento de sus metas, y por ultimo AVON ofrece un plan de incentivos exclusivos diseñados para cada campaña. Para identificar cual es el reconocimiento que se le hace a la guía por su labor, la empresa utiliza el resumen de ventas de zona y sección, estos sirven para evaluar el comportamiento del negocio y planificar las acciones a seguir en las zonas y en cada una de las secciones.

a) INCENTIVOS A GUÍAS POR NOMBRAMIENTOS

Cuando una persona es nombrada por la gerente de zona para que se desempeñe como vendedora de AVON, la guía recibe una suma de dinero, para el año 2009, si la representante nombrada cumple, esto es, pasa pedido en la campaña, y lo paga oportunamente, recibe SEIS MIL PESOS (\$6.000); si la representante nombrada por el contrario no cumple, esto es, pasa pedido en la campaña, y no lo paga oportunamente, la guía recibe TRES MIL PESOS (\$ 3.000).

b) INCENTIVOS POR ORDENES DE COMPRA, SIN INCLUIR NOMBRAMIENTOS

Para determinar los incentivos que reciben las guías por las ordenes de Compra, sin incluir nombramientos, primero hay que discriminar que dentro de AVON Existen tres tipos de representantes según su frecuencia de ventas

- **Representantes establecidas:** son las representantes que tienen una antigüedad de más de seis campañas, y aquellas que siendo nuevas no pasan pedido continuamente.
- **Representantes Nuevas Continuas:** son las representantes que pasan pedido consecutivo que tienen una antigüedad entre dos y seis campañas
- **Representantes no consecutivas:** representantes que no colocan pedido en la campaña anterior, sin importar su antigüedad

Según esto, las guías reciben una suma de dinero según las ordenes de compras de las representantes antes discriminadas así:

Si una **Representante No Consecutiva**, cumple, esto es, pasa pedido en la campaña, y lo paga oportunamente, la guía recibe una suma de MIL PESOS (\$1.000), si, no cumple, esto es, pasa pedido en la campaña, y no lo paga oportunamente, la guía recibe un incentivo de QUINIENTOS PESOS, (\$ 500).

Si una **Representante Consecutiva Establecida**, esto es, una representante que ha pasado pedido continuamente sin interrupción, que lleve más de seis campañas vendiendo productos AVON cumple, es decir, pasa pedido en la campaña, y lo paga oportunamente, la guía recibe una suma de MIL PESOS (\$1.500), si, no cumple, esto es, pasa pedido en la campaña, y no lo paga oportunamente, la guía recibe un incentivo de SETECIENTOS PESOS, (\$ 700).

Si una **Representante Consecutiva Nueva Continua**, esto es, una representante que ha pasado pedido continuamente sin interrupción, que además tengan una antigüedad entre 2 y 6 campañas, cumple es decir, pasa pedido en la campaña, y lo paga oportunamente, la guía recibe una suma de CUATRO MIL PESOS (\$4.000), si no cumple no hay incentivo para la guía.

Como se puede observar, la situación de las guías, es aun más una evidencia de la precarización laboral del sistema de venta directa, puesto que aunque reciban ordenes directas de la gerente de zona, tienen un territorio en el que desempeñan su función, una zona o municipio, cumplen las mismas funciones que la gerente de zona, dado que debe además de reclutar nuevas vendedoras, debe recoger las ordenes de compra de las mismas para remitirlas a la gerente de zona, no son consideradas como empleadas de la empresa por lo que su remuneración se ve reflejada en el numero de nuevas vendedoras que logre reclutar.

Hay otro punto muy importante que no se puede dejar de lado en esta investigación, es el tema del auxilio de transporte, definido en el artículo 2 ° de la ley 15 de 1959 como:

“La prestación a cargo de los patronos en los municipios donde las condiciones del transporte así lo requieran, a juicio del gobierno, el pago del transporte desde el sector de su residencia hasta el sitio de su trabajo para todos y cada uno de los trabajadores cuya remuneración no exceda de (...). El gobierno podrá decretar en relación con este auxilio las exoneraciones totales o parciales que considere convenientes, así como también podrá graduar su pago por escala o

*por salarios, o números de trabajadores, o monto del patrimonio del respectivo taller, negocio, o empresa*¹³⁷.

En este sentido es importante aclarar que las vendedoras por catalogo no gozan de esta garantía, sin embargo, entendiendo que el trabajo realizado por requerir una interacción directa con el cliente, debe ser desarrollado puerta a puerta, por lo que al no existir un único lugar de trabajo, si no una multiplicidad de los mismos, esta prestación debería ser reconocida, ya que es muy frecuente que las vendedoras por catalogo deban recorrer grandes distancias caminando desde la casa de uno de los clientes a la otra, en el caso de las ciudades pequeñas, o en las grandes ciudades deban de asumir el valor del transporte publico.

Por ultimo es de anotar que las vendedoras por catalogo, por no ser empleadas, las empresas no tienen obligación de afiliarlas al sistema de seguridad social en salud que les permite estar protegidas ante cualquier eventualidad que les implique una enfermedad grave o transitoria.

La fuerza de ventas tampoco tiene la garantía de seguridad social en pensiones, como se demostrara en esta investigación, existen vendedoras con mas de quince años de dedicación continua a ventas, sin embargo, el día que decidan desistir de esta actividad, no tendrán derecho a una pensión por vejez, por lo que al final de sus vidas, estarán totalmente desprotegidas y abandonados por aquellas empresas que se lucraron, en algunos casos durante toda su vida, al no poder acceder a una pensión que les dote de una vida digna, y por así decirlo también una muerte digna. De igual manera el día en que sufran un accidente que limite su capacidad de laborar, no tendrán derecho a pensión de invalidez, lo cual inexorablemente sin un ingreso que les permita subsistir les llevara a caer en condiciones indignas de supervivencia.

3.12.3 PROHIBICIÓN NO EXPRESA DE ADQUIRIR NUEVOS EMPLEOS

Si bien las empresas de venta directa, no prohíben expresamente la realización otros trabajos, existe una presión en contrario, utilizando un lenguaje que alude a que si le dedican mas tiempo a la venta directa, adquirirán mayores ingresos, o que la venta directa permite desarrollarse como una mujer independiente, sin un jefe directo, y de esta manera no descuidarán sus familias.

Las empresas utilizan un programa de incentivos para las trabajadoras, que se traduce en un sistema de premios que permite a las mujeres intercambiar puntos obtenidos por la venta de diversos productos, el programa por lo general tiene un nombre sugestivo, por ejemplo en Esika, el programa se denomina las “Cinco Llaves del Éxito”, y en AVON su nombre es “Circulo de Estrellas”.

¹³⁷ Régimen laboral colombiano, Legis 2006, pagina 211

En el caso Colombiano, las empresas de venta directa ofrecen, un punto por cada Mil Pesos (\$1.000) en ventas, es decir, si una vendedora durante una campaña realiza una venta de Cien Mil Pesos (\$100.000), adquieren automáticamente cien puntos (100 Pts.), en base a esto las empresas establecen una cuota de puntos a cambio de ciertos premios, los cuales oscilan entre los cien puntos (100 Pts.), por los cuales se adquieren electrodomésticos como planchas, relojes, sandwicheras, vajillas, juegos de sábanas, entre otros, y los (150.000 Pts.), por los que se adquieren viajes, lavadoras, estufas televisores, e incluso automóviles. Este sistema funciona con un factor que incide en los niveles de ventas de las mujeres y presiona a las mujeres obligándoles a utilizar más tiempo a las ventas, o a dedicarse exclusivamente ellas, por que de acuerdo a las empresas, ningún trabajo formal les permitirá estos incentivos.

Para ilustrar mejor acerca de las campañas de incentivos, esta investigación se remitirá a un prototipo de esta táctica denominada el “Círculo De Estrellas”, un programa adelantado por la empresa AVON en Colombia, una muestra de la intensiva campaña para motivar la permanencia de la fuerza de ventas en la empresa, entre los aspectos principales de esta se encuentran los siguientes:¹³⁸

- Las vendedoras directas tienen un número determinado de campañas¹³⁹ por lo general 18 campañas, o un año, para acumular un número determinado de puntos, y así adquirir los incentivos propuestos por la empresa, los cuales tienen un costo elevado de puntos para su consecución.
- Se exige una permanencia consecutiva de más de diez campañas para poder adquirir los premios, es decir si la vendedora deja de pasar pedido en cualquiera de ellas pierde el derecho a seguir participando.
- El programa “*circulo de estrellas*” esta valorizado en puntos, cada punto equivale a MIL PESOS (\$ 1.000)
- Para recibir los premios la vendedora debe estar a paz y salvo durante todas las campañas de vigencia del programa, inclusive hasta la campaña de entrega de estos incentivos. Todos los pedidos, sin excepción, deben ser cancelados en las fechas asignadas por la empresa, para cada zona.
- Los premios serán entregados cuatro campañas después de terminado el programa “Circulo de Estrellas”

Los premios que las vendedoras pueden adquirir de acuerdo a los puntos obtenidos se relacionan a continuación

¹³⁸ Datos extraídos de un folleto entregado a las vendedoras directas, en el que se muestran los premios que pueden recibir, si acumulan un número de puntos en un número de campañas

¹³⁹ En AVON cada campaña tiene una duración de 18 días

Tabla 4: Premios que las vendedoras pueden adquirir

CIRCULO DE ESTRELLAS AVON		
NUMERO DE PUNTOS	INCENTIVO	VALOR EN VENTAS PARA ADQUIRIR INCENTIVO
16.000	Microcomponente, o Televisor LCD	\$ 16.000.000
25.000	Lavadora, o Nevera	\$ 25.000.000
35.000	Nevera, Lavadora, Estufa, y Horno microondas	\$ 35.000.000
35.000	Televisor microcomponente, y teatro en casa	\$ 35.000.000
55.000	Portátil, microcomponente, y teatro en casa, sofacama, mesa de televisión, y televisor LCD	\$ 55.000.000
55.000	Viaje a Panamá, televisor LCD, microcomponente.	\$ 55.000.000
85.000	Sala, comedor, alcoba doble, sofacama, mesa de televisión, y televisor LCD, microcomponente	\$ 85.000.000
85.000	Viaje a Cuba, sofacama, microcomponente	\$ 85.000.000
110.000	Automóvil Renault Twingo	\$ 110.000.000
110.000	Crucero por el Caribe para cuatro personas, ocho días siete noches.	\$ 110.000.000
160.000	Renault Twingo, y Crucero por el Caribe para cuatro personas, ocho días siete noches.	\$ 160.000.000
160.000	Automóvil Chevrolet Aveo Emotion.	\$ 160.000.000
215.000	Apartamento, valor comercial \$ 65.000.000	\$ 215.000.000
425.000	Casa Amoblada, valor comercial \$ 130.000.000	\$ 425.000.000

Sin embargo, a pesar que los incentivos parezcan extraordinarios, su consecución es muy complicada, dado que implican ventas netas entre \$ 16.000.000, y \$ 425.000.000, por lo que, de una forma expresa se obliga a las vendedoras a dedicarle todo el tiempo a las ventas por catalogo para así adquirir los premios antes mencionados, ya que si dejan de pasar pedido consecutivo en las campañas y si no pagan a tiempo, pierden el derecho a recibir su premio.

“ () Para ganarme los premios se acaban, para mi, los días de la madre, las navidades, por que todos los días son iguales, lo mismo me da, domingo que lunes, por que si no salgo a vender no comemos en mi casa, y si no paso pedido consecutivo y lo pago pierdo los premios”¹⁴⁰.*

Otro punto para tener en cuenta es que el incentivo en estricto sentido, debería ser una recompensa a las trabajadoras de venta directa el cual debería ser entregado solo por cumplir dos requisitos, esto es la permanencia en la empresa y el pago oportuno de las ordenes de compra, sin embargo, si una vendedora opta por adquirir uno de los premios antes anotados, pareciera estar inmersa en un sistema de crédito, lo cual se evidencia por ejemplo, si la vendedora X opta por alcanzar el primero de los premios de la tabla esto es el Microcomponente, o el Televisor LCD, tiene 18 campañas para acumular 16.000 puntos, como ya se dijo anteriormente, en dichas campañas su pedido debe ser consecutivo y debe pagar su orden de compra en la fecha estipulada, de lo contrario pierde su premio; es decir, para alcanzar este numero de puntos la vendedora en promedio realizar ventas por \$ 900.000¹⁴¹, con un poco de sentido común se podría deducir que si bien cada cuota cancelada la acerca a su premio, no se puede dejar de lado la idea de que de una forma no expresa, están comprando su incentivo, a un costo muy superior al real, dado que, el valor del microcomponente o el televisor LCD en el mercado actual oscila entre \$ 1500.000, o 2.000.000¹⁴², esto denota que los presuntos premios, no tienen mucho de esta característica, mas bien es una forma disimulada de adquirir a crédito alguno de ellos.

En síntesis, la idea de que no existe prohibición por parte de las empresas de venta directa de adquirir nuevos empleos, es cuestionable por que acudiendo al componente subjetivo por ellas implantado, les invita a participar en una campaña de “incentivos”, que por lo general dura un año, y que se renueva en el año siguiente con un nuevo programa de incentivos, así, las vendedoras constantemente se encuentran vinculadas, por lo que le dedican la mayor parte del tiempo a esta actividad, esta situación genera un concepto de estabilidad

¹⁴⁰ (*)entrevista realizada a la señora Paola Coral, trabajadora de Avon, Leonisa, y Yambal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

¹⁴¹ En muchos casos para alcanzar esta cuota mínima, las vendedoras adquieren productos que no les han sido solicitados, y al no poder venderlos se ven forzadas a adquirir créditos para cancelar las facturas.

¹⁴² Cotización realizada en ALMACENES ÉXITO, el día 17 de junio de 2009

laboral, la cual no depende de la empresa, si no de la constancia de la vendedora, solo que esta actividad no ofrece ningún tipo de garantía prestaciones.

3.12.4 CONFUSIÓN DEL TIEMPO DE TRABAJO CON EL RESTO DE LA VIDA DIARIA

La característica principal de precarización del trabajo femenino en el sistema de ventas por catalogo se puede encontrar en que el tiempo de trabajo se confunde con el resto de la vida diaria. El discurso de las empresas gira en torno a que las ventas por catalogo permiten dedicar tiempo al cuidado de los hijos, a las labores domésticas, o que pueden realizarse al mismo tiempo que otro trabajo remunerado, esto ultimo desvirtuado en el apartado anterior, esto plantea la idea de que la jornada laboral debe medirse mediante un nuevo concepto. La flexibilidad del tiempo parece ser un logro en el sentido de otorgar mayor libertad a los trabajadores; pero, al mismo tiempo, con efectos en las posibilidades de articulación entre los sujetos sociales.

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

“() Yo no tengo horario, yo salgo a las 7:00 am, dejo adelantando la comida por que no tengo muchacha, me voy a trabajar, llego a cocinar a las 11:00 am, por eso el trabajo queda incompleto, doy de comer a mis hijos, y salgo de nuevo, llego a las 7:00 pm, cansada, y a veces cuando llega el pedido, en las noches toca arreglarlos para entregarlos, y aunque somos madres, un día de la madre es cuando mas duro me toca, por que ese día llegan dos, tres, pedidos, y me toca ir a dejarlos por que si no los entrego ese día, al día siguiente no lo reciben, por que dicen: eso le pedí para mi mama y eso fue ayer”¹⁴³.*

Al observar la jornada laboral de las trabajadoras de venta directa, su característica es que se trata de formas de jornada diversas, en las que los limites no son claros y, por lo tanto, las duraciones no se pueden recortar con precisión. El tiempo en el que se desarrolla el trabajo de ventas, tiene una duración discontinua en la que los límites son muy vagos, en tanto no responden a una lógica de tiempo lineal. Lo que hace muy difícil su medición aun por parte de las vendedoras. Por lo general en los empleos típicos, se compra la fuerza de trabajo de forma continua y para laborar en un lugar determinado, pero en las ventas por

¹⁴³ (*)entrevista realizada a la señora Adalgiza Patiño, trabajadora de Avon, Leonisa, Esika, y Yambal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

catalogo se adquiere para realizar en un tiempo discontinuo y con labores que no se realizan en un lugar determinado explícitamente¹⁴⁴. Esta forma de organizar la jornada hace que la fuerza de trabajo se comprometa más que cuando la jornada tiene una duración lineal esto es con un inicio y un fin claramente especificados, ya que esto implica distintas formas de presión. Lo que se traduce en que se establece una colonización del tiempo, donde el trabajo invade más espacios y relaciones, pues de esto depende obtener mayores ingresos. Lo anterior se expresa en cuestiones tales como la necesidad de usar las relaciones sociales o la importancia que reviste el estado de ánimo como un factor del trabajo

3.12.5 OCULTAMIENTO Y VIOLACIÓN DEL CÓDIGO DE ÉTICA POR LAS EMPRESAS DE VENTA DIRECTA.

Las empresas de venta directa deben adoptar un código de ética, el cual establece unas normas generales para reglamentar las relaciones entre las compañías de venta directa, entre sus Vendedores y hacia los Consumidores, también establece lineamientos para lograr la calidad de los productos, la satisfacción y la protección de dichos consumidores, la promoción y el mejoramiento de la imagen pública del sistema de Venta Directa, dentro de un ambiente de libertad empresarial. Este código de ética debe ser dado a conocer por parte de las empresas a las vendedoras a fin de que conozcan las garantías mínimas a que tienen derecho, en el ejercicio de esta actividad sin embargo, como se demostrara en esta investigación es desconocido por la gran mayoría de las vendedoras.

Existe a nivel internacional un código modelo de ética el cual es establecido por The World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA), el cual como su nombre lo indica debe ser el modelo de código de ética de las demás asociaciones de venta directa en el mundo, instituye unas garantías mínimas para las personas que se dedican a las ventas por catalogo.

Una de esas regulaciones gira en torno de la posibilidad de devolución de productos por la insatisfacción del cliente, al respecto, en el código modelo de ética de la WFDSA, en el acápite 2.3 denominado Explicación y Demostración, se establece que Los Vendedores Directos les darán a los Consumidores acuciosas y completas explicaciones acerca de período de reflexión o cautela, incluyendo la política de devolución y términos de la garantía de los productos adquiridos¹⁴⁵,

¹⁴⁴ De la Garza, E. (1998). "¿Fin de trabajo o trabajo sin fin?" citado por DIAZ CORTEZ Octavio Maza, las ventas multinivel. Análisis de las formas de trabajo asociadas, Editorial UAA, pagina 21, año 2006

¹⁴⁵ **Explanation and Demonstration:** Direct Sellers shall offer Consumers accurate and complete Product explanations and demonstrations regarding price and, if applicable, credit terms; terms of payment; a cooling-off period, including return policies; terms of guarantee; after-sales service; and delivery dates. Direct Sellers shall give accurate and understandable answers to all questions from Consumers. To the extent claims are made with respect to product efficacy, Direct Sellers shall make only those verbal or written product claims that are authorized by the Company. The Direct

con ello se regula un tema controversial respecto de las ventas por catalogo, la insatisfacción de los clientes acerca de los productos adquiridos, estableciendo un período de reflexión o cautela, y las políticas de devolución, el periodo de cautela se entiende como un período que le permita al Consumidor retirar la orden dentro de un razonable período de tiempo sin explicar motivos¹⁴⁶. El código modelo de ética de la WFDSA, establece además que el período de cautela o reflexión será claramente establecido. Las Compañías y los Vendedores Directos ofrecerán el derecho de devolución, bien sea condicionado a ciertos eventos o bien no lo sea; pero siempre se proveerá por escrito¹⁴⁷.

En Colombia ACOVEDI al respecto, puntualiza en su Artículo Trigésimo Primero que las compañías de venta directa se comprometen a que sus vendedores directos se asegurarán que cualquier forma de pedido contenga un plazo de garantía de satisfacción, que le permita al consumidor rechazar su pedido dentro de un período de tiempo especificado y obtener el reembolso de cualquier pago de bienes comercializados. Las compañías de venta directa que ofrezcan un derecho incondicional de devolución, deberán indicarlo expresamente por escrito al consumidor potencial¹⁴⁸.

En este orden de ideas tanto el código modelo de ética de la WFDSA, y el código de ética de ACOVEDI, establecen que los compradores que estén insatisfechos acerca los productos adquiridos a través de las empresas de venta directa, la posibilidad de devolverlos después de un periodo de evaluación, sin embargo, aunque esta garantía es propia de los consumidores, al no ser reconocida por las empresas de venta directa, afecta directamente a los vendedores directos, ya que es muy frecuente que los clientes no se encuentren satisfechos acerca de los productos adquiridos, por lo que en el momento de que la trabajadora se dirige al domicilio del comprador a realizar el respectivo cobro del producto por ella entregado, el cliente le afirme que no lo cancelara por que no esta contento con el, sin embargo, muchas de las empresas de venta directa, no aceptan devoluciones por este concepto, por lo que la suerte del producto es incierta, en la mayoría de los casos como se demostrara en esta investigación, las vendedoras directas deben recibir el producto en devolución, el cual es cobrado por la empresa, y es la vendedora la que debe buscar un nuevo cliente, siendo la vendedora y no la empresa la que respalda la insatisfacción de su cliente, de esta manera la empresa ha realizado una venta forzada.

Es de anotar que la regulación de las garantías es precaria por lo que se dejan vacios acerca de aspectos como los descuentos injustificados que son realizados

Sellers shall offer Consumers accurate and complete Product explanations and demonstrations about a cooling-off period, including return policies. Disponible en internet en www.wfdsa.org/world_codes/index.cfm?fa=modelCodeLanguage

¹⁴⁶ Ibid

¹⁴⁷ Ibid

¹⁴⁸ Disponible en internet en www.acovedi.org/codigodeetica

a las vendedoras, de igual manera no se dice nada acerca de actividades como la imposición de ventas, o “ventas amarradas” realizada por casi todas las empresas las cuales cuando están promocionando un producto nuevo, lo incluyen en el pedido de la consultora sin consultarle, y lo facturan obligando a la fuerza de ventas a que lo venda, sin que exista la opción de devolución del mismo.

Como colofón se puede afirmar que, en primer termino a pesar que existe una obligación de las empresas de venta directa de adoptar el código de ética, y con el dar a conocer las precarias garantías que tienen sus vendedores directos y sus clientes, por obvias conveniencias esto no se realiza dejándolas en un amito de ignorancia al ocultarlas, con ello generando mayores procesos de precarización del empleo.

3.12.6 NUEVA CONFORMACIÓN DE LOS ESPACIOS DE TRABAJO

Por último, al vender productos por catalogo los espacios toman una nueva conformación, la propia vivienda o el lugar de trabajo, en los casos en los que se tiene, se transforma en centro de trabajo, bodega, oficina y espacio para recibir a las compradoras. No obstante lo anterior se puede decir que la labor realizada por las trabajadoras de venta directa, no se desarrolla únicamente en su hogar, esto atentaría contra la esencia de la venta directa, el contacto directo con los clientes, por esta razón, las mujeres que se dedican a esta actividad, no tienen un *único lugar de trabajo*, propio de los contratos típicos de trabajo, si no una *multiplicidad de los mismos* ya que tienen que visitar a sus potenciales compradores, para convencerles de la ventaja de adquirir los productos por ellas ofrecidos, y una vez adquiridos el compromiso de la vendedora de llevarlos a su domicilio o lugar de trabajo, y posteriormente realizar el cobro respectivo de los mismos.

“() Yo trabajo, en la calle, en la cocina, en la alcoba, en la iglesia, en el parque, nos piden un perfume, nos llaman a pedirnos algo al celular, incluso en las noches llegan clientes a la casa, por que el trabajo nos acompaña a todo lado, no tenemos locales, no nos alcanza para uno”¹⁴⁹*

De igual forma que pasa con la transformación de los espacios del hogar debido a la venta directa, los recursos dedicados antes al servicio de la familia, el teléfono, el automóvil, - si se tiene - pasan a formar parte de los medios de trabajo. Lo que se puede ver con mayor claridad en los casos de las mujeres que se encuentran insertas en negocios de carácter familiar.

“() El celular ayuda mucho, me sirve para saber cuando tengo conferencia, para llamar a mis clientes, decirles que ya llego, el pedido, a cada rato suena, y no por que tenga muchos amigos, si no por que llaman a decir que la camisa no les*

¹⁴⁹ (*)entrevista realizada a la señora Alejandra Patiño, trabajadora de Avon, en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

*quedo, que el perfume no huele rico*¹⁵⁰.

Finalmente, la forma y la estructura de este trabajo dificultan la posibilidad de encontrarse con otras mujeres que realizan este mismo trabajo, por lo menos en la forma en la que sucede entre quienes tienen un trabajo en un espacio determinado. Por lo tanto, se hacen más complejas y variadas las configuraciones identitarias que se conforman, esto incide en la inexistencia de asociaciones en pro de la defensa de los derechos de este grupo social, situación que empeora su situación laboral, sin embargo, este escenario permitió que en Argentina se empezaran a desarrollar procesos de asociación sindical que incluye a las trabajadoras de venta directa a través del sindicato de vendedores ambulantes de la república argentina SIVARA, asociación que lucha en pro de los derechos de este colectivo, situación que debería ser copiada en Colombia a fin de establecer unas garantías mínimas para esta población trabajadora, pero este tema se abordará en el capítulo siguiente de esta investigación.

¹⁵⁰ (*)entrevista realizada a la señora Yolanda Burbano, trabajadora de Avon, Leonisa, Esika, y Yambal en la ciudad de Túquerres Nariño, realizada el 1 de julio de 2009

CAPITULO IV

4 LA RESPUESTA ANTE LA PRECARIZACIÓN DEL TRABAJO FEMENINO EN EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO

En capítulos anteriores, se ha mostrado como se ha deteriorado el papel del empleo asalariado en Latinoamérica y específicamente en Colombia, fomentados por políticas Estatales orientadas a flexibilizar el mercado de trabajo, en cumplimiento de las nuevas propuesta neoliberales que plantean la *privatización, tercerización, informalización y precarización* de las relaciones laborales, esto como se ha dicho, ha perjudicado, la situación de varios colectivos laborales, destacándose la afectación del papel de la mujer en el mundo del trabajo, que la condujo a verse inmersa en empleos inestables como: el trabajo domestico; las trabajadoras a domicilio y las trabajadoras por cuenta propia, de las que hacen parte las *trabajadoras de venta directa*, una labor enmarcada por varias características explicadas en el capítulo anterior, que le dan el calificativo de “precaria”. Sin embargo, el carácter innovador de este trabajo de investigación sería insuficiente si solo se limitara a mostrar la forma en que las ventas por catalogo se asocian a un empleo precario, sin garantías, y caracterizado por los abusos de las empresas de venta directa, pero, no ofrecer una solución; por ello esta propuesta no quiere enfocarse solo en “*criticar si proponer*”, por el contrario, en este capítulo se pretende desde la academia, brindar una solución a este colectivo de trabajadoras precarias, solución que se concreta en cinco aspectos: *i) la demostración de la insuficiencia de los criterios tradicionales para señalar la existencia de unan relación laboral en Colombia, cuando se aplica a las ventas por catalogo , ii) la demostración de existencia de relación laboral entre las empresas de venta directa y su “fuerza de ventas” a través de las nuevas propuestas acerca de las formas de establecer relaciones laborales. iii) la formulación de un proyecto de ley que establece el Régimen de Trabajadores De Venta Directa, para la protección de este colectivo el cual contempla una regulación laboral de la relación empresa de venta directa - fuerza de ventas. iv) el análisis de las posibilidades de asociación sindical de este colectivo, y con base en ello la creación del SINDICATO DE TRABAJADORES COLOMBIANOS DE VENTA DIRECTA – SINTRACOVEDI, un sindicato gremial que afilie a las trabajadoras de venta directa y v) el análisis y aplicación de los derechos a la seguridad social y salud en el sistema de ventas por catalogo.*

4.1 LA RELACIÓN LABORAL “FUERZA DE VENTAS” - EMPRESAS DE VENTA DIRECTA, Y LOS CRITERIOS TRADICIONALES PARA VERIFICAR LA EXISTENCIA DE LAS RELACIONES LABORALES EN COLOMBIA

Tradicionalmente en Colombia, para verificar si una actividad humana esta inmersa en una relación laboral, se acude a dos herramientas jurídicas: i) *una legal: tres criterios establecidos en el artículo 23 del código sustantivo del trabajo, que constituyen los elementos esenciales del contrato de trabajo.* ii) *una constitucional: el principio de primacía de la realidad.* Sin embargo, estas herramientas son insuficientes a la hora de aplicarlos a contratos laborales atípicos como es el caso de nuestro objeto de investigación, las ventas por catalogo¹⁵¹.

En primer término, el código sustantivo del trabajo en su artículo 23 define los elementos esenciales para que se verifique la existencia de un contrato de trabajo

ARTICULO 23. ELEMENTOS ESENCIALES.

1. Para que haya contrato de trabajo se requiere que concurren estos tres elementos esenciales:
 - a) La actividad personal del trabajador, es decir, realizada por sí mismo;
 - b) La continuada subordinación o dependencia del trabajador respecto del empleador, que faculta a éste para exigirle el cumplimiento de órdenes, en cualquier momento, en cuanto al modo, tiempo o cantidad de trabajo, e imponerle reglamentos, la cual debe mantenerse por todo el tiempo de duración del contrato. Todo ello sin que afecte el honor, la dignidad y los derechos mínimos del trabajador en concordancia con los tratados o convenios internacionales que sobre derechos humanos relativos a la materia obliguen al país; y
 - c) Un salario como retribución del servicio.
2. Una vez reunidos los tres elementos de que trata este artículo, se entiende que existe contrato de trabajo y no deja de serlo por razón del nombre que se le dé ni de otras condiciones o modalidades que se le agreguen.

Al aplicar este artículo, para determinar si existe relación laboral entre las vendedoras por catalogo y las empresas de venta directa, podemos observar que si solo nos remitimos a estos tres criterios, la actividad realizada por las trabajadoras de venta directa, no constituye relación laboral. La *prestación personal del servicio*, supone que: “ *todo contrato de trabajo incluye la obligación*

¹⁵¹Su insuficiencia también se denota con la verificación del aumento de los denominados contratos atípicos del trabajo, la OIT, estima que para el año 2005, mas de treinta millones de personas en el mundo, están laborando bajo formas de trabajo atípicas, un aumento de casi el 300% desde el año 1987, año en el que se empezó a tratar sobre estos contratos

*del trabajador de realizar una actividad laboral para el empleador, esta puede ser manual o intelectual y debe ser prestada por el trabajador mismo, puesto que el contrato se ha hecho es entre el empleador y el trabajador, es decir, solo concurren dos partes*¹⁵², si aplicamos este elemento a la relación “fuerza de ventas” – empresas de venta directa, en primer termino podría decirse que, es posible su verificación en la relación que estamos analizando, puesto que las trabajadoras de venta directa como se ha dicho son vinculadas a través de un contrato de suministro de mercancías, contrato que es intuitu persona, y una vez admitida en la empresa de venta directa esta le otorga un código que las identifica e individualiza de las demás personas que se dedican a esta labor. Esto garantizaría que concurren los dos extremos de una relación laboral, la empresa de venta directa como potencial empleador y la fuerza de ventas como empleado.

Sin embargo, frente a la subordinación como segundo elemento esencial del contrato de trabajo la cual es quizás el elemento más importante del contrato de trabajo, la cual es entendida como la obligación que tiene el trabajador de seguir las ordenes e instrucciones del empleador, hay que decir que su constatación en el sistema de venta directa es muy débil puesto que según la corte constitucional en sentencia c- 397 de 2006, dijo que este elemento constituye de un poder subordinante que se traduce de manera general en la dirección de las actividades desarrolladas por el empleado en virtud de un contrato de trabajo, en la imposición de reglamentos y en el ejercicio del poder disciplinario, al respecto dijo:

“Esta facultad de disposición del empresario, si bien es un poder sobre la fuerza de trabajo, crea, al mismo tiempo, una relación personal entre patrono y trabajador, pues la energía de trabajo es inseparable de la persona humana y para disponer de aquella, es necesario que el obrero aplique su actividad en la forma indicada por el patrono.

La obediencia del trabajador a las órdenes del patrono es la forma única de disposición de la energía de trabajo y es claro que el deber de obediencia constituye una relación personal, pues liga a la persona misma del trabajador, creando una relación de autoridad y, por tanto, de subordinación de la voluntad del obrero a la del patrono.

La subordinación del trabajador al empleador como elemento distintivo y definidor del contrato de trabajo ha sido entendida, según la concepción mas aceptable por la doctrina y la jurisprudencia, como un poder jurídico permanente de que es titular el empleador para dirigir la actividad laboral del trabajador, a través de la expedición de órdenes e instrucciones y la imposición de reglamentos, en lo relativo a la manera como éste debe realizar las funciones y cumplir con las obligaciones

¹⁵² Gerencie. Contrato de Trabajo [En línea]. Disponible en www.enj.org: citado el 29 de julio de 2009

que le son propias, con miras al cumplimiento de los objetivos de la empresa, los cuales son generalmente económicos.

Se destaca dentro del elemento subordinación, no solamente el poder de dirección, que condiciona la actividad laboral del trabajador, sino el poder disciplinario que el empleador ejerce sobre éste para asegurar un comportamiento y una disciplina acordes con los propósitos de la organización empresarial y el respeto por la dignidad y los derechos de aquél".¹⁵³ (Subrayas fuera del texto original)

El poder subordinante, en el sistema de ventas por catalogo anoto no existe tal y como es planteado en los criterios doctrinarios y jurisprudenciales citados, en tanto no existe un deber de obediencia por parte de las trabajadoras de venta directa con las empresas de venta directa, ya que esta labor se realiza en los horarios, y en la forma que las consultoras eligen, puesto que ellas son las dueñas de su propio negocio. Aunque en este punto es posible decir que si bien no existe un deber de obediencia expreso con la empresa, las trabajadoras de venta directa se acogen a las directrices de la misma respecto de las condiciones en que su pedido va ha ser despachado, de igual manera las trabajadoras de venta directa, reciben advertencias que la gerente de zona quien les informa que faltan pocos días para que ellas envíen su pedido en la conferencia, que les faltan pocos días para que el pedido llegue a su hogar, o que ya es tiempo de cancelar su pedido.

Por ello, si bien es cierto estos parecen indicadores de subordinación, la jurisprudencia y la doctrina posiblemente los acojan como simples elementos de una relación comercial, en ello radica la debilidad expuesta en estas líneas.

De igual manera, en el sistema de venta directa no existen reglamentos que sean impuestos a la fuerza de ventas, sin embargo, existe un código de ética que brinda protección a los consumidores de los productos ordenados por catalogo, que consigna una única para las trabajadoras de venta directa como se anoto en el capitulo III de esta investigación, pero este es ignorado y ocultado por las empresas de venta directa.

Por ultimo no existe un poder disciplinario por parte de las empresas de venta directa, ya que, en estricto sentido no existen sanciones directas, para las trabajadoras de venta directa, por ello aparentemente en cualquier momento pueden abandonar su labor, sin que ello constituya abandono de cargo.

El ultimo de los requisitos esenciales del contrato de trabajo es la remuneración, este es un derecho del trabajador y una obligación ineludible del empleador de brindar una contraprestación económica por la actividad que el empleado desarrolla, en el sistema de venta directa el concepto de salario como ya se

¹⁵³ Sentencia C -397/06

anoto, es reemplazado por el concepto de comisión por ventas, y aunque podría afirmarse que este elemento bajo esta forma, se encuentra presente en la relación que estamos analizando, sin la verificación de la *prestación personal del servicio y de la subordinación*, el salario no indicaría que estamos ante una relación laboral, frente a esto, lo ideal sería demostrar que el salario o la contraprestación recibida constituye un factor de dependencia económica del trabajador con la empresa.

Otro elemento constitutivo de la subordinación es la posibilidad del ejercicio del *lus Variandi*, por parte del empleador, esto es *la posibilidad de cambiar unilateralmente, las condiciones de trabajo de sus empleados, pero no puede en ningún momento desmejorar la situación del trabajador*¹⁵⁴, un ejemplo de esto, es variar el lugar donde los empleados realizan su labor, frente a este punto, hay que decir que todo contrato de trabajo se especifica en que lugar geográfico se han de desarrollar las actividades propias del contrato de trabajo, y aunque el empleador puede cambiar unilateralmente esta ubicación, no puede desmejorar al empleado de ninguna forma, lo que significa esto, que en la eventualidad que el empleado requiera ser trasladado por necesidades de la empresa, esta debe garantizarle unas condiciones que no menoscaben ni afecten la situación del trabajador y de su familia.

En el sistema de venta directa, las empresas de venta directa no tienen la posibilidad de ejercer el *lus Variandi*, ya que no existe un único lugar de trabajo si no una multiplicidad de los mismos, todos realizados dentro de una zona determinada por la empresa, por ello no existe la potestad del empleador de cambiar las circunstancias que enmarcan su relación con la fuerza de ventas.

El principio de primacía de la realidad sobre las formas contractuales, consagrado en el artículo 53 de la Constitución nacional, doctrinalmente se definido como *“hacer prevalecer las condiciones formalmente pactadas por los sujetos laborales, develando la realidad oculta tras las formas; no es un mecanismo mediante el cual se pretenda adquirir la calidad de trabajador, si no un principio derivado del principio general de buena fe”*¹⁵⁵, por su parte, la corte constitucional ha definido su alcance en sentencia C- 555/94, en ella se afirma que:

“la primacía de la realidad sobre las formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales, es un principio constitucional. Si el Juez, en un caso concreto, decide, porque lo encuentra probado, otorgarle a un docente-contratista el carácter de trabajador al servicio del Estado, puede hacerlo con base en el artículo 53 de la CP. Sin embargo, a partir de esta premisa, no podrá en ningún caso conferirle el status de empleado público, sujeto a un específico régimen legal y reglamentario. El principio de la primacía de la realidad sobre las

¹⁵⁴ Gerencie. Contrato de Trabajo Op cit. P 3

¹⁵⁵ GOYES MORENO, Isabel, HIDALGO OVIDEDO, Mónica. Op cit. P.119

formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales, no tiene, adicionalmente, el alcance de excusar con la mera prestación efectiva de trabajo la omisión del cumplimiento de los requisitos constitucionales y legales previstos para acceder a la función pública que, en la modalidad estatutaria, son el nombramiento y la posesión, los que a su vez presuponen la existencia de un determinado régimen legal y reglamentario, una planta de personal y de la correspondiente disponibilidad presupuestal. El mencionado principio agota su cometido al desentrañar y hacer triunfar la relación de trabajo sobre las apariencias que hayan querido ocultarla. Y esta primacía puede imponerse tanto frente a particulares como al Estado mismo”¹⁵⁶

En síntesis, se puede decir que la existencia de este principio se justifica, para develar una relación laboral ocultada por algún formalismo legal o una denominación específica que el empleador le ha asignado con la finalidad de ocultar un vínculo contractual, en este punto es importante decir que aunque la actividad desarrollada por quienes se dedican a las ventas directas posiblemente esta oculta por un contrato de suministro de mercancías, según el alcance que se le ha dado a este principio es muy difícil determinar la existencia de una verdadera relación laboral, puesto que aunque las trabajadoras de venta directa son vinculadas a través de un contrato comercial, para determinar que su vínculo es laboral deben de estar presente como mínimo la subordinación, y como ya se anoto este elemento es muy débil, si se demuestra con los criterios establecidos por la jurisprudencia, en la relación que estamos analizando.

Como ya se ha indicado es poco factible determinar que la actividad realizada por las trabajadoras de venta directa constituye una verdadera relación laboral, con los criterios que nos aporta la legislación Colombiana, estos son muy debiles y parecen insuficientes a la hora de regular las relaciones laborales atípicas, por ello, se hace necesario ampliar los elementos que constituyen una relación laboral, para abarcar además de los ya expuestos, otros que, los refuercen y que abarquen las nuevas relaciones aparentemente comerciales o civiles, que generan relaciones laborales atípicas, y en algunos casos precarias, en las que se generan nuevos elementos, que pueden constituir, contratos reales de trabajo.

¹⁵⁶ Sentencia C – 555/94, citada por GOYES MORENO, Isabel, HIDALGO OVIDEDO, Mónica “PRINCIPIOS DEL DERECHO LABORAL: LINEAS JURISPRUDENCIALES”, San Juan de Pasto, ediciones UNARIÑO, 2006, p 121.

4.2 EL PARADIGMA DE TRABAJO DECENTE, BASE DE LOS NUEVOS CRITERIOS PARA ESTABLECER RELACIONES LABORALES.

Para poder establecer una relación laboral entre las empresas de venta directa y las personas que se dedican a esta labor, se hace necesario repensar el andamiaje institucional y normativo en que se construyeron las relaciones laborales en la era industrial. Los principios inspiradores deben ser los mismos, sin embargo, hay que hacerse cargo de las grandes transformaciones y exigencias del mundo contemporáneo en relación al trabajo.

La venta directa es una labor que al igual que otras tiende a ser muy heterogénea, no sólo por condiciones diferentes de trabajo, sino por las especificidades tecnológicas e inclusive culturales en las que se desenvuelven. En el mundo del trabajo, hay sujetos sociales más débiles que no pueden ser autorrepresentados: los niños, los pobres, los ancianos a quienes la sociedad y el Estado les deben garantizar sus derechos a todo evento, más allá de los mecanismos del mercado y de la eficiencia o no de las economías. Estas personas y, no en grados menores, están ligadas al mundo productivo: trabajo infantil, trabajo de ancianos, trabajadores pobres, rurales o urbanos, que sólo consiguen trabajos eventuales, poblaciones indígenas pauperizadas y atomizadas que entran y salen del mercado de trabajo y para quienes el marco normativo debe ser extraordinariamente protector.

En este contexto, surge una pregunta ¿cómo generar o reconstituir un sistema de relaciones laborales, que se haga cargo de todas estas heterogeneidades que respete los derechos humanos y que permita la libertad de asociación y de gestión de las demandas, que asegure una distribución razonable de la riqueza generada por el trabajo y que mantenga normas de protección básicas sin afectar los resultados económicos?

La respuesta a esta interrogante ofreció la apertura de un camino a la solución definitiva para todas las labores realizadas en condiciones de precariedad y para nuestro objeto de estudio, denominado el paradigma de “trabajo decente”

Trabajo decente es un concepto que busca expresar lo que debería ser, en el mundo globalizado, un buen trabajo o un empleo digno. El trabajo que dignifica y permite el desarrollo de las propias capacidades no es cualquier trabajo; no es decente el trabajo que se realiza sin respeto a los principios y derechos laborales fundamentales, ni el que no permite un ingreso justo y proporcional al esfuerzo realizado, sin discriminación de género o de cualquier otro tipo, ni el que se lleva a cabo sin protección social, ni aquel que excluye el diálogo social y el tripartismo.

En 1999, Juan Somavia –primer director general de la OIT, presentó su memoria "Trabajo decente". En ella introduce el mencionado concepto, caracterizado por cuatro objetivos estratégicos: los derechos en el trabajo, las oportunidades de

empleo, la protección social y el diálogo social. Cada uno de ellos cumple, además, una función en el logro de metas más amplias como la inclusión social, la erradicación de la pobreza, el fortalecimiento de la democracia, el desarrollo integral y la realización persona

Con el transcurso del tiempo la OIT, ha establecido que para lograr estos objetivos estratégicos el concepto de trabajo decente debe abarcar los siguientes contenidos

1. Empleos de calidad y en cantidad suficiente.
2. Ingresos adecuados.
3. Seguridad en el empleo.
4. Con formación profesional continua y pertinente a la empleabilidad.
5. Con respeto a los derechos de los trabajadores.
6. Fortalecimiento sindical y negociación colectiva.
7. Con participación de los trabajadores en las decisiones de política económica y social.
8. Con diálogo social y tripartismo.
9. Con protección social en el empleo y en la sociedad.
10. En condiciones de libertad.
11. Con equidad para todos los miembros de la sociedad.
12. Con dignidad.

El concepto de trabajo decente incluye una “idea” o si se quiere un tipo ideal, en el que en un extremo está la inseguridad, la exclusión, la desigualdad y el irrespeto a los derechos laborales y, en el otro, están la seguridad, la integración, la igualdad y el pleno respeto a los derechos humanos, es decir, la situación deseada. Por ello, para lograr este ideal la OIT encamina su actuar para realizar un conjunto de acciones para otorgarle sustancia al concepto, actualmente orienta sus objetivos estratégicos para que se adecuen dentro de lo que se podría denominar una megapolítica de respuesta a las consecuencias que la globalización tiene sobre el empleo y la seguridad social y los efectos sobre el desarrollo

Ahora bien el concepto de trabajo decente permitió, entre otras cosas, establecer un marco de referencia para poder hablar de empleo precario, es decir abrió las puertas para que la OIT, encaminara sus esfuerzos a erradicar a todos aquellos empleos que no cumplen con los requisitos del trabajo decente. Es en este contexto que la OIT, entendió que la proliferación del empleo precario se debía a la insuficiencia de los elementos tradicionales para establecer relaciones laborales, por ello la OIT, concibió que el eje de discusión acerca de este tipo de empleo, radica en la falta de regulación de las nuevas relaciones laborales, puesto que estos ostentan una serie de ambigüedades que les ubican tanto en relaciones de carácter comercial, o civil y en las relaciones de tipo laboral.

De esta manera la OIT, teniendo claro que la mejor manera de garantizar el concepto de trabajo decente, era terminar con el empleo precario, en el año de 2006, aprobó la *Recomendación 198, sobre la relación de trabajo*, este pronunciamiento, reafirma la protección del trabajador como objetivo central de la política laboral y proclama la procedencia de una serie de instrumentos técnico-jurídicos tradicionales, y no tradicionales, para detectar la existencia de relaciones de trabajo encubiertas, y para ello además de los elementos constitutivos de la relación de trabajo, realiza una enumeración de indicios para verificar la existencia de una relación de trabajo y, sobre todo, en esta recomendación, la exhorta a los Estados miembros a eliminar los incentivos que fomentan las relaciones de trabajo encubiertas.

No es poca cosa que, luego de dos o tres décadas de flexibilización y desregulación, de la desaplicación impune de la legislación laboral a trabajadores precarizados, tercerizados o disfrazados de empresarios independientes, como el caso de la venta directa la OIT apruebe una recomendación de claro tono restaurador. Esta recomendación se suma, así, a los indicios registrados en cada país del agotamiento del esquema de desregulación y el ingreso en una suerte de etapa pos - neoliberal.

La recomendación 198 sobre la relación de trabajo es el comienzo de una nueva etapa de la Organización respecto de un problema central de su misión: la protección de los trabajadores dependientes que aparecen como “independientes”, por problemas de la legislación, por ambigüedades de la relación, o directamente por encubrimiento fraudulento¹⁵⁷. Generalmente la legislación laboral o de trabajo, así como los convenios colectivos, que ofrecen protección vinculada a la existencia de una relación de trabajo entre un empleador y un empleado, con ello, la legislación trata, entre otras cosas, de resolver lo que puede constituir una desigualdad entre las posiciones de negociación de las partes en una relación de trabajo pero según la OIT existen “dificultades que supone determinar la existencia de una relación de trabajo cuando no resultan claros los derechos y obligaciones respectivas de las partes interesadas, cuando se ha intentado encubrir la relación de trabajo, o cuando hay insuficiencias o limitaciones en la legislación, en su interpretación o en su aplicación”¹⁵⁸.

¹⁵⁷ Cuando se ha intentado encubrir la relación de trabajo, existe el riesgo particular de que los trabajadores se vean privados de la protección a la que tienen derecho, a la vez que se menoscaba la confianza en el sistema jurídico cuando la política nacional no tiene la capacidad de contemplar de manera efectiva la diferencia entre las prácticas fraudulentas y las verdaderas relaciones civiles y comerciales

¹⁵⁸ OIT – recomendación 198 sobre la Relación del Trabajo. Disponible en internet <<http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/convds.pl?R198#Link>>

Por ello, La recomendación 198, al analizar esta ausencia de regulación laboral de los nuevos colectivos laborales, establece¹⁵⁹

- la formulación y la aplicación de una política nacional encaminada a examinar a intervalos apropiados y, de ser necesario, a clarificar y a adaptar el ámbito de aplicación de la legislación y la normativa pertinente, a fin de garantizar una protección efectiva a los trabajadores que ejercen su actividad en el marco de una relación de trabajo;
- la determinación -mediante un listado de los criterios pertinentes- de la existencia de dicha relación de acuerdo con los hechos relativos a la ejecución del trabajo y la remuneración del trabajador, sin perjuicio de la manera en que se caracterice la relación en cualquier acuerdo contrario que se haya acordado entre las partes; y
- El establecimiento de un mecanismo apropiado, o valerse de uno existente, para seguir la evolución del mercado de trabajo y de la organización del trabajo, y ofrecer asesoramiento para la adopción y aplicación de medidas relativas a la relación de empleo

En este orden de ideas con base en la *Recomendación 198, sobre la relación de trabajo*, esta investigación, se atreverá a formular un nuevo concepto de relación laboral basado en: i) *los métodos prácticos para la determinación de relaciones laborales adoptados por otras legislaciones* y ii) *la Caracterización De Indicadores Sobre Relación De Trabajo de los trabajadores de venta directa*, dicho concepto se sustenta en buscar elementos que conduzcan a una estrategia favorable para la incorporación de las personas que se dedican a las ventas por catalogo a un trabajo realizado en condiciones dignas y justas¹⁶⁰

La recomendación 198, examina la vulnerabilidad de ciertos grupos de trabajadores afectados por la incertidumbre en cuanto a la existencia de una relación de trabajo, entre ellos: *las mujeres, trabajadores jóvenes y de edad, personas con discapacidades, trabajadores de la economía informal y trabajadores migrantes*; la OIT reconoce que son estos sectores quienes en mayor medida son los sujetos pasivos de las injusticias de las nuevas políticas de

¹⁵⁹ OIT - Servicio de Diálogo Social, Legislación y Administración del Trabajo. La Relación de Trabajo: Una guía anotada a la Recomendación No. 198

¹⁶⁰ GOYES MORENO, Isabel, HIDALGO OVIDEDO, Mónica "PRINCIPIOS DEL DERECHO LABORAL: LINEAS JURISPRUDENCIALES", San Juan de Pasto, ediciones UNARIÑO, 2006, P. 198, las autoras afirma que: El trabajo realizado en condiciones dignas y justas constituye uno de los principios mínimos fundamentales del derecho del trabajo, que se derivan del artículo 53 de la constitución Colombiana la estructura de este principio comprende cinco aspectos i) ningún trabajador será vulnerado por razones laborales en su dignidad humana ii) el que vulnere la dignidad humana de un trabajador en vigencia de la relación laboral deberá restablecer las condiciones de dignidad y justicia afectadas, iii) todo trabajador tiene derecho a disfrutar de condiciones dignas y justas en su relación de trabajo, iv) nadie podrá generar condiciones de injusticia de indignidad humana en las relaciones laborales, el estado garantizará el respeto a la dignidad humana y a las condiciones justas en el desarrollo de las relaciones laborales.

flexibilización laboral y de apertura económica, por ello se justifican las medidas tendientes a su protección.¹⁶¹

Por ello una de las herramientas de esta preceptiva es el establecimiento de una serie de mecanismos para la *determinación de la existencia de una relación de trabajo*, diferentes a los tradicionales, que en el caso de Colombia han sido insuficientes para la protección del colectivo laboral de las trabajadoras de venta directa y legitimadores de los abusos de la posición dominante de las empresas de venta directa, estos mecanismos deberán ser incluidos en las legislaciones de los países que hacen parte de la OIT, para de esta forma garantizar el acceso a condiciones reales de protección laboral para colectivos laborales atípicos¹⁶².

4.3 MÉTODOS PRÁCTICOS PARA LA DETERMINACIÓN DE RELACIONES LABORALES ADOPTADOS POR OTRAS LEGISLACIONES

El artículo 10 de la recomendación 198, dice que los países miembros deben promover *métodos claros* para ofrecer orientación a los trabajadores y a los empleadores sobre la manera de determinar la existencia de una relación laboral, en un documento denominado *La Relación de Trabajo: Una guía anotada a la Recomendación No. 198, publicado por la OIT*, frente a este aspecto, presenta una serie de métodos prácticos, esto es una serie de leyes y de prácticas en el mundo que son relevantes para determinar la existencia de una relación de trabajo.

Entre los ejemplos de los métodos prácticos se abarca los métodos que se utilizan con mayor frecuencia en la actualidad para establecer una relación de trabajo, se

¹⁶¹ *Recomendación 198, Párrafo 5:* En el marco de la política nacional los Miembros deberían velar en particular por asegurar una protección efectiva a los trabajadores especialmente afectados por la incertidumbre en cuanto a la existencia de una relación de trabajo, incluyendo a las trabajadoras, así como a los trabajadores más vulnerables, los jóvenes trabajadores, los trabajadores de edad, los trabajadores de la economía informal, los trabajadores migrantes y los trabajadores con discapacidades.

¹⁶² Como ya se ha dicho, las personas que se dedican a las ventas directas, son vinculadas al sistema de venta directa a través de un contrato de suministro de mercancías, esto permite a las empresas utilizar una serie de subterfugios lingüísticos, (*fuerza de ventas, distribuidor, representante de ventas, asesor comercial, dealer, vendedor, consultora de belleza, o empresario*), a fin de negar una cualquier indicio de relación laboral, estas empresas están amparadas por una legislación que ha perdido su carrera con la realidad, puesto que las normas vigentes en materia de regulación de relaciones laborales resultan insuficientes para proteger a colectivos laborales atípicos producto de las nuevas relaciones de mercado.

tiene el de la presunción legal, método que de manera expresa esta consagrado en la recomendación 198 en su artículo 11, al establecer:

Recomendación 198

Artículo 11:

A fin de facilitar la determinación de la existencia de una relación de trabajo, los Miembros deberían considerar, en el marco de la política nacional a que se hace referencia en la presente Recomendación, la posibilidad de (...)

- b) Consagrar una presunción legal de la existencia de una relación de trabajo cuando se dan uno o varios indicios, y*

4.3.1 LA PRESUNCIÓN LEGAL DE RELACIÓN LABORAL¹⁶³

Existen dos formas distintas de aplicar el método de la presunción legal en todos los sistemas jurídicos modernos que lo utilizan: por una parte, se puede adoptar la presunción general según la cual todas las relaciones son relaciones de trabajo, y cuando un trabajador entable una demanda, no debe aportar pruebas que demuestren la relación de trabajo. Esto se evidencia en la legislación de los Países Bajos, en la que se incluyeron dos presunciones jurídicas en la Ley de Seguridad y Flexibilidad adoptada el 14 de mayo de 1998, con la finalidad de fortalecer la condición jurídica de los trabajadores flexibles así:

- i) Cuando un trabajador asalariado ha trabajado en forma regular para su empleador durante un período de tres meses (ya sea semanalmente o al menos durante 20 horas al mes), la ley presume de manera automática que existe un contrato de trabajo. ii) Si no hay un acuerdo específico con respecto a las horas que se debe trabajar, entonces se toma el número de horas laboradas por mes durante los últimos tres meses anteriores como el número de horas estipuladas en el contrato de trabajo. Si el trabajador está en desacuerdo, existe la libertad de demostrar lo contrario*

Por otra parte, la ley puede especificar uno o varios indicadores que requieran que el demandante demuestre la existencia de la relación de trabajo para poder activar la presunción a favor del trabajador. Situación que se evidencia en la República Unida de Tanzania, país que consagro una presunción de relación laboral en la Ley sobre el Trabajo y las Relaciones Laborales, en el año 2004 así:

Sección 15 (1)..., un empleador deberá proporcionar por escrito al trabajador, en el momento en que éste inicie su trabajo, los siguientes aspectos particulares: (a) el nombre, la edad, la dirección permanente y el sexo del trabajador; (b) el lugar

¹⁶³ OIT. Op cit, p 35

de contratación; (c) la descripción del trabajo; (d) la fecha de inicio del trabajo; (e) la forma y duración del contrato; (f) el lugar de trabajo; (g) las horas de trabajo; (h) la remuneración, el método que se utilizará para calcular la misma, y los detalles de cualesquiera otros beneficios o pagos en especie, y (i) cualquier otro asunto reglamentario.

...

(5) El empleador deberá mantener en vigencia los particulares consignados por escrito y estipulados en el inciso (1) por un período de cinco años después del cese del trabajo.

(6) Cuando en algún proceso legal un empleador no haga un contrato por escrito o no consigne por escrito los aspectos particulares señalados en el inciso (1), el empleador asumirá la responsabilidad de probar o improbar la supuesta condición del trabajo estipulada en el inciso (1).

(7) Las disposiciones de esta sección no se aplicarán a un trabajador que trabaje para un empleador menos de 6 días al mes

En ambos casos, queda a criterio de la otra parte demostrar que la naturaleza de la relación es distinta y que, por lo tanto, no se debe brindar protección al trabajador. Para demostrar la existencia de una relación laboral entre las empresas de venta directa, esta investigación se inclina por la primera posición adoptada por los países bajos, ya que es más protectora de los derechos de esta colectividad, al mostrar de una forma no expresa que no los trabajadores no están en igualdad con sus empleadores, por el contrario la balanza se inclina más a favor de los segundos, por ello esta presunción garantiza que las trabajadoras de venta directa con la finalidad de reclamar sus derechos como trabajadoras, solo deberán indicar el tiempo que han venido desarrollando esta actividad, y automáticamente les será aplicable esta presunción de legal de relación laboral, por lo que la carga de la prueba estará a cargo de las empresas de venta directa quienes deberán mostrar que la actividad de sus subordinadas no merece la protección del derecho laboral.

Otro método para establecer relaciones laborales es que los estados miembros, lo establece el artículo 11 antes citado se denomina previa consulta:

Artículo 11:

A fin de facilitar la determinación de la existencia de una relación de trabajo, los Miembros deberían considerar, en el marco de la política nacional a que se hace referencia en la presente Recomendación, la posibilidad de (...)

- c) Determinar, previa consulta con las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores, qué trabajadores con ciertas características deben ser considerados, en general o en un sector determinado, como trabajadores asalariados o como trabajadores independientes.**¹⁶⁴.

¹⁶⁴ Ibid. p 37

Esta determinación se puede hacer de varias maneras: por ejemplo, la ley puede otorgar a un Ministerio una discrecionalidad general, como ocurre en **Malawai**, país que en la sección 78 del Anteproyecto de la Ley de Trabajo, 2006 estipulo: *Sección 78:*

(1) El Ministro puede, por medio de notificación en la Gaceta, considerar como trabajadores remunerados cualquier categoría de personas indicada en dicha notificación para los efectos de toda esta ley o parte de ella, o de cualquier otro decreto o ley escrita que regule el trabajo, siempre que el Ministro consulte previamente con el Consejo Asesor del Trabajo antes de considerar como trabajadores remunerados a cualquier categoría de personas en particular.

(2) Antes de que el Ministro emita una notificación en virtud del inciso (1), el Ministro deberá: (a) publicar un borrador de la notificación propuesta en la Gaceta; y deberá (b) invitar a las personas interesadas a presentar peticiones por escrito relacionadas con la notificación propuesta dentro de un período razonable de tiempo.

Otra forma para determinar cuales trabajadores deben ser considerados como trabajadores asalariados y cuales como trabajadores independientes, puede emanar de los estatutos o leyes, estos puede hacer referencia específica a un grupo determinado. En este punto se destacan experiencias como la de España, este país en la Ley del Estatuto de los Trabajadores; y el Real Decreto Legislativo 1435/1985 se regulo la relación especial de trabajo de los hombres y las mujeres deportistas y de los artistas del espectáculo, así:

1. *Se consideran como relaciones especiales de trabajo las siguientes:*
(...)
d) *los hombres y las mujeres deportistas*
e) *los artistas del espectáculo.*

4.4 CARACTERIZACIÓN DE INDICADORES SOBRE RELACIÓN DE TRABAJO DE LOS TRABAJADORES DE VENTA DIRECTA

Adicionalmente a los métodos prácticos para el establecimiento de una relación labora, el artículo 11, literal b de la recomendación 198 de la OIT, acerca de la relación del trabajo establece la consagración de una presunción legal de la existencia de una relación de trabajo cuando se dan uno o varios indicios, esta posición resulta innovadora y revolucionaria, ya que consagra la posibilidad de que a través de indicios, se establezca la existencia de una relación laboral.

Por esta razón el artículo 13 de la mencionada recomendación se encarga de enunciar cuales indicios podrían revelar la existencia de relación laboral.

Resolución 198, artículo 13:

Los Miembros deberían considerar la posibilidad de definir en su legislación, o por otros medios, indicios específicos que permitan determinar la existencia de una relación de trabajo. Entre esos indicios podrían figurar los siguientes:

- a) El hecho de que el trabajo: se realiza según las instrucciones y bajo el control de otra persona; que el mismo implica la integración del trabajador en la organización de la empresa; que es efectuado única o principalmente en beneficio de otra persona; que debe ser ejecutado personalmente por el trabajador, dentro de un horario determinado, o en el lugar indicado o aceptado por quien solicita el trabajo; que el trabajo es de cierta duración y tiene cierta continuidad, o requiere la disponibilidad del trabajador, que implica el suministro de herramientas, materiales y maquinarias por parte de la persona que requiere el trabajo, y
- b) El hecho de que se paga una remuneración periódica al trabajador; de que dicha remuneración constituye la única o la principal fuente de ingresos del trabajador; de que incluye pagos en especie tales como alimentación, vivienda, transporte, u otros; de que se reconocen derechos como el descanso semanal y las vacaciones anuales; de que la parte que solicita el trabajo paga los viajes que ha de emprender el trabajador para ejecutar su trabajo; el hecho de que no existen riesgos financieros para el trabajador

En este punto teniendo claro que la OIT, abre la posibilidad de establecer relaciones laborales a través de la verificación de indicios, se procederá a establecer cuales de estos indicios son verificables en las ventas por catalogo.

4.4.1 El hecho de que el trabajo se realiza según las instrucciones y bajo el control de otra persona

Uno de los principales indicadores de la subordinación es el control, ya que la consideración “primordial” por la que negocian los empleadores es precisamente el derecho a controlar el trabajo y el poder de dirigir al trabajador de manera que su trabajo se adapte a los cambios en las necesidades del proceso laboral. Algunas de las consideraciones fundamentales en torno a la subordinación son: la capacidad de dirigir el trabajo, la contratación, la disciplina, la formación, la evaluación, entre otros aspectos. El control puede abarcar ya sea el proceso de ejecución del trabajo y el resultado del mismo, así como el momento, el lugar y la manera en que se vende un producto¹⁶⁵

¹⁶⁵ *Ibid.*, p44

Las trabajadoras de venta directa están sometidas al control de la empresa de venta directa cuando, i) *aceptan adherirse a un código de ética, que establece una serie de lineamientos en defensa de los consumidores, de igual manera, ii) cuando aceptan las formas y lugares establecidos donde se van a realizar los pagos de los productos adquiridos, iii) cuando son obligadas a asistir a las conferencias organizadas por las gerentes de zona, para la recepción de sus pedidos (corretaje), iv) y por ultimo al aceptar un código, a efectos de la identificación laboral y de diferenciación de las demás trabajadoras.*

Las guías están sometidas al control de las Gerentes de zona, puesto que como se anoto en el capitulo III de esta investigación, a pesar que cumplan las mismas funciones de una gerente de zona, es decir tienen un territorio en el que desempeñan su función, una zona o municipio, en el que además de reclutar nuevas vendedoras, debe recoger las ordenes de compra de las mismas, para remitirlas a la gerente de zona, no son consideradas como empleadas de la empresa por lo que su remuneración se ve reflejada en el numero de nuevas vendedoras que logre reclutar

De igual manera Las trabajadoras de venta directa, están sometidos al control de una gerente de zona, con la que tienen un vínculo permanente, centrado en la provisión de la mercadería, ejercen un control a través de frecuentes llamados telefónicos, para recordarle que ya cierra la campaña o que está por realizarse la conferencia.

4.4.2 La Integración del trabajador en la organización de la empresa

En las formas más recientes de organización del trabajo, hay cada vez menos control pero más integración del mismo¹⁶⁶. No obstante, en vista de la diversificación que ha surgido en las relaciones de trabajo y la dificultad para determinar la existencia del control que ejerce el empleador con respecto al tiempo, el lugar y los medios de trabajo, el concepto de la “integración en la estructura organizacional” ha recibido mayor atención en muchos países. La integración del trabajador en la organización de la empresa es definida expresamente en legislaciones como la de Portugal, en el artículo 12 del Código de Trabajo, No. 99 de 2003¹⁶⁷

Artículo 12 – Presunción. Se presume siempre que las partes han celebrado un contrato de trabajo cuando están presentes todos los indicadores que se señalan a continuación: (a) El trabajador es parte de la estructura organizacional de la actividad del beneficiario y ejecuta un servicio bajo la dirección de dicho beneficiario...

¹⁶⁶ *Ibid.*, p 45

¹⁶⁷ *Ibid.*, p 45

Frente a este punto se puede decir que una de las directivas de las empresas de venta directa es la integración de su “fuerza de ventas” en su organización, esto se puede notar cuando. Las empresas establecen niveles o jerarquías de trabajo, definiendo que las gerentes de zona son las líderes, en determinado territorio, y esta a cargo de el manejo de un numero de trabajadoras de venta directa, quienes son el primer eslabón, o las subordinadas de esta labor, existe una prohibición no expresa de vender exclusivamente en la zona en que fue afiliada la vendedora directa, es no expresa puesto que a pesar que no existe norma que la consagre, si una vendedora de una zona X, decide vender sus productos en una zona Y, la gerente de la zona Y, no esta en la obligación de aceptar los pedidos realizados por la vendedora directa, ya que esta ultima no hace parte de las vendedoras reclutadas por ella. Esto directamente influye en que la vendedora directa exclusivamente venda productos en la zona en que fue reclutada.

De igual manera se puede verificar que la fuerza de ventas es parte de la estructura organizacional de la actividad de las ventas directas, ya que las empresas no alcanzarían su finalidad, y no acumularían utilidades si no dispusieran de una fuerza de trabajo, por ello para garantizar estos dos aspectos, las empresas acuden a la implantación de el componente subjetivo explicado en capítulos anteriores, en el que se enfatiza el sentido de pertenencia, de las trabajadoras de venta directa con la empresa, basándose en normas no escritas como principios éticos, y códigos de conducta, garantizando con ello la fidelidad de los colaboradores, vendedores y clientes.

4.4.3 El trabajo debe ser ejecutado personalmente por el trabajador

Al determinar si un trabajador es un “trabajador asalariado” o un “trabajador independiente”, la decisión puede depender sustancialmente de si el trabajador no ejecuta ningún trabajo o muy poco de éste por sí mismo. Si el trabajador puede ofrecer un sustituto para que éste ejecute el trabajo, entonces el individuo no suele considerarse como trabajador asalariado. No obstante, la subdelegación de parte del trabajo en cuestión no debe considerarse como un aspecto decisivo para calificar en forma definitiva a la persona como trabajador independiente. En Canadá, algunos “propietarios” de tiendas que operan bajo acuerdos de franquicia han sido considerados como empleados del licenciante, aun cuando se les permita contratar a sus propios empleados para que colaboren con el manejo de la tienda

Este indicio se puede constatar en las ventas por catalogo en el contrato de suministro que vincula a la fuerza de ventas con la empresa de venta directa, dado que este contrato es intuitu persona, y no admite expresamente¹⁶⁸ una pluralidad

¹⁶⁸ Frente a este punto, se reitera que aunque aparentemente en los extremos del contrato aparezcan, la fuerza de ventas, y la empresa, la realidad nos muestra que es muy común que las ventas por catalogo, al ser considerada una actividad de subsistencia implique la participación de mas de un miembro de la familia de la trabajadora de venta directa, o de allegados que no tienen intención de afiliarse directamente a la empresa, por lo que por cada afiliada efectiva, al menos dos

de vendedores con un único contrato de suministro, la vendedora directa es la responsable ante la empresa, de obligaciones como pagar a tiempo los productos, asistir a las conferencias, y firmar las facturas que constatan la entrega efectiva por parte de la empresa de los productos solicitados por ella, de igual manera existe prohibición expresa de cesión del contrato de suministro, y de permitir que personas no afiliadas a la empresa vendan sus productos.

4.4.4 El trabajo debe ser ejecutado, dentro de un horario determinado, o en el lugar indicado o aceptado por quien solicita el trabajo

En primer lugar, respecto al lugar de trabajo, se puede decir que esta limitado por la zona en la que la gerente de zona tiene poder de control sobre las trabajadoras de venta directa, como ya se anoto en párrafos anteriores, una vendedora directa debe limitarse exclusivamente a vender en la zona en que fue reclutada, puesto que la gerente de otra zona no esta en la obligación de tramitar los pedidos realizados por ella, en este orden de ideas, si bien es cierto las vendedoras directas tienen una multiplicidad de lugares de trabajo, ya que su actividad se realiza puerta a puerta, esta multiplicidad de lugares se limitan exclusivamente a la zona establecida por el departamento de Georeferenciación de la empresa.

Respecto a que el trabajo debe ser ejecutado en un horario determinado, como se explico en el capítulo III de esta investigación a pesar que las empresas de venta directa afirman que esta actividad, ofrece flexibilidad de horarios, a través de un programa de incentivos, para las trabajadoras, que se traduce en un sistema de premios que permite a las mujeres intercambiar puntos obtenidos por la venta de diversos productos, presiona a las trabajadoras obligándoles a utilizar más tiempo a las ventas, o a dedicarse exclusivamente ellas, por que de acuerdo a las empresas, ningún trabajo formal les permitirá estos incentivos

4.4.5 El trabajo sea de cierta duración y tenga cierta continuidad, o requiera la disponibilidad del trabajador

Frente a la duración y continuidad, se reitera la posición que a través de los programas de incentivos realizados por las empresas de venta directa se garantizan estos dos factores, puesto que de una forma no expresa obligan a las vendedoras por catalogo a dedicarse exclusivamente a esta labor a fin de conseguir ciertos premios.

Respecto a la disponibilidad, hay que anotar que las ventas por catalogo por ser una actividad que no tiene una jornada laboral determinada, por lo que su comienzo y fin se entrelazan, y dado que la remuneración de las trabajadoras de venta directa se hace a través de comisiones por ventas, su disponibilidad es de

personas se dedican a esta actividad de forma paralela, es decir sin la firma del contrato de suministro

las veinticuatro horas del día, los siete días a la semana y los trescientos sesenta y cinco días del año, para poder vender puerta a puerta sus productos, y además cada veinte días, sin importar si es un día domingo o festivo, debe estar disponible en su hogar para recibir para posteriormente entregar los pedidos solicitados a sus clientes.

4.4.6 El trabajo debe implicar el suministro de herramientas, materiales y maquinarias por parte de la persona que requiere el trabajo

Frente a este indicio, es importante anotar que la herramienta principal que poseen las vendedoras directas es el catálogo, en el que se muestran las fotografías y especificaciones técnicas de los productos que ofrecen, esta herramienta es suministrada exclusivamente por la empresa de venta directa a título de venta que se realiza a la trabajadora, y su valor está incluido en la factura de venta. La empresa establece el valor de los productos ofrecidos por la vendedora por lo que no existe libertad en la fijación de los mismos, por parte de las vendedoras. De igual manera las empresas suministran demostraciones de los productos que van a ser vendidos con la finalidad de que las vendedoras los regalen a sus potenciales clientes, sin embargo, estas demostraciones aunque son provistas por la empresa, son vendidas a las trabajadoras de venta directa, y en algunos casos son incluidas en el pedido de las vendedoras, aunque ellas no los hayan solicitado.

4.4.7 El hecho de que se paga una remuneración periódica al trabajador

Este tema fue tratado en el capítulo III, en el que se explicó que, el concepto de salario, es remplazado por el de *comisión por ventas*, este ingreso percibido por las vendedoras oscila entre el 20% y el 30 % del valor de tapa de los folletos. El ingreso es obtenido a lo largo de una campaña de 18, 19, o 20 días.

4.4.8 La remuneración como la única o la principal fuente de ingresos del trabajador

Al tratar en el capítulo III, el tema acerca de las Evidencias Principales de Precarización Laboral en el Sistema de Venta Directa, y concretamente el acápite acerca de la ausencia de prestaciones salariales, se explicó que el carácter de los ingresos, percibidos por la vendedora directa, en los países del tercer mundo asumen el papel de "*ingresos únicos*", dado que las personas que se dedican a esta actividad carecen de un empleo asalariado, y la venta directa es una forma de mantener a sus familias, por lo que dejar de vender por un día, significa en algunos casos dejar de comer, por lo que los días domingos, o festivos, o fechas especiales son días normales de trabajo. En este entendido hay que agregar que los ingresos percibidos por las trabajadoras de venta directa, pueden provenir de las comisiones recibidas por su afiliación a varias empresas de venta directa, por ejemplo la señora X, esta afiliada a una empresa que a través de un catálogo

ofrezca cosméticos, pero no ropa interior, la señora X tiene la libertad de afiliarse a una empresa que ofrezca ropa interior a través de catálogo, sin embargo, esto no implica que ellas adquieran la condición de ser empleadas independientes, puesto que aunque aparentemente presten sus servicios a múltiples empleadores, los ingresos recibidos son únicos, puesto que no alternan las ventas por catálogo con una actividad asalariada, en este sentido, *“El hecho de que una persona trabaje para más de un empleador no necesariamente quiere decir que sea un trabajador independiente en vez de un trabajador asalariado, puesto que la remuneración recibida puede adquirir la característica de ser un ingreso único”*¹⁶⁹.

La característica de que las comisiones recibidas por las trabajadoras de venta directa en los países en desarrollo como nuestro país, como ya se explicó adquieren la característica de ingresos únicos, evidencia una forma de dependencia económica, que en varios países, es asumida como requisito para la existencia de una relación laboral. Por ejemplo en Portugal, se consagró en las secciones 10 y 13 del Código de Trabajo, No. 99 de 2003 la ampliación parcial de su ámbito de aplicación más allá de los límites del contrato de trabajo. Al respecto, el código dispone lo siguiente:

*Los contratos orientados a la ejecución de trabajo, sin estar vinculados a una subordinación legal, estarán sujetos a los principios estipulados en el presente código, en particular en lo que se refiere a los derechos de la persona, a la igualdad, a la no discriminación, a la seguridad y a la salud en el trabajo, sin perjuicio de cualesquiera otras disposiciones estipuladas en la legislación especial, siempre que **se considere que el trabajador se encuentre en una situación de dependencia económica** del beneficiario para el cual ejecuta la actividad. El código se refiere a estos contratos como contratos de trabajo (“contratos equiparados”) y los sujeta a los principios establecidos por el código. (Negrillas y subrayado no hacen parte del texto original)*

En Panamá, en el artículo 65 del Código de Trabajo, frente a la dependencia económica como prueba de la relación de trabajo se estableció:

Artículo 65 prueba de Relación de trabajo

Se considera que existe una dependencia económica:

- a) *Cuando las sumas que percibe el trabajador constituyen la **única o principal fuente de sus ingresos;***
- b) *Cuando dichas sumas provienen de una persona o empresa, o como consecuencia de la actividad efectuada por el trabajador; y*

¹⁶⁹ *Ibíd.*, p 52

- c) *Cuando el trabajador no goza de autonomía económica y se encuentra vinculada económicamente al giro de actividad que desarrolla la persona o empresa que pueda considerarse como empleador*¹⁷⁰.

En Canadá, en la legislación sobre las relaciones laborales se ha incluido una categoría denominada “trabajador dependiente” con el fin de asegurar la protección de los trabajadores que no muestran los indicios tradicionales de la condición de trabajo, pero quienes no obstante son dependientes del empleador, y su naturaleza se asemeja más a la de trabajadores asalariados que a la de trabajadores independientes. De esta manera, la Ley de Relaciones Laborales de Ontario considera de manera específica a los “trabajadores dependientes” como “trabajadores asalariados” y define al trabajador dependiente como: *“aquella persona que -sin considerar si está o no vinculada por un contrato de trabajo y si suministra herramientas, vehículos, equipo, maquinaria, material o cualquier otra cosa que pertenezca al trabajador dependiente- ejecuta algún tipo de trabajo o presta servicios para otra persona a cambio de una remuneración o recompensa bajo términos y condiciones según los cuales **el trabajador dependiente dependa económicamente de otra persona**, y esté en la obligación de ejecutar tareas para ésta, de manera que su condición se asemeje más a la de un trabajador asalariado que a la de un trabajador Independiente”*¹⁷¹ (Negrillas y subrayado no hacen parte del texto original)

Como se puede observar, en varios países se ha adoptado la tendencia a considerar la dependencia económica como un indicador de relación laboral, situación que beneficia aun más la propuesta planteada en esta investigación de la creación de una relación laboral entre las empresas de venta directa y la denominada “fuerza de ventas”, puesto que en un país en el que el empleo es mas escaso, surgen formas precarización del empleo, cuya característica principal es que quienes se vinculan a estas labores, lo hacen por la necesidad de adquirir ingresos únicos para su subsistencia, por lo que la dependencia económica es innegable.

4.5 LA MATERIALIZACION DE LA RECOMENDACIÓN 198 EN LA LEGISLACIÓN COLOMBIANA.

La recomendación 198 de 2006 sobre la relación del trabajo, constituye una propuesta que busca brindar una solución ante las políticas neoliberales que se caracterizan por la precarización y desprotección de los trabajadores, ofreciendo respuestas ante la cuestión de saber quien se encuentra involucrado en una relación de trabajo, y cuales son los derechos y la protección que esto implica. Sin embargo, la eficacia de las recomendaciones de la OIT, depende de la

¹⁷⁰ *Ibid.*, p 42

¹⁷¹ *Ibid.*, p 52

implantación de políticas laborales progresistas¹⁷², adelantadas por valga la redundancia, gobiernos progresistas¹⁷³, preocupados por generar igualdad en los colectivos laborales no típicos, esta afirmación se sustenta en que las normas internacionales del trabajo o (NIT)¹⁷⁴, específicamente las recomendaciones de la OIT, carecen de fuerza vinculante para los estados, ya que a diferencia de los Convenios, cuya finalidad es obligar a los Estados signatarios, las Recomendaciones tienen – como su nombre lo indica – una finalidad orientadora, proponiendo a los miembros la adopción de ciertas medidas internas en materia de política social, por esta razón *“las recomendaciones no son objeto de ratificación por parte de los Estados, y su consecuencia jurídica es entonces, no generar obligaciones de forzoso cumplimiento sobre sus contenidos”*.¹⁷⁵

Una Recomendación puede emitirse para abordar un tema cuya importancia o universalidad no son suficientes como para dar lugar a un Convenio, aunque también pueden dictarse Recomendaciones que busquen complementar lo establecido en un Convenio ya vigente, o cuando se requiera de un

¹⁷² Podemos, al menos a los efectos de estas líneas, considerar la política laboral como aquel aspecto de la política general, y de la política social en particular, referido a las relaciones laborales, con especial énfasis en la situación de los trabajadores y sus organizaciones. ERMIDIA URRIARTE, Oscar. “La Política Laboral De Los Gobiernos Progresistas”, disponible en internet http://www.nuso.org/upload/articulos/3456_1.pdf.

¹⁷³ inicialmente, podría considerarse como progresistas a los gobiernos de izquierda, lo que de todos modos implicaría una definición acerca de qué es la izquierda, asunto de particular dificultad. Un avance relativo, pero de cierta firmeza conceptual, podría alcanzarse adoptando, aunque solo sea como hipótesis de trabajo, a efectos instrumentales, la concepción de Norberto Bobbio según la cual *“lo que en última instancia distingue a la izquierda de la derecha es la preocupación por la igualdad”*. En tal caso, podrían ser considerados gobiernos de izquierda –y, por lo tanto, progresistas– aquellos que tienen como norte la disminución de las desigualdades. Tal enfoque nos permitiría incluir dentro de este conjunto a algunos gobiernos que, aun sin tener una definición ideológica coincidente con lo que tradicionalmente se define como izquierda, muestran una preocupación por fortalecer la posición de los trabajadores, tanto en el plano individual como en el colectivo. Por lo demás, en un marco más amplio, que involucra la política económica más allá del sistema de relaciones laborales, parece inevitable identificar la distribución de la renta y la inclusión social como objetivos ineludibles del progresismo, puede que los gobiernos de derecha, puedan hacer asistencialismo, pero difícilmente avancen en la redistribución; además, tarde o temprano, la desigualdad que les es ínsita deriva, especialmente en el mundo en desarrollo, en exclusión social. De tal modo, un gobierno progresista no podría ser calificado como tal si mantiene o profundiza la concentración de la renta y otras desigualdades, aun cuando en el sistema de relaciones laborales muestre una preocupación por la protección del trabajador y la promoción de sus organizaciones, *ibíd.*, p. 2

¹⁷⁴ Las (NIT), son normas jurídicas de Derecho Internacional Público de carácter general, impersonal y abstracto y codificadas, de índole predominantemente laboral, de origen convencional o consuetudinario, generalmente contenidas en tratados o acuerdos internacionales vinculantes, que una vez incorporadas al ordenamiento interno estatal, crean directamente derechos subjetivos o comprometen internacionalmente al respectivo Estado a adoptar las medidas necesarias para crearlos. MOLINA. Carlos Ernesto. “Las Normas Internacionales del trabajo y su efectividad en el Derecho Colombiano”. Ed. Temis, Capítulo 1

¹⁷⁵ OIT. Manual para la Defensa De La Libertad Sindical, disponible en internet. <http://white.oit.org.pe/sindi/manual/cap2.html>

pronunciamiento internacional respecto de una materia en donde sea extremadamente difícil adoptar un Convenio.¹⁷⁶

Para mayor ilustración, vale la pena realizar un tabla comparativo, entre las recomendaciones y los convenios internacionales, basados en el artículo 19 de la Constitución de la OIT.

Tabla 5: tabla comparativa, entre las recomendaciones y los convenios internacionales, basados en el artículo 19 de la Constitución de la OIT.

CONVENIOS INTERNACIONALES	RECOMENDACIONES
Los convenios son auténticas normas de derecho internacional que vinculan jurídicamente a los Estados	Las recomendaciones son instrumentos que se limitan a señalar pautas para orientar la legislación y la práctica jurídica nacional
Nacen abiertas a la ratificación, y como tal están destinadas a crear obligaciones internacionales para los Estados que los ratifican	Las recomendaciones no están sujetas a ratificación, pues su objetivo no es que los Estados adquieran nuevos compromisos internacionales sino que se trata de sugerencias que la OIT formula a los Estados para que éstos, en lo posible, las desarrollen internamente. La obligación internacional que adquieren los Estados en relación con las recomendaciones es la de someter esas propuestas a consideración de sus autoridades internas, a fin de eventualmente desarrollarlas por medio de otras normas jurídicas. Igualmente deben los Estados informar a la OIT sobre el estado de su legislación y la práctica en lo que respecta a los asuntos tratados en las recomendaciones, pero en ningún momento se prevé la ratificación de tales recomendaciones, o que su contenido genere en sí mismo una obligación internacional
Los convenios se formulan con el lenguaje preceptivo de las normas jurídicas, para lo cual basta revisar	Las recomendaciones tienden a ser redactadas como sugerencias o invitaciones a los Estados a desarrollar

¹⁷⁶ Ibid.

<p>cualquiera de esos documentos jurídicos en donde se señala que los Estados “deberán” o se “comprometen” a efectuar determinadas políticas. Y no podía ser de otra forma pues mediante los convenios los Estados adquieren compromisos jurídicos internacionales.</p>	<p>determinadas políticas, por lo cual se usa en general el modo condicional. La mayor parte de los artículos de estos documentos simplemente señalan que los Estados, los patronos o los trabajadores “deberían” efectuar determinada conducta, tal y como se puede observar mediante la lectura de las recomendaciones aprobadas por medio de la ley bajo revisión. Esto muestra que las recomendaciones no son, en estricto sentido, verdaderas normas jurídicas sino exhortaciones políticas a los Estados</p>
---	--

Fuente: esta investigación

En nuestra legislación, La Constitución establece la diferencia entre las recomendaciones y los convenios, al conferirles distinta eficacia jurídica interna. Así, el artículo 53 de la Carta incluye en la legislación interna a los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, mientras que en relación con las recomendaciones, no existe norma constitucional que las mencione.

La corte constitucional en sentencia C-049/94. MP Antonio Barrera Carbonell, realiza una diferenciación entre convenios y recomendaciones, al respecto refiere:

La Recomendación, según el artículo 19 de la Constitución de la O.I.T., es aquella proposición de la Conferencia Internacional del Trabajo, que trata de cuestiones o aspectos que en ese momento no se prestan para la adopción de un Convenio, y que no exige propiamente la expresión del consentimiento, en la forma indicada para el ajuste de los Convenios y Tratados Internacionales, ni su ratificación formal, pues la Recomendación constituye apenas una serie de orientaciones y sugerencias con respecto de determinada materia -en este caso, las medidas tendientes a garantizar la seguridad y la salud de los trabajadores en las instalaciones petroleras marítimas y en la industria de energía nuclear, que son puestas en práctica a través de la legislación interna de cada país miembro, o de cualquier otro modo, y por consiguiente, carecen, para efectos de su ejecución, de la fuerza imperativa de que están dotados los Convenios de la O.I.T.¹⁷⁷.

De igual manera el artículo 93 de la constitución nacional que refiere sobre el bloque de constitucionalidad establece que: “los tratados y convenios

¹⁷⁷ Sentencia C-049/94. MP Antonio Barrera Carbonell. Consideración de la Corte No 3 C)

*internacionales ratificados*¹⁷⁸ por el congreso, que reconocen los derechos humanos y que prohíben su limitación en los estados de excepción, prevalecen en el orden interno", esto significa, que los tratados que versen sobre derechos humanos, formarán parte del bloque de constitucionalidad que es el conjunto de principios y reglas de valor constitucional que no puede ser escindido. El concepto de bloque de constitucionalidad parte del concepto de que la constitución no está integrada solamente por las normas incluidas en su texto formal oficial, sino también por otras normas, valores o principios que son fundamentales o esenciales para el Estado, por cimentarse o remitir a valores o principios del orden constitucional.¹⁷⁹

Como ya se ha señalado, las condiciones para que los tratados internacionales hagan parte del bloque de constitucionalidad son, por un lado que contengan derechos humanos, por lo cual, esta característica la cumplen todos los tratados internacionales del trabajo al ser los derechos laborales, derechos humanos¹⁸⁰

En este orden de ideas, se puede afirmar que la constitución, y la jurisprudencia, reafirman el carácter no obligatorio de las recomendaciones, explicado en párrafos anteriores, ya que le han dado un valor superior a únicamente los tratados internacionales, que versan sobre derechos humanos que llevan implícitos los derechos laborales, al considerarlos parte del bloque de constitucionalidad, situación que no ostentan las recomendaciones de la OIT, puesto que, como ya se anotó por regla general carecen de fuerza vinculante, sin embargo, esto no implica que los estados puedan integrarlas en la legislación interna, a través de una ley, que retome los postulados de la recomendación, de esta manera las

¹⁷⁸ Hay que aclarar que la afirmación ratificar constituye un error técnico puesto que el Congreso no ratifica si no que aprueba mediante ley, como actuación previa al control de constitucionalidad. Una vez realizado el control, le corresponde al presidente la ratificación de un tratado

¹⁷⁹ La Corte ha distinguido el concepto de Bloque de Constitucionalidad en estricto sentido y en sentido amplio. Al respecto, en Sentencia C-191 de 1998, M.P. Dr. Eduardo Cifuentes Muñoz, se manifestó en los siguientes términos: "resulta posible distinguir dos sentidos del concepto de bloque de constitucionalidad. En un primer sentido de la noción, que podría denominarse bloque de constitucionalidad *strictu sensu*, se ha considerado que se encuentra conformado por aquellos principios y normas *de valor constitucional*, los que se reducen al texto de la Constitución propiamente dicha y a los tratados internacionales que consagren derechos humanos cuya limitación se encuentre prohibida durante los estados de excepción (C.P.. artículo 93)... Más recientemente, la Corte ha adoptado una noción *lato sensu* del bloque de constitucionalidad, según la cual aquel estaría compuesto por todas aquellas normas, de diversa jerarquía, que sirven como parámetro para llevar a cabo el control de constitucionalidad de la legislación. Conforme a esta acepción, el bloque de constitucionalidad estaría conformado no sólo por el articulado de la Constitución sino, entre otros, por los tratados internacionales de que trata el artículo 93 de la Carta, por las leyes orgánicas y, en algunas ocasiones, por las leyes estatutarias."

¹⁸⁰ De acuerdo a la doctrina son derechos humanos aquellos que emanan de la naturaleza humana y por tanto son sustanciales a ella: su ejercicio es necesario para satisfacer las necesidades esenciales individuales y sociales del ser humano, tanto en lo físico como en lo espiritual.

recomendaciones fijaran las pautas principales, para que los estados si lo estiman convenientes las adopten y así garanticen lo dispuesto en ellas, en su legislación.

Si a las recomendaciones de la OIT, le adicionamos una política laboral progresista se puede conquistar que colectivos laborales atípicos, tengan los mismos derechos que los típicos, un ejemplo de ello es el trabajo a domicilio¹⁸¹ y el teletrabajo¹⁸², quienes actualmente son reconocidos como generadores de verdaderas relaciones laborales, gracias a nuestra legislación que ha adoptado medidas tendientes a la protección de estos colectivos atípicos, por ejemplo: en el trabajo a domicilio que inicialmente estaba desprovisto de cualquier regulación jurídico – laboral, dado que era asumido como una labor de encomienda y no de trabajo, nuestra legislación, le brindo una regulación jurídica, a este contrato que aunque atípico, es regulado en el código sustantivo del trabajo en los artículos 89, 90, 91, 92, 93¹⁸³. El contrato de trabajo a domicilio, no tiene predominantemente el

¹⁸¹ En perspectiva histórica, el trabajo a domicilio existe desde la primera era del capitalismo, formando parte de la revolución industrial. Esta forma de trabajo absorbía principalmente a mujeres de bajos ingresos, casadas, con niños, necesitadas de un complemento a los ingresos del cónyuge. Representaba también una fuente de ingresos “respetable” para mujeres de clase medio-baja o mujeres solas (viudas, solteras). Incluso, el hecho de llevarse a cabo en la vivienda de la trabajadora, era visto como un factor de consolidación familiar. Más adelante, las opiniones prevalecientes sobre el trabajo a domicilio fueron en dirección a erradicarlo, al considerar que, más bien, sustraía a las mujeres de sus tareas domésticas y responsabilidades familiares, al tiempo que reducía las oportunidades de empleo en la fábrica para los hombres, debilitando su poder de negociación en materia de condiciones de trabajo y niveles de remuneración.

¹⁸² El teletrabajo es aquella actividad humana que se realiza a distancia del lugar donde se están esperando los resultados, y en la cual se utilizan instrumentos tecnológicos, tanto para la obtención de un efecto final como para la transmisión del mismo BELTRAN PUCHE. Amparo, SANCHEZ NEIRA. Luis Orlando. Las Relaciones Laborales virtuales: El Teletrabajo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2002. P 177

¹⁸³ **Artículo 89.** Contrato de trabajo. Hay contrato de trabajo con la persona que presta habitualmente servicios remunerados en su propio domicilio, sola o con la ayuda de miembros de su familia por cuenta de un empleador.

Artículo 90. Autorización previa. Todo empleador que quiera contratar trabajos a domicilio, debe previamente obtener la autorización del respectivo inspector del trabajo, o en su defecto, del alcalde del lugar.

Artículo 91. Libro de trabajadores. Los empleadores que den trabajo a domicilio deben llevar un libro autorizado y rubricado por el respectivo inspector del trabajo, o por la primera autoridad política donde no existiere este funcionario, en el que conste:

1. Nombre y apellido de los trabajadores y domicilio en donde se ejecuta el trabajo.
2. Cantidad y características del trabajo que se encarga cada vez.
3. Forma y monto de la retribución o salario; y
4. Motivos o causas de la reducción o suspensión del trabajo.

Artículo 92. Libreta de salario. El empleador debe entregar gratuitamente al trabajador a domicilio que ocupe, una “libreta de salario” foliada y rubricada por el inspector del trabajo de su jurisdicción, y en su defecto por la primera autoridad política del lugar.

En esta libreta, además de las anotaciones a que se refieren los numerales del artículo anterior, se harán las siguientes:

- a) Valor y clase de los materiales que en cada ocasión se entreguen al trabajador, y la fecha de la entrega.

elemento de la subordinación, elemento esencial del vínculo laboral, pero, no por ello se desvirtúa su naturaleza laboral, como se lo ha reconocido la jurisprudencia en sentencia C - 710/1996 MP Carlos Gaviria Díaz

“El contrato de trabajo a domicilio, por sus características, presenta algunas diferencias con el típico contrato de trabajo, sin que por ello pueda afirmarse que la relación existente entre el empleador y el trabajador a domicilio no constituye un verdadero contrato de trabajo. El elemento de la subordinación, elemento esencial del vínculo laboral, no es el predominante en esta relación, sin que por ello se desvirtuara su naturaleza laboral. Si bien esta clase de contrato, es fuente de generación de empleo, su uso, sin control alguno puede dar lugar a conflictos, especialmente, en lo que hace a los derechos de las personas contratadas bajo esta modalidad. Razón por la que se requiere de mecanismos que permitan al Estado asegurar el reconocimiento de los derechos y garantías que tiene esta clase de trabajadores, con el objeto de mantener cierta igualdad entre éstos y los asalariados”¹⁸⁴

Otro ejemplo de que es viable la inclusión de una legislación laboral progresista en Colombia, que tenga como apoyo las recomendaciones de la OIT¹⁸⁵, es la protección laboral al teletrabajo, actividad que fue regulada recientemente en la ley 1221 de 2008¹⁸⁶, esto constituye una evidencia de que es posible aun con las

-
- b) Fecha en que el trabajador entregue la obra terminada; y
 - c) Cuantía de los anticipos y salarios pagados.

Artículo 93. Informes. Los empleadores que ocupen trabajadores a domicilio están obligados a suministrar a las autoridades administrativas del trabajo todos los informes que les soliciten, y en particular aquellos que se refieren a las condiciones de trabajo y a las tarifas de salarios pagadas al personal a su servicio”.

¹⁸⁴ sentencia C 710/1996 MP Carlos Gaviria Díaz

¹⁸⁵ Recomendación acerca del teletrabajo: Este acuerdo voluntario tiene como objetivo establecer un marco general de conformidad con los procedimientos y prácticas nacionales relativas a la administración y los aspectos laborales...

Cláusula 2. El teletrabajo es una forma de organización y/o realización del trabajo, utilizando las tecnologías de la información en el marco de un contrato o de una relación de trabajo, en la cual un trabajo que podría ser realizado igualmente en los locales de la empresa se efectúa fuera de estos locales en forma regular. El presente acuerdo cubre a los teletrabajadores. Se entiende por teletrabajador toda persona que efectúa teletrabajo según la definición anterior.

Cláusula 3. El paso al teletrabajo en tanto que tal, puesto que modifica únicamente la manera en que se efectúa el trabajo, no afecta el estatus laboral del teletrabajador. La negativa de un empleado a teletrabajar no es, en sí, un motivo de rescisión de la relación laboral ni de modificación de las condiciones de trabajo de este trabajador

¹⁸⁶ Esta ley define teletrabajo y teletrabajador en su artículo 2:

"Artículo 2°, L. 1221/08. Definiciones. Para la puesta en marcha de la presente ley se tendrán las siguientes definiciones:

(...) Teletrabajo. Es una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las

deficiencias de los tres elementos clásicos de la relación laboral esto es *la prestación personal del servicio, la dependencia o subordinación, y el salario*, y con voluntad legislativa el poder ampliar el concepto de relación laboral, y generando seguridad a aquellos que están en la periferia del derecho laboral.

4.6 RÉGIMEN DE TRABAJADORES DE VENTA DIRECTA

Las experiencias del teletrabajo y del trabajo a domicilio, son una muestra de que es posible ayudar a aquellos que están vinculados en los denominados contratos atípicos laborales, con el establecimiento de una política laboral con tintes progresistas, por ello dado que hasta el momento no existe ningún pronunciamiento en Colombia¹⁸⁷ acerca de una ley que regule la venta directa como un trabajo, esta investigación, con la imperativa necesidad de formular una solución para aquellas personas que ven a esta actividad una forma de subsistencia, las cuales que por una carencia legislativa, ha permitido que las empresas de venta directa les incluyan en situaciones de precariedad como se ha demostrado en capítulos anteriores, formulara un proyecto de ley denominado "Régimen De Trabajadoras De Venta Directa", producto de la aplicación de la recomendación 198 sobre la relación de trabajo, y teniendo en cuenta *i) los métodos prácticos para la determinación de relaciones laborales adoptados por otras legislaciones* y *ii) la Caracterización De Indicadores Sobre Relación De Trabajo de los trabajadores de venta directa*, establecidos en ella y ya expuestos anteriormente. Esta propuesta tiene la única finalidad de ser presentado en el Congreso de la República, con el fin de que sea sancionado como ley y así poder apoyar a este colectivo atípico, como es el de los trabajadores de venta directa.

tecnologías de la información y la comunicación – TIC para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio específico de trabajo.

El teletrabajo puede revestir una de las siguientes formas:

(..) Teletrabajador. Persona que desempeña actividades laborales a través de tecnologías de la información y la comunicación por fuera de la empresa a la que presta sus servicios."

¹⁸⁷ Quizás la única mención que se hace respecto de la situación de las trabajadoras de venta directa es la sentencia T- 648 de 1999, MP Carlos Gaviria Díaz, en la que dice que, la actividad desarrollada por este colectivo es un trabajo, no por el hecho de estar vinculados por un contrato laboral, si no por que realiza actividades en pro de una empresa

4.6.1 PROYECTO DE LEY NUMERO ___ DE 2009
“POR LA CUAL SE REGLAMENTA LA VINCULACIÓN CONTRACTUAL DE
LOS TRABAJADORES DE VENTA DIRECTA”¹⁸⁸

El Congreso de Colombia en uso de las facultades constitucionales y legales que Le confiere la Constitución Política y la Ley 5ª de 1992

DECRETA

ARTICULO 1: Quedan comprendidos en la presente ley los trabajadores/as-vendedores/ as de empresas de venta directa, exclusivos o no, que haciendo de esa su actividad habitual o no y en representación de una o más empresas, comercializan bienes de consumo general, directamente a los consumidores, en sus hogares o en los hogares de otros, en su sitio de trabajo, y en otros lugares apartados de los sitios de venta al detal y del comercio en general, mediante la explicación o demostración directa de los productos, con el fin de obtener un pedido que será cobrado y Entregado a los consumidores

La presente ley es de orden público y será nula toda convención o acto jurídico por el cual el trabajador/a renuncie a los derechos, beneficios y garantías que fije la presente o implique su reducción.

ARTICULO 2: Conforme lo establecido en el artículo anterior, se encuentran comprendidos los trabajadores/as vendedores/as con los distintos nombres con que se acostumbra a llamarlos: revendedores, agentes comerciales, distribuidores, franquiciados, consultores, fuerza de venta, personas miembros de un sistema de distribución de una compañía de ventas directa, u otra denominación que se les diera o pretendiera para su calificación.

ARTÍCULO 3: indicadores de relación laboral. Se entenderá que existe relación de dependencia cuando se acrediten algunos de los siguientes requisitos sin solución de continuidad por el término de tres meses, o cuatro campañas:

- a) Que venda a nombre y por cuenta de su o sus representados
- b) Que venda con las condiciones, herramientas y precios de venta fijados por sus representados.
- c) Que realice su prestación dentro de una zona determinada o de posible determinación.
- d) Que se percibe una comisión por venta, premio, ganancia o cualquier otro tipo de remuneración.
- e) Que la comisión por venta o La remuneración sea la única o la principal fuente de ingresos del trabajador

¹⁸⁸ Esta iniciativa es autoría del autor del presente proyecto de investigación

Parágrafo: En ningún caso las condiciones contractuales firmadas por los trabajadores en los contratos de adhesión con las empresas o industrias dedicadas a la venta directa, serán utilizadas in pejus del trabajador.

ARTÍCULO 4: no obstante los indicadores de relación laboral del artículo 3, cuando un trabajador de venta directa ha trabajado en forma regular para un empleador durante un período de tres meses, se presumirá de manera automática que existe un contrato de trabajo. Si el empleador está en desacuerdo, existe la libertad de demostrar lo contrario

ARTÍCULO 5: Cualquiera sea la base o forma de remuneración estipulada para el pago de los trabajadores de venta directa, a su liquidación se abonará:

Un monto fijo en todos los casos y liquidado en forma mensual, independiente de las ventas realizadas por el vendedor directo. El importe será derivado para su fijación a la Comisión Paritaria creada por la presente ley.

ARTÍCULO 6: las empresas de venta directa llevarán un libro especial registrado y rubricado en las mismas condiciones que se exigen para los libros principales de comercio, en el cual se harán las siguientes anotaciones,:

- a) Nombre, apellido, fecha de ingreso del vendedor.
- b) Comisión, sueldo, viático y/o toda otra remuneración
- c) Determinación de zona asignada de cada trabajador- vendedor
- d) Naturaleza de la mercadería a vender.

ARTICULO 7: No será responsable el trabajador/a vendedor/a por la insolvencia del cliente salvo dolo o culpa grave.-

ARTICULO 8: Créase la Comisión Paritaria Nacional de trabajadores de venta directa, que estará representada por tres representantes obreros designados por el Sindicato de trabajadores Colombianos de Venta directa SITRACOVEDI y tres representantes de la asociación colombiana de venta directa ACOVEDI.

ARTÍCULO 9: crease el FONDO DE SOLIDARIDAD EMPRESARIAL DE VENTA DIRECTA, el cual será el encargado de administrar los montos fijos, establecidos Comisión Paritaria Nacional de trabajadores de venta directa, y en el que las empresas de venta directa tienen la obligación de mes a mes reportar los trabajadores que ingresan a sus firmas y consignar dichas sumas para que sean percibidas por los trabajadores.

Parágrafo: si un trabajador de venta directa se encuentra vinculado a más de una empresa de venta directa, el monto a cancelarle será liquidado por partes iguales entre las empresas para las cuales laboren.

ARTICULO 10: Garantías laborales, sindicales y de seguridad social para los trabajadores de venta directa

1. A los trabajadores de venta directa, dada la naturaleza especial de sus labores no les serán aplicables las disposiciones sobre jornada de trabajo, horas extraordinarias y trabajo nocturno. No obstante la anterior, el Ministerio de la Protección Social deberá adelantar una vigilancia especial para garantizar que los trabajadores de venta directa no sean sometidos a excesivas cargas de trabajo.
2. Una persona que tenga la condición de asalariado no se considerará, trabajador de venta directa por el mero hecho de realizar ocasionalmente ventas por catalogo
3. Lo dispuesto en este artículo será aplicado de manera que se promueva la igualdad de trato entre los trabajadores de venta directa y los demás trabajadores, teniendo en cuenta las características particulares de la venta directa
 - a) La igualdad de trato deberá fomentarse, en particular, respecto de:
 - b) El derecho de los trabajadores de venta directa a constituir o a afiliarse a las organizaciones que escojan y a participar en sus actividades;
 - c) A protección de la discriminación en el empleo;
 - d) La protección en materia de seguridad social (Sistema General de Pensiones, Sistema General de Seguridad Social en Salud y riesgos profesionales), de conformidad con lo previsto en la Ley 100 de 1993 y las normas que la modifiquen o adicionen o en las disposiciones que regulen los regímenes especiales;
 - e) La remuneración;
 - f) El acceso a la formación;
 - g) La edad mínima de admisión al empleo o al trabajo;
 - h) La protección de la maternidad. Las trabajadoras de venta directa tendrán derecho a seguir percibiendo su remuneración mensual, aun cuando durante el periodo de licencia de maternidad, no pase pedido a la empresa de venta directa.

Artículo 12: El régimen de afiliación de los trabajadores de venta directa, será el ordinario previsto para los trabajadores dependientes, señalado en la Ley 100 de 1993 o las normas que la complementen o sustituyan.

ARTICULO 13: Derogase toda disposición que se oponga a la presente ley.

ARTICULO 14: El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de la Nación será autoridad de aplicación de la presente ley.

ARTÍCULO 15: Las acciones emergentes de la presente ley prescriben a los dos años.

Artículos Transitorios

ARTÍCULO 16: Hasta tanto se constituya la Comisión Paritaria creada por esta ley, el Poder Ejecutivo fijará el importe mínimo a que se refiere el artículo 5.

ARTICULO 17: Los trabajadores/as vendedores/as que se encuentren trabajando para una empresa al momento de la entrada en vigencia de la presente, accederán desde su sanción a los beneficios que otorga

ARTÍCULO 18: a partir de la sanción de la presente ley, las empresas de venta directa, tienen un plazo máximo de seis (6) meses, para reportar a los trabajadores que tienen vinculados al FONDO DE SOLIDARIDAD EMPRESARIAL DE VENTA DIRECTA

4.6.2 EXPLICACION DE LA PROPUESTA

El proyecto de ley antes transcrito es la esencia de lo analizado en esta investigación y de las propuestas realizadas en la misma, ya que brinda la posibilidad de proponer una herramienta jurídico laboral, que permite el establecimiento de una relación laboral entre las empresas de venta directa y las trabajadoras o mal denominadas “fuerza de ventas”, con esta ley se logra entre otras cosas definir que independientemente de los subterfugios lingüísticos utilizados para referirse a las trabajadoras de venta directa, serán consideradas como vinculadas en una relación laboral con las empresas de venta directa y con ello gozaran de todas las garantías laborales al igual que un trabajador asalariado normal.

A fin de determinar la existencia de la relación laboral empresas de venta directa - trabajadoras de venta directa, se acude a cinco elementos que permiten verificar su existencia estos son: *a) Que venda a nombre y por cuenta de su o sus representados, b) Que venda con las condiciones, herramientas y precios de venta fijados por sus representados, c) Que realice su prestación dentro de una zona determinada o de posible determinación, d) Que se percibe una comisión por venta, premio, ganancia o cualquier otro tipo de remuneración. e) Que la comisión por venta o La remuneración sea la única o la principal fuente de ingresos del trabajador*, sin embargo, estos elementos son simples guías para el aplicador del derecho puesto que el artículo 5, del proyecto de ley consagra una propuesta innovadora y protectora de la relación laboral de las trabajadoras de venta directa, extraída de la recomendación 198, sobre la relación de trabajo, esto es *la presunción de relación laboral*, ya que, como se dijo, a pesar que se realice una serie de indicadores en el artículo 4, para determinar si se esta en presencia de una relación laboral, el artículo 5 dice que el trabajador simplemente afirmara la existencia de una relación laboral con la empresa, y será esta quien tendrá la

carga de la prueba para poder demostrar la inexistencia de cada uno ellos, es decir tiene la carga de la prueba.

Sin embargo, para mayor ilustración, de los empleadores, quienes como se dijo deben probar que la relación con una persona vinculada a la venta directa, es de índole comercial o civil, se indicará, como se puede verificar la existencia de cada uno de los elementos planteados.

Para la verificación del primer elemento esto es *a) Que venda a nombre y por cuenta de su o sus representados, se acude al Artículo 8 del proyecto de ley que dice:*

ARTÍCULO 8: las empresas de venta directa llevarán un libro especial registrado y rubricado en las mismas condiciones que se exigen para los libros principales de comercio, en el cual se harán las siguientes anotaciones:

- a) Nombre, apellido, fecha de ingreso del vendedor.
- b) Comisión, sueldo, viático y/o toda otra remuneración
- c) Determinación de zona asignada de cada trabajador- vendedor
- d) Naturaleza de la mercadería a vender.

Con este registro se garantiza dos aspectos, i) la verificación de existencia del primer elemento de la relación laboral, ii) que las empresas de venta directa brinden información sobre los términos y las condiciones de trabajo a los que están sometidas los trabajadores de venta directa

En cuanto al segundo y tercer elemento para la determinación de la existencia de una relación laboral *b) Que venda con las condiciones, herramientas y precios de venta fijados por sus representados, y c) Que realice su prestación dentro de una zona determinada o de posible determinación,* estos elemento se pueden verificar en la factura de ventas de los productos adquiridos con anterioridad por el trabajador de venta directa, en la que se determina el valor de cada uno de los ellos, y en el libro de registro propuesto en el artículo 6 del proyecto de ley antes descrito

Igual ocurre con el quinto elemento *d) Que se percibe una comisión por venta, premio, ganancia o cualquier otro tipo de remuneración,* puesto que al imponer la obligación de tener un libro de registro en el que se indiquen las características de vinculación de el trabajador de venta directa, se puede constatar que mes a mes a devengado un ingreso de la actividad de venta directa, además para la verificación de este elemento se puede acudir al FONDO DE SOLIDARIDAD EMPRESARIAL DE VENTA DIRECTA, concepto que se explicara en párrafos siguientes, el cual llevará una base de datos acerca de el numero de personas vinculadas a la venta directa, y administrara los salarios percibidos por ellos.

Por ultimo para constatar el último elemento e) *Que la comisión por venta o La remuneración sean la única o la principal fuente de ingresos del trabajador, será la empresa de venta directa quien demostrara lo contrario,*

El artículo 6 del proyecto de ley establece la garantía de que independientemente de las ventas realizadas por el vendedor directo, este tiene derecho a una remuneración mensual que garantice su subsistencia, y tendrá derecho a esta aun en vigencia de la licencia de maternidad, tiempo en el que es mas difícil su trabajo puesto que por causa de la maternidad, le será difícil trabajar, esta garantía se consagro específicamente en el articulo 11 numeral 3 literal h, que le otorga igualdad de trato con las asalariadas que ostenten licencia de maternidad. Esta remuneración será establecida por un nuevo órgano la Comisión Paritaria Nacional de trabajadores de venta directa, la cual estará representada por tres representantes obreros designados por el Sindicato de trabajadores Colombianos de Venta directa de Colombia y tres representantes de la asociación colombiana de venta directa ACOVEDI, este órgano será quien regule las circunstancias en las que los trabajadores de venta directa realizaran sus labores, para lograr que su actividad este en completa armonía con los preceptos legales y constitucionales de un trabajo realizado en condiciones dignas.

La idea de una remuneración mensual independientemente de las ventas realizadas por un vendedor directo, plantea una cuestión ¿Cómo va a ser liquidada esta suma?, para responderla hay que decir que, como ya se anoto quien fijara el valor a percibir por los trabajadores de venta directa es la Comisión Paritaria Nacional de trabajadores de venta directa, sin embargo, para que esta suma sea recibida por los trabajadores, se requiere de otra innovación, la creación del **FONDO DE SOLIDARIDAD EMPRESARIAL DE VENTA DIRECTA**, este fondo será el encargado de la administración de los dineros que las empresas de venta directa mes a mes, deben cancelar a sus trabajadores, con dos ejemplos se explicara como funciona esta entidad.

- Un primer escenario nos muestra a un trabajador de venta directa quien se vincula por primera vez a la empresa AVON, una vez afiliado a la mencionada multinacional, esta tiene la obligación de reportar este ingreso al fondo, quien tendrá una base de datos en la que verificara que el trabajador únicamente se encuentra afiliado a AVON, por ello, exclusivamente esta empresa tendrá la obligación de liquidar mes a mes la suma fijada por la comisión paritaria
- Un segundo escenario nos muestra a un trabajador de venta directa, quien se encuentra vinculado a LEONISA, YANBAL, y ESIKA, y decide vincularse a AVON, como se explico en el ejemplo anterior, esta empresa será la encargada de reportar esta afiliación al fondo, quien verificara en su base de datos que el trabajador se encuentra afiliado a otras tres empresas, por ello, la liquidación que realizara mes a mes de la suma fijada por la

comisión paritaria, se repartirá en partes iguales entre las empresas que el trabajador este vinculado, quienes además, están en la obligación de realizar la consignación respectiva de los valores a cancelar al trabajador de venta directa.

De igual manera, hay que agregar al momento de la creación del fondo, las empresas tienen la obligación de reportar sus trabajadores activos am este, a fin de que realice la liquidación respectiva de la suma a aportar por la empresa, dependiendo al número de ellas a las cuales el trabajador se encuentre afiliado, para tal cometido cuenta con seis (6) meses, después de la sanción del proyecto de ley, esto resulta beneficioso para las empresas ya que al registrar en el fondo a los trabajadores de venta directa, si estos se encuentran vinculados a mas empresas, el monto que deberán cancelar para cumplir la cuota fijada por la comisión paritaria, será menor.

Como colofón, se puede decir que el derecho a recibir una remuneración no es absoluto, puesto que este se perderá si el trabajador de venta directa sin justa causa, por más de tres campañas, deja de solicitar productos a la empresa, de igual manera, esta garantía no opera para aquellas personas que se dedican a la venta directa como una actividad adicional, y los recursos percibidos son adicionales, ya que el proyecto de ley aquí planteado, es una solución ante la precarización del trabajo, que afecta a quienes no tienen mas opción que esta labor, y no para aquellos que ven en ella, lo que las empresas afirman, la posibilidad de convertirse en empresario, en este caso será la empresa quien deberá alegar estas circunstancias para que el trabajador no goce de este beneficio.

Respecto a las garantías laborales, sindicales y de seguridad social para los trabajadores de venta directa, hay que decir que dada la naturaleza especial de sus labores no les serán aplicables las disposiciones sobre jornada de trabajo, horas extraordinarias y trabajo nocturno. Ya que su labor se realiza por fuera de los lugares habituales de trabajo, sin embargo, el Ministerio de la Protección Social deberá adelantar una vigilancia especial para garantizar que los trabajadores de venta directa, no sean sometidos a excesivas cargas de trabajo.

De igual manera se puede decir que, quedan excluidas de este proyecto de ley aquellas personas que no tengan la actividad de venta directa como una actividad subsidiaria, puesto que, esta ley se orienta a la protección de aquellas personas que han visto en le venta directa una actividad como principal fuente de ingresos y no para aquellos que consideran esta actividad como una fuente adicional de ingresos, esto es los asalariados, o aquellos que se dedican a ella de forma ocasional.

Por ultimo el proyecto de ley, consagra el concepto de La igualdad de trato, con aquellos trabajadores asalariados ordinarios, es decir los trabajadores de venta

directa gozan de la protección de la discriminación en el empleo; a la inclusión en el sistema de seguridad social, El acceso a la formación; y capacitación en los programas del SENA, de igual manera, frente a La edad mínima de admisión al empleo o al trabajo; y la protección de la maternidad, de las mujeres que se dedican a las ventas por catalogo.

4.7 DERECHO LABORAL COLECTIVO EN LAS VENTAS POR CATALOGO

Como se ha dicho, una de las características de precarización laboral en el sistema de ventas por catalogo es la *Nueva Conformación de Los Espacios de Trabajo*, este consiste en que la labor realizada por las trabajadoras de venta directa, no tienen un *único lugar de trabajo*, propio de los contratos típicos de trabajo, si no una *multiplicidad de los mismos* ya que tienen que visitar a sus potenciales compradores, para convencerles de la ventaja de adquirir los productos por ellas ofrecidos, y una vez adquiridos el compromiso de la vendedora de llevarlos a su domicilio o lugar de trabajo, y posteriormente realizar el cobro respectivo de los mismos.

Esta situación dificultaría la posibilidad de encontrarse con otras mujeres que realizan este mismo trabajo, por lo menos en la forma en la que sucede entre quienes tienen un trabajo en un espacio determinado. Por lo tanto, se puede decir inicialmente que es muy complejo lograr una identidad de grupo, y por ello esta circunstancia incide en la casi inexistencia¹⁸⁹ de asociaciones en pro de la defensa de los derechos de este colectivo laboral.

Sin embargo, existen evidencias de sindicalización de colectivos laborales considerados como atípicos, y sin identidad, es el caso del teletrabajo, en la década de los ochentas¹⁹⁰, en los inicios de esta actividad, se considero que no era factible su asociación sindical puesto que los demás sindicatos consideraban que el teletrabajo llevaría a las precarias condiciones de trabajo que existieron con el trabajo a domicilio, de igual manera consideraban que esta forma de trabajo impedía que existiera comunicación continua entre los diferentes empleados debido a las distancias lo cual devendría en la desarticulación de las asociaciones

¹⁸⁹ Se utiliza este término puesto que existen pocas experiencias acerca de la sindicalización de las trabajadoras de venta directa la primera proviene de Argentina, donde el Sindicato De Vendedores Ambulantes de La República Argentina (SIVARA) decidió incluir a este colectivo laboral, y la segunda se evidencio en Colombia, el s Sindicato Nacional de Consultoras de Belleza Integral SINACONBI, creado el 10 de julio de 1998, del cual hoy no existen noticias acerca de su gestión.

¹⁹⁰ Incluso algunos sindicatos intentaron que se prohibiera la ley del teletrabajo, es el caso del Congreso de la Confederación Sindical Alemana, que en 1986 aprobó una resolución en la cual promovía la adopción de una ley que prohibiera el trabajo electrónico a domicilio, ya que según ellos, debilitaba la protección de los derechos de los trabajadores y minaba la participación de estos en la empresa.

de trabajadores, o “*el caballo de Troya que conllevaría a una pérdida de poder de los sindicatos*”¹⁹¹

Pero después de varios años las asociaciones sindicales, han entendido que el teletrabajo es una evolución necesaria de la tecnología y que en vez de luchar contra el futuro inminente, deben acomodarse a este, aceptándolo e intentando negociaciones para que esta modalidad se lleve de manera correcta y no atentatoria de los derechos de los empleados.

Con estos antecedentes, se abre la posibilidad de sindicalizar a los trabajadores de venta directa, aun cuando estos no compartan un lugar único de trabajo, y su identidad como grupo aparentemente este en entredicho, al igual que ocurre en el teletrabajo, pero a diferencia de este, las trabajadoras de venta directa, poseen un momento de encuentro común, las conferencias adelantadas por las Gerentes de Zona, en ellas además de implementar el factor subjetivo, en las trabajadoras de venta directa, indirectamente se genera la oportunidad de que las trabajadoras de venta directa se conozcan, y fomenten lazos de amistad, conociendo a personas que se dedican a lo mismo, y compartiendo sus experiencias. Este espacio deberá ser aprovechado para convocar a las trabajadoras a reuniones posteriores, a fin de afianzar una identidad como trabajadoras de una misma actividad y la posibilidad de asociarles en un sindicato.

Solucionado el problema de la *Identidad y de la Multiplicidad de Sitios de Trabajo*, y entrando en materia jurídica, no existe ningún limitante que impida que las trabajadoras de venta directa se asocien puesto que la Constitución Nacional avala el *Derecho de Asociación Sindical* y lo consagra expresamente en su Artículo 39.

Artículo 39: los trabajadores y empleadores tienen derecho a constituir sindicatos o asociaciones, sin intervención del estado. Su reconocimiento jurídico se producirá con la simple inscripción del acta de constitución.

La estructura interna y funcionamiento de los sindicatos y organizaciones sociales y gremiales se sujetaran al orden legal y a los principios democráticos.

La cancelación o suspensión de la personería jurídica solo procede por vía judicial

Se reconoce a los representantes de los sindicales el fuero y las demás garantías necesarias para el cumplimiento de su gestión

¹⁹¹ Padilla. Antonio. Teletrabajo dirección y organización. Editorial Ra- Ma, 1998. P 95, citado por BELTRAN PUCHE. Amparo, SANCHEZ NEIRA. Luis Orlando. Las Relaciones Laborales virtuales: El Teletrabajo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2002. P 177

No gozan el derecho de asociación sindical los miembros de la fuerza pública

De igual manera la jurisprudencia de la corte constitucional ha definido al *Derecho de Asociación Sindical* como:

“El derecho de asociación sindical es un derecho subjetivo que tiene una función estructural que desempeñar, en cuanto constituye una vía de realización y reafirmación de un estado social y democrático de derecho, más aún cuando este derecho que permite la integración del individuo a la pluralidad de grupos, no constituye un fin en si mismo o un simple derecho de un particular, sino un fenómeno social fundamental en una sociedad democrática y, es más, debe ser reconocido por todas las ramas y órganos del poder público.

La Asociación Sindical tiene un carácter voluntario, ya que su ejercicio descansa en una autodeterminación de la persona de vincularse con otros individuos y que perdura durante esa asociación.

Tiene también un carácter relacional o sea que se forma de una doble dimensión.

Ya que de un lado aparece como un derecho subjetivo de carácter individual y por el otro se ejerce en tanto haya otros ciudadanos que estén dispuestos a ejercitar el mismo derecho y una vez se dé el acuerdo de voluntades se forma una persona colectiva.

Tiene así mismo un carácter instrumental ya que se crea sobre la base de un vínculo jurídico, necesario para la construcción de unos fines que las personas van a desarrollar en el ámbito de la formación social.”¹⁹²

Aunque hasta el momento, se ha demostrado que es claro que las trabajadoras de venta directa, ostentan el derecho fundamental de asociación sindical, y negociación colectiva solo hasta 1999, la corte fue mas allá y consagro expresamente esta posibilidad a aquellas personas vinculados por medio de contratos civiles, específicamente, el caso de las trabajadoras de venta directa, precisamente en sentencia T – 648 de 1999, pronunciamiento muy importante y el único que se ha referido al tema de venta directa¹⁹³, se garantizo el derecho de

¹⁹² Sentencia T – 441 de 1994

¹⁹³ El 10 de junio de 1998, cuarenta (40) vendedoras-consultoras de belleza vinculadas a Jafra Cosméticos de Colombia S.A., constituyeron el Sindicato Nacional de Consultoras de Belleza Integral -SINACONBI-, y obtuvieron de la Dirección Regional de Trabajo y Seguridad Social su inscripción en el registro sindical; además, dieron aviso a la empresa demandada sobre el hecho. una vez recibida esa notificación, las directivas de la firma demandada dieron orden de: a) no permitir la entrada a las instalaciones de la empresa a ninguna de las consultoras sindicalizadas; b) no despachar los pedidos que ellas tenían pendientes; c) no suministrarles productos para la venta; y d) retenerles los premios, viajes y promociones a los que con anterioridad se habían hecho

asociación sindical a cuarenta (40) vendedoras-consultoras de belleza vinculadas a Jafra Cosméticos de Colombia S.A.¹⁹⁴, sin que importe que ellas no ostenten la calidad de empleadas de la empresa en mención¹⁹⁵, por que de acuerdo con la corte:

"el trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado, ya que trabajo es, tanto la actividad que se ejecuta bajo subordinación en el marco de una relación laboral contractual o reglamentaria, como la que realizan sin subordinación y sin relación laboral los trabajadores independientes, resulta que el derecho a condiciones dignas y justas en su ejercicio, consagrado en los artículos 25 y 53 de la Carta Política para toda persona, se extiende más allá del grupo conformado por los empleados vinculados contractual o reglamentariamente con su empleador, y cubre a todos los trabajadores, así el desarrollo legal de este derecho no sea igual para todos ellos".¹⁹⁶

Por ultimo en la misma sentencia, la corte considera que la constitución y las leyes no les han excluido de esta posibilidad a este colectivo, ya que los únicos excluidos son las fuerzas militares y a quienes prestan servicios públicos esenciales. de igual manera en esta sentencia se les brinda la titularidad del derecho de negociación colectiva a este grupo de trabajadoras, situación que ha generado mucha controversia, pues hay quienes afirman que *"otorgarle el derecho de negociación colectiva a vínculos cuya naturaleza es de índole comercial, desnaturaliza, no solo la institución de la negociación colectiva, si no todas las que comprende el derecho colectivo del trabajo y en general el derecho laboral"*¹⁹⁷, en contraposición a esta apreciación, se puede afirmar que actividades

acreedoras. Como si lo anterior no fuera suficiente para privarlas de la actividad laboral lícita de la que derivaban el sustento para ellas y sus familias, todas las consultoras afiliadas al sindicato, y las que conformaban los equipos de trabajo a su cargo, recibieron una comunicación de la representante legal de la firma demandada, por medio de la cual se da por terminada unilateralmente la relación hasta entonces existente *"sin necesidad de expresar causal alguna y sin que haya lugar al pago de ninguna indemnización"*, según esa empresa.

¹⁹⁴ Jafra se considerada como una compañía de venta directa especializada. La historia de esta organización inicia en Malibú, California, Estados Unidos, en 1956. El nombre de esta empresa debe su origen a las letras iniciales de sus fundadores: Jan y Frank Day, lo que dio por resultado "Jafra". La idea que rige a la empresa es que las amas de casa puedan realizar un trabajo compatible con sus labores domésticas y con sus horarios. La filosofía de la empresa se basa en la idea de construir un equipo independiente de vendedoras y proyectar la carrera potencial de las mujeres. Estos productos no se venden en las tiendas, porque lo que importa a la empresa es que las vendedoras sean las estrellas de la misma.

¹⁹⁵ Para la corte *"trabajador no solamente es quien esta vinculado a través de un contrato laboral, si no toda persona que realice actividades en pro de una empresa"*

¹⁹⁶ Sentencia T- 648/99. MP Carlos Gaviria Díaz

¹⁹⁷ GUZMÁN Gonzalo. CARABALÍ Ricardo. CASTELLANOS Alejandro. "Análisis Jurisprudencial de la Corte Constitucional - Derecho Laboral Colectivo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2007. P 255

aparentemente comerciales, como las ventas por catalogo, han dado lugar a condiciones laborales precarias, y la garantía de la negociación colectiva, cuando se logra formar un sindicato de trabajadoras de venta directa, constituye una política progresista, que de alguna manera ayuda a establecer limites a la economía de mercado, y su posición flexibilizadora en torno a las relaciones laborales, por ello, lo que en realidad debe preocuparnos no es la desnaturalización de las instituciones de derecho laboral colectivo y del derecho laboral, al otorgarles a estos colectivos la posibilidad de la negociación colectiva, si no, al negarles la posibilidad de brindarles unas garantías mínimas, para que su actividad sea dignificada y protegida.

Retomando la sentencia en mención, en esa oportunidad la corte afirmo frente al respecto del derecho de asociación sindical y negociación colectiva para trabajadoras de venta directa:

“Ahora bien: establecido que las actoras realizaban una actividad laboral lícita, y que todas ellas, a más de los denominados contratos de corretaje y suministro de productos, tenían otro vinculo contractual con la empresa demandada, en virtud del cual renunciaron a realizar su labor para cualquier otra firma, es claro que ellas no sólo tenían el derecho de sindicalización. Sino también el derecho de negociación colectiva para regular su relación laboral, puesto que ellas no se encuentran en ninguno de los casos expresamente excepcionados por la ley, y el texto del artículo 55 de la Carta Política es claro: "se garantiza el derecho de negociación colectiva para regular las relaciones laborales, con las excepciones que señale la ley.

Así, es claro que para la revisión de este proceso, es irrelevante si las consultoras estaban o no vinculadas a la empresa demandada por medio de un contrato de trabajo, pues en uno y otro caso es trabajo la actividad que ellas realizaban en beneficio de Jafra, y en cualquiera de esos eventos las actoras eran titulares del derecho al trabajo, y de los que de se derivan de su ejercicio, como la sindicalización, la negociación colectiva, y la seguridad social, así la regulación de su ejercicio no coincida con la prevista para los trabajadores vinculados con su empleador en los términos de un contrato de trabajo; debió examinarse entonces el asunto planteado en la solicitud de amparo, más allá de lo que hicieron los funcionarios cuyas sentencias se revisan”¹⁹⁸.

Al no haber limites de ningún tipo para las trabajadoras de venta directa respecto al derecho de asociación sindical, y de negociación colectiva es importante, para

¹⁹⁸ sentencia T – 648 de 1999 MP Carlos Gaviria Díaz

mayor ilustración determinar que tipo de sindicato estarían llamadas a conformar, para tal cometido, es importante revisar cuales son los tipos de sindicatos admitidos en la legislación Colombiana, esto se puede encontrar en el Código Sustantivo del Trabajo en el artículo 356.

ARTICULO 356. SINDICATOS DE TRABAJADORES.

Los sindicatos de trabajadores se clasifican así:

- a) De empresa, si están formados por individuos de varias profesiones, oficios o especialidades, que prestan sus servicios en una misma empresa, establecimiento institución;
- b) De industria o por rama de actividad económica, si están formados por individuos que prestan sus servicios en varias empresas de la misma industria o rama de actividad económica;
- c) Gremiales, si están formados por individuos de una misma profesión, oficio o especialidad,
- d) De oficios varios, si están formados por trabajadores de diversas profesiones, disímiles o inconexas. Estos últimos sólo pueden formarse en los lugares donde no haya trabajadores de una misma actividad, profesión u oficio en número mínimo requerido para formar uno gremial, y solo mientras subsista esta circunstancia.

Según lo anterior, las trabajadoras de venta directa pueden constituir un sindicato de base o de empresa, por ejemplo, si las trabajadoras están vinculadas a la empresa AVON, bastaría con que de acuerdo con el artículo 359 del código sustantivo del trabajo¹⁹⁹, veinticinco (25), trabajadoras decidan asociarse para constituir el sindicato de trabajadoras de Avon, SINTRAVON, igual ocurre si quienes quieren asociarse son las trabajadoras de EBEL, o cualquier otra empresa de venta directa. Por otra parte, ya que, existen trabajadoras de venta directa que actualmente venden productos para varias empresas, no existe ninguna prohibición para que ellas se afilien a varios sindicatos creados en estas empresas, esto se refuerza si tenemos en cuenta que el Artículo 26 del código sustantivo del trabajo, no prohíbe que un trabajador tenga varios trabajos, con la excepción del pacto de exclusividad del mismo, situación que en el caso de las ventas por catalogo, permite que las trabajadoras de venta directa estén afiliadas a varias empresas²⁰⁰ y en ellas hagan parte de su respectivo sindicato.

¹⁹⁹ **ARTICULO 359. NUMERO MINIMO DE AFILIADOS.** Todo sindicato de trabajadores necesita para constituirse o subsistir un número no inferior a veinticinco (25) afiliados; y todo sindicato patronal no menos de cinco (5) empleadores independientes entre sí.

²⁰⁰ **ARTICULO 26. COEXISTENCIA DE CONTRATOS.** Un mismo trabajador puede celebrar contratos de trabajo con dos o más empleadores, salvo que se haya pactado la exclusividad de servicios en favor de uno solo

De igual manera es posible que las trabajadoras de venta directa constituyan un sindicato Gremial, como el caso del Sindicato Nacional de Consultoras de Belleza Integral –SINACONBI, puesto que sus afiliados comparten un mismo oficio esto es vender por catalogo, en este punto ya no estaría limitada la afiliación al sindicato por el numero de personas que se trabajen en una misma empresa, si no por que las demás personas afiliadas compartan su oficio, esto garantiza la inclusión de aquellos grupos que no tengan el numero mínimo de afiliados, para una misma empresa, por ejemplo, es posible que en una ciudad existan cinco (5) trabajadores de AVON, cinco (5) trabajadores vinculados a Leonisa, diez (10) vinculados a ESIKA, y cinco (5) trabajadores vinculados a YANBAL, ellos no podrían formar un sindicato de base, puesto que el numero máximo de vinculados por empresa es de diez (10) integrantes, pero entre todas las empresas tienen un numero de veinticinco (25) trabajadores, en este entendido, nada impide que ellos conformen un sindicato gremial.

Las trabajadoras de venta directa, podrían hacer parte de un sindicato de industria, cuando se trate de empleados que prestan sus servicios en empresas que se dedican a una misma actividad económica. Incluso puede darse que en las ventas directas se de la posibilidad de que un trabajador de venta directa participe de un sindicato de oficios varios ya que puede ser posible que existan lugares donde no haya suficientes trabajadores de una misma profesión u oficio, para crear un sindicato el cual subsistirá mientras exista esta circunstancia de acuerdo con el articulo 356 del código sustantivo del trabajo.

En todos los casos, los trabajadores, tienen el derecho a inscribir su sindicato, a que las directivas del mismo tengan derecho a disfrutar del fuero sindical y las demás garantías consagradas en la Constitución y la ley para quienes tienen igual calidad como el derecho de negociación colectiva, como se explico en párrafos anteriores.

4.7.1 SINDICATO DE TRABAJADORES COLOMBIANOS DE VENTA DIRECTA SINTRACOVEDI

En el proyecto de ley propuesto en esta investigación, el articulo 6, ordena la creación de la Comisión Paritaria Nacional de trabajadores de venta directa, la cual debe estar representada por tres representantes obreros designados por el Sindicato de trabajadores Colombianos de Venta directa y tres representantes de la asociación colombiana de venta directa ACOVEDI, esta comisión tiene la misión de establecer un monto fijo en todos los casos y liquidado en forma mensual, independiente de las ventas realizadas por el vendedor directo.

Con una finalidad practica, y para garantizar la creación de la comisión antes mencionada, esta investigación se ocupara de proponer la creación del **SINDICATO DE TRABAJADORES COLOMBIANOS DE VENTA DIRECTA**

SINTRACOVEDI, un sindicato de tipo gremial que pretende afiliarse a todas las personas que se dediquen a las ventas por catálogo, y que dependan económicamente de esta actividad, esto garantiza que las 650.000 personas que según ACOVEDI en el año 2004, están dedicadas a esta labor, puedan hacer valer sus derechos, independientemente de la empresa de venta directa que estén afiliados.

De esta manera se garantiza la participación de los trabajadores de venta directa en la comisión paritaria creada para la fijación del monto señalado en el artículo 6 del proyecto de ley antes creado.

Para la creación de este sindicato, en los términos de el artículo 361 del código sustantivo del trabajo²⁰¹, se deberá realizar una reunión inicial de constitución para suscribir un "acta de fundación", en ella se consagraran los nombres de todos ellos, sus documentos de identificación, la actividad que ejerzan y que los vincule, y el nombre y objeto de la asociación.

Una vez suscrita el acta de fundación, esta será notificada a los empleadores de estos colectivos, según lo establecido por el artículo 363, del código sustantivo del trabajo²⁰², esto es las empresas de venta directa a la cual sus miembros estén afiliados, y de igual manera a la asociación colombiana de venta directa ACOVEDI, que asocia al colectivo de empresas de venta directa, de igual manera se comunicara al inspector de trabajo.

Por el hecho de la fundación los miembros fundadores gozan de fuero sindical desde el día en que se constituye hasta dos (2) meses después de la inscripción del registro sindical, como ya se ha anotado, no es un requisito esencial que las personas que se dedican a la venta directa, sean consideradas como empleadas para que gocen del derecho de asociación sindical, por lo que la constitución del sindicato SINTRACOVEDI, puede ser anterior a la aprobación del proyecto de ley aquí propuesto, por ello, antes que otorgársele el estatus de relación laboral a la labor realizada por aquellos que se dedican a las ventas directas, por no existir relación laboral, la garantía del fuero sindical²⁰³ serviría para que las empresas no

²⁰¹ **ARTICULO 361. FUNDACION.** 1. De la reunión inicial de constitución de cualquier sindicato los iniciadores deben suscribir un "acta de fundación" donde se expresen los nombres de todos ellos, sus documentos de identificación, la actividad que ejerzan y que los vincule, el nombre y objeto de la asociación. 2. En la misma o en sucesivas reuniones se discutirán y aprobarán los estatutos de la asociación y se designará el personal directivo, todo lo cual se hará constar en el acta o actas que se suscriban

²⁰² **ARTICULO 363. NOTIFICACION.** Una vez realizada la asamblea de constitución, el sindicato de trabajadores comunicará por escrito al respectivo empleador y al inspector del trabajo, y en su defecto, al alcalde del lugar, la constitución del sindicato, con la declaración de los nombres e identificación de cada uno de los fundadores. El inspector o alcalde a su vez, pasarán igual comunicación al empleador inmediatamente

²⁰³ Según la definición que da el código sustantivo del trabajo en el artículo 405, se denomina "fuero sindical" la garantía de que gozan algunos trabajadores de no ser despedidos, ni

realicen actividades atentatorias del derecho de asociación sindical como no despachar los pedidos solicitados por las trabajadoras de venta directa, no suministrarles, revistas para ofrecer productos para la venta, y la retención los premios por puntos; por último gracias al fuero sindical, sería posible brindarles la garantía de que las empresas de venta directa ante la constitución del sindicato no den por terminada unilateralmente la relación hasta entonces existente (contrato de suministro de mercancías), impidiendo continuar con la actividad laboral que vienen desarrollando.

4.8 SEGURIDAD SOCIAL Y SALUD EN EL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO

El régimen laboral de venta directa propuesto en párrafos anteriores, en los artículos 11, y 12 se establece que las garantías de seguridad social, en salud y riesgos profesionales serán las mismas que las de un trabajador asalariado común, ya que *la seguridad social no es un sistema exclusivo de los trabajadores, si no un derecho irrenunciables, reconocido en la Constitución en el artículo 48, por ello trasciende la barrera del ámbito laboral para ser aplicada en la generalidad de personas, sean empleadas o no*²⁰⁴

Por supuesto, el trabajador de venta directa como cualquier otra persona estará sujeto a las normas generales que sobre la materia trae la ley 100 de 1993. En aspectos específicos como el régimen de pensiones, el trabajador de venta directa, podrá escoger un régimen (de prima media, o el de ahorro individual) cotizar a este y cumplir las semanas requeridas por la ley, para alcanzar su pensión.

En lo referente al sistema de salud, hay que decir que no existirá duda en que el trabajador deberá pertenecer al régimen contributivo ya que el artículo 157 literal a), de la ley 100 de 1993, obliga a pertenecer a dicho régimen cuando existe contrato de trabajo. Por su puesto, todos los derechos de cualquier persona, en este sistema de salud, así como las posibilidades de acceder a planes complementarios de atención, serán posibles para el trabajador de venta directa.

Según lo expuesto en líneas anteriores, ya que el régimen de trabajadores de venta directa, garantiza que los trabajadores de venta directa tengan relación laboral con las empresas del mismo objeto, no existe mayor relevancia en que se trate de un trabajador de venta directa a que sea cualquier otro empleado o persona, para efectos del régimen de seguridad social en salud y salud, por que el

desmejorados en sus condiciones de trabajo, ni trasladados a otros establecimientos de la misma empresa o a un municipio distinto, sin justa causa, previamente calificada por el juez del trabajo.

²⁰⁴ BELTRAN PUCHE. Amparo, SANCHEZ NEIRA. Luis Orlando. Las Relaciones Laborales virtuales: El Teletrabajo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2002. P 140

tratamiento será el mismo en cualquier situación; sin embargo, un punto que requiere interés para esta investigación es el concepto de riesgos profesionales para los trabajadores de venta directa.

4.9 LOS RIESGOS PROFESIONALES

De manera general, puede decirse que el pago de la afiliación y la escogencia de la ARP (Administradora de Riesgos Profesionales), le corresponderá a las empresas de venta directa. Ahora, entre los riesgos profesionales que le pueden suceder a un trabajador de venta directa, están el accidente de trabajo y la enfermedad profesional, en los cuales tendrá importancia determinar cuando existen estos y cuando se tratan de lesiones o enfermedades sucedidas por causa común y no profesional, ya que según esto su pago le corresponderá a una ARP o a una EPS²⁰⁵, y su régimen tendrá diferencias, razón por la cual se estudiarán a continuación.

4.10 EL ACCIDENTE DE TRABAJO

Una duda que sobreviene en las ventas por catálogo, ha sido ¿si una persona que vende productos puerta a puerta, es decir, una persona que tiene a la calle como su sitio de trabajo, en el momento en que se disponga a entregar los pedidos requeridos por su cliente, resbala, y se fractura una pierna, puede considerarse esta eventualidad como un accidente de trabajo?

Para responder a esta cuestión debemos remitirnos al concepto de accidente de trabajo, el artículo 9 del decreto 1295 de 1994, lo define como el *“suceso repentino que sobrevenga por causa o con ocasión del trabajo y que produzca una lesión orgánica, perturbación funcional la invalidez o la muerte”*

En razón a que la expresión por causa o con ocasión del trabajo ha generado múltiples interpretaciones, se consagran los siguientes criterios ordenadores

- El suceso debe ocurrir en cumplimiento de una orden del empleador, dentro o fuera del lugar de trabajo y/o de la jornada ordinaria.
- El suceso que ocurre durante el traslado de la residencia al trabajo o viceversa, cuando el transporte lo suministra el empleador directamente o por contratistas pagados por el mismo empleador²⁰⁶

²⁰⁵ Incluso a una Administradora de Pensiones, si lo que ocurre es la muerte del trabajador por causa común. Pues si fuera en razón del trabajo el pago será para la ARP

²⁰⁶ CARILLO GUARIN. Julio Cesar, aspectos básicos del nuevo sistema general de riesgos profesionales. Revista de actualidad laboral Numero 67, pagina 6, citado por BELTRAN PUCHE. Amparo, SANCHEZ NEIRA. Luis Orlando. Las Relaciones Laborales virtuales: El Teletrabajo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2002. P 140,

En vista de lo anterior, habrá supuestos donde no habrá duda que un trabajador ha sufrido un accidente de trabajo, como el caso antes explicitado de la trabajadora que se fractura cuando entrega un pedido, ya que el suceso ocurre cuando cumple la obligación de entregar los productos solicitados por el cliente, frente a esto hay que anotar, que aunque el suceso en estricto sentido no ocurre en cumplimiento de una orden del empleador, puesto que las empresas no dan la orden de entregar los pedidos al cliente, hay que decir que las ventas directas por ser un trabajo cuya esencia es el contacto personal con el cliente, no se puede concebir que la trabajadora solo realice pedidos para conservarlos en su hogar, debe desplazarse a donde sus clientes, por ello, el accidente ocurre en cumplimiento de la obligación del vendedor de entregar los pedidos solicitados por el cliente, frente a este punto, hay autores que afirman que cuando un trabajador esta en movimiento el accidente se da en virtud de una “misión del empleador”²⁰⁷. De igual manera puede ocurrir que hay accidente de trabajo, cuando sucede en el momento en que el trabajador se dirige a las conferencias adelantadas por la gerente de zona.

4.11 ENFERMEDADES PROFESIONALES DE LOS TRABAJADORES DE VENTA DIRECTA

Doctrinalmente se ha considerado a la enfermedad profesional como *“Todo estado patológico permanente o temporal que sobrevenga como consecuencia obligada y directa de la clase de trabajo que desempeña el trabajador, o del medio que se ha visto obligado a trabajar, y que se haya determinado como enfermedad profesional por el gobierno nacional”*²⁰⁸

La tabla de enfermedades profesionales se encuentra en el decreto reglamentario 1832 de 1994, este decreto en el artículo 1, Numeral 42, clasifica al estrés y a las enfermedades causadas por el, como una enfermedad profesional²⁰⁹. El estrés es una enfermedad recurrente en los trabajadores de venta directa. Esta patología es *“una reacción fisiológica del organismo en el que entran en juego diversos mecanismos de defensa para enfrentar una situación que se percibe como amenazante o de demanda incrementada”*²¹⁰. En materia laboral se lo ha definido como *“Un conjunto de reacciones nocivas, tanto físicas como emocionales, que concurren cuando las exigencias del trabajo superan las capacidades, los recursos*

²⁰⁷ BELTRAN PUCHE. Amparo, SANCHEZ NEIRA. Luis Orlando Op cit. p 141

²⁰⁸ Legis. Cartilla de seguridad Social y Pensiones 2007, pág. 172

²⁰⁹ Artículo 1, numeral 42. Patologías causadas por el estrés del trabajo. trabajos con sobrecarga cuantitativa, demasiado trabajo en relación con el tiempo para ejecutarlo, trabajo repetitivo, combinado con sobrecarga de trabajo. trabajos con técnicas de producción en masa, repetitivo o monótono o combinadas con ritmo o control impuesto por la maquina. Trabajos con efectos psicosociales, que produzcan ansiedad y depresión, infarto en el miocardio y otras urgencias cardiovasculares, hipertensión arterial, enfermedad acidopeptica severa o colon irritable

²¹⁰ Wikipedia.Org - Estrés [En línea]. Disponible en www.wikipedia.org: citado el 29 de julio de 2009

o las necesidades del trabajador. El estrés de trabajo puede conducir a la enfermedad psíquica y hasta física.”²¹¹

Según lo anteriormente expuesto se puede decir que el estrés es una patología por cuanto este mecanismo de defensa puede desencadenar problemas de salud graves lo cual puede darse tanto por la repetición casi infinita de operaciones iguales como por una gran cantidad de condiciones singularísimas que tiene que enfrentar una persona, lo cual puede generar problemas diversas patologías entre ellas las mas comunes son las digestivas, cardio - circulatorios o inmunológicas.

El estrés en las ventas directas puede evidenciarse cuando:

- El pedido no llega a tiempo, y se acerca una fecha importante (navidad, día del padre, cumpleaños).
- Por que no se tiene el número y el valor requerido por las empresas de venta directa para que sea tramitado el pedido de las vendedoras directas.
- Al discutir con aquellos clientes morosos que no quieren responder por sus obligaciones.
- Por que faltan pocos días, o ya llego el día para cancelar la factura, y no se cuenta con el dinero para hacerlo.
- Por el temor a ser reportada a las centrales de riesgo, por ello, es probable que el estrés aumente, en el ajeteo de conseguir el dinero para cubrir la factura.
- En el caso de las mujeres, el estrés puede verse presente en mayor medida cuando alternan las ventas por catalogo, con las labores domesticas, por ejemplo, puede darse que llegue la hora en que los hijos llegan del colegio, o el esposo llega del trabajo, y aun no tiene preparados los alimentos para ellos, puesto que no tiene una empleada que le ayude a suplir esta labor.

Además del estrés, los trabajadores de venta directa pueden sufrir de enfermedades circulatorias por el hecho de estar de pie muchas horas en el día, ya que su labor les exige estar visitando los clientes en sus domicilios, por ello es común que los trabajadores de venta directa padezcan de varices, según la doctora Maya García estas son:

“La manifestación externa de alteraciones en las venas, producidas por el efecto de la bipedestación, es decir, por el hecho de que el hombre camine y permanezca erguido durante el día y a lo largo de su vida; Por esta razón las personas más propensas a padecer varices son aquéllas que permanecen muchas horas de pie y sin moverse, ya que esta postura obliga al aparato circulatorio a hacer un sobreesfuerzo, venciendo la fuerza de la gravedad, para conseguir que la sangre

²¹¹ Ibid.

vuelva al corazón desde los pies; por ello la circulación de retorno o venosa es especialmente dificultosa en las piernas. Pero, si la persona no anda, no impulsa esta circulación de retorno a través de la presión que se ejerce en el suelo con la planta de los pies en su movimiento ondulante. Por esta razón, si una persona está sometida a largas horas trabajando de pie y en un espacio reducido, acabará, en un 60% de los casos, por presentar algún síntoma de insuficiencia venosa en los miembros inferiores”²¹²

Por ultimo, respecto a las varices, hay que agregar, que en el caso de las mujeres, ellas son más propensas a las varices por factores hormonales, al respecto la doctora Maya García refiere:

“La mujer es más propensa a sufrir varices que el hombre, se sabe que las hormonas femeninas provocan una debilidad de la pared vascular venosa que puede inducir a una dilatación de ésta. Por otra parte, en las gestaciones, se produce un aumento de las secreciones hormonales y se da un efecto mecánico de presión del útero -que aumenta de tamaño- sobre las grandes venas que vienen de las piernas y que conducen todo el retorno circulatorio de éstas hacia el corazón”

Lo anterior es muy importante puesto que como se demostró en esta investigación, el genero de las mujeres esta en mayor medida involucrado en el sistema de ventas por catalogo, y dada su labor son aun mas propensas a sufrir de esta enfermedad.

Al hablar de los accidentes de trabajo, se trato el tema de las fracturas, a estas alteraciones del sistema óseo están expuestos los trabajadores de venta directa, ya que al pasar mucho tiempo desplazándose entre un lugar y otro, pueden sufrir una fractura, por una caída, las fracturas son *“Una discontinuidad en los huesos, a consecuencia de golpes, fuerzas o tracciones cuyas intensidades superen la elasticidad del hueso. El término es extensivo para todo tipo de roturas de los huesos, desde aquellas en que el hueso se destruye amplia y evidentemente, hasta aquellas lesiones muy pequeñas e incluso microscópicas”²¹³*, las fracturas pueden darse por golpes, caídas o por fatiga, tres situaciones que pueden darse en el trabajo de los vendedores directos.

Las fracturas están consideradas como una enfermedad de trabajo en el artículo 1, numeral 37 del decreto reglamentario 1832 de 1994, el mencionado numeral

²¹² Varices - CENTRE DE MALALTIES VASCULARS. [En línea]. Disponible en www.mayagarcia.com citado el 29 de julio de 2009

²¹³ Wikipedia.Org - Fracturas [En línea]. Disponible en www.wikipedia.org: citado el 29 de julio de 2009

establece se consideran como enfermedades profesionales “*las lesiones Osteo – musculares y ligamentosas que requieran esfuerzo físico, movimientos repetitivos y/o posiciones viciosas*”

Por ultimo otra afección común puede ser los lumbagos²¹⁴, o dolores en la espalda, esto es posible si tenemos en cuenta que aquellos trabajadores que no tienen medios propios de transporte, deberán entregar sus mercancías personalmente, y en este entendido acudirán a bolsos en los que llevaran sus productos, que en la mayoría de los casos llevan a sus espaldas, y el peso de ellos podría generar un dolor agudo.

²¹⁴ El lumbago es un término para el dolor de espalda baja, en la zona lumbar, causado por un síndrome músculo esquelético, es decir, trastornos relacionados con las vértebras lumbares y las estructuras de los tejidos blandos como músculos, ligamentos, nervios y discos intervertebrales. Se origina por distintas causas y formas, siendo las más comunes el estrés, el sobreesfuerzo físico y las malas posturas. En su presentación clínica puede ser aguda si dura menos de 4 semanas, subaguda entre 1 y 3 meses o crónica si dura más de 12 semanas. Cuando es aguda lo normal es tener reposo en cama y en la mayoría de las veces, los síntomas de dolor lumbar muestran una mejora significativa dentro de unos días a unas semanas desde su inicio. En un número significativo de personas, el dolor lumbar puede ser recurrente, mejorando y empeorando con cada ciclo. En una pequeña proporción de personas esta condición puede volverse crónica. Estudios poblacionales muestran que el dolor de espalda afecta a la mayoría de los adultos en algún momento en su vida y representa más casos de permisos laborales por enfermedad y de discapacidad que cualquier otra condición médica

CAPITULO V

5 RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

Este capítulo es la culminación de un trabajo arduo de investigación puesto que nunca se había tratado el tema de la venta directa, por ello hubo que crear espacios para abordar el tema desde sus orígenes, mirar su influencia en la sociedad y ofrecer salidas ante las posibilidades de conflicto que presente, por en este orden de ideas, en el proceso de establecimiento de las características principales de precariedad del sistema de venta directa, se indicaron una serie elementos, los cuales para que tengan unos cimientos fuertes necesitaban de un respaldo bibliográfico, pero ante la ausencia de este la mejor manera de respaldar tales afirmaciones era ir a la raíz generadora de ellas, los hechos, y cual es la mejor forma de sistematizarlos si no a través de un trabajo de campo, el cual fue realizado en nuestro departamento en el municipio de Túquerres, a una muestra compuesta por las personas que trabajan en la venta directa.

El trabajo de campo esta orientado básicamente a mostrar, que las ventas por catalogo es una labor netamente femenina, cuales son los motivos que llevan a las mujeres a dedicarse a esta actividad, y que elementos son generadores de precariedad en el sistema de venta directa

5.1 LUGAR DEL TRABAJO DE CAMPO: TUQUERRES LA CIUDAD SEÑORA DE LA SABANA

*La ciudad de Túquerres, es la capital del municipio del mismo nombre, se encuentra ubicada en el sur del departamento de Nariño, sobre una inmensa y esmeraldina sabana, altiplano que hace parte del nudo de los pastos. Tierra fértil y de abundantes pastos: aunque su cima es intensamente frio sus poblados y demás lugares son sanos y acogedores*²¹⁵. Según el censo del DANE del 2005, la población del Municipio es de 41.219, donde la gran mayoría son mujeres, esto es el 50.9% o 20.952 mujeres, frente a un 49.1% o 20.267 hombres.

Túquerres es un Municipio que cuenta con grandes riquezas naturales, tierras fértiles y una gran vocación agropecuaria. Igualmente es el cuarto centro urbano de mayor jerarquía en Nariño y un centro nodal de confluencia de varios Municipios donde se pueden desarrollar muchos proyectos regionales de carácter social y productivo. La cercanía con el vecino País del Ecuador convierte a Túquerres en una zona importante de intercambio comercial. Siendo una zona especial de fronteras.

Desafortunadamente a pesar de todas las bondades con las que cuenta el Municipio encontramos una estructura económica muy débil basada primordialmente en la producción agropecuaria donde la papa, la leche y las hortalizas son los principales productos, pero los altos costos de producción de los

²¹⁵ DELGADO VELASCO, Luis Alberto. Túquerres Tierra Gestora de Libertad. Túquerres Nariño. Impresos Nobel, p 30

mismos, la presencia de intermediarios en la comercialización, la gran distancia con el centro del país, la ausencia de valor agregado a los productos no han permitido el desarrollo de una actividad sostenible que genere ganancias, para capitalizar y formar empresas, simplemente se ha convertido en una economía de sustento, causante de la presencia de altos índices de necesidades básicas insatisfechas en gran parte de la población Tuquerreña, por otra parte actividades económicas como el comercio, el transporte, el turismo y las artesanías generan recursos pero aún es incipiente el sentido de empresa. Igualmente el Municipio no es ajeno a los flagelos sociales que aquejan el país como son la violencia y la presencia de cultivos de uso ilícito.

5.2 LA POBLACION

5.2.1 SALUD

Con relación a la cobertura de aseguramiento en Salud, teniendo en cuenta que la población total del Municipio para el año 2005 es de 41.219 habitantes, se encuentra que 6.785 pertenecen al régimen contributivo, 31.180 pertenecen al régimen subsidiado; fuera de el sistema de salud se encuentran 3.254 personas, De acuerdo con los indicadores de salud del Municipio, la información sobre mortalidad de los últimos años revela la presencia en la población de condiciones de pobreza y factores sociales propios de los países en vía de desarrollo, debido a la ocurrencia de muertes por origen bacteriano como la gastroenteritis, infecciones respiratorias y neumonías, así como casos de muerte por desnutrición y actos violentos, por enfermedades del sistema circulatorio y tumores.

5.2.2 EDUCACION:

La población en edad escolar del municipio esto es niñas y niños y jóvenes entre los cinco (5) y los diecisiete (17) es de 11.573. La población atendida por el sistema escolar en los niveles de preescolar, básica primaria, básica secundaria y media es de 9.813 personas, con una cobertura de 84.8%, por fuera del sistema se encuentran 1760 personas.

El índice de analfabetismo en el municipio de Túquerres en el sector urbano es de 10,34% que corresponde a 1622 personas y en el sector rural de 10,24%, correspondiendo 4.244 personas. El índice de analfabetismo global se encuentra en el 10.34%²¹⁶.

5.2.3 SERVICIOS PUBLICOS:

Actualmente, respecto al servicio de acueducto, el municipio de Túquerres ha desarrollado un importante avance en cuanto a la cobertura de agua potable para la población del casco urbano, con la construcción e implementación del Plan

²¹⁶ Secretaría de Educación Departamental y Municipal.

Maestro de Acueducto lo que ha permitido el suministro de agua con calidad, cobertura y continuidad las 24 horas al 97 % de la ciudadanía²¹⁷.

Con relación al sistema de alcantarillado urbano, éste presenta deficiencias en algunos sectores y se requiere la remodelación, igualmente es conveniente emprender la actualización del proyecto Plan Maestro de Alcantarillado para gestionar la consecución de recursos a nivel Nacional que permitan ejecutar la obra. En la zona rural los sistemas de alcantarillado tienen una cobertura del 60% logrando obtener un sistema de tratamiento de aguas residuales en los centros poblados de Pinzón, Santander y Albán.

Respecto a la electrificación, actualmente la cobertura en el sector rural es del 95%, existiendo 5 veredas que no cuentan con el servicio. En el sector urbano la cobertura es del 97%, el 3% faltante corresponde a las nuevas Asociaciones de vivienda donde no se ha terminado de construir la redes de media y baja tensión.

El servicio de alumbrado público, alcanza una cobertura del 90% en el sector urbano y del 30 % en el sector rural cabeceras corregimentales. Teniendo en cuenta que el cobro del alumbrado público se encuentra trasladado al usuario en un 100% establecido mediante acuerdo del concejo Municipal y la facturación, el cobro y el recaudo se efectúa directamente por CEDENAR.

5.2.4 VIVIENDA:

El municipio de Túquerres presenta un alto déficit de vivienda de interés social tanto en el sector urbano como rural, según las estadísticas del SISBEN el número de hogares conformados en el Municipio es de 10.441, de los cuales 4.168 corresponden al casco urbano y 6.273 al sector rural. Del total de hogares 3.170 no poseen vivienda propia correspondiendo al 30% y la mayoría pertenecen a los niveles 0,1, y 2, de éstos 870 núcleos familiares corresponden a mujeres cabezas de familia (madres solteras, viudas y separadas). Además existen una gran cantidad de viviendas de la población vulnerable que se encuentran en mal estado y necesita mejoramiento²¹⁸.

5.2.5 TRABAJO Y ECONOMÍA

Al preguntarnos ¿cómo sobreviven los Tuquerreños?, es importante revisar la forma en la que se distribuye el ingreso estatal en función de los sectores económicos, Hablando de la parte industrial, se puede decir que en municipio no existe, apenas constituye el (2.65%) ya que consiste en transformación artesanal en el que se incluyen las panaderías, las cerrajerías, las carpinterías, producción de derivados lácteos y manufacturas. De los 1104 establecimientos existentes en el Municipio, 121 pertenecen a este sector (10.96 %), el total de personas ocupadas es de 302 de los cuales el 30.13 % son mujeres y el 69.87 % son

²¹⁷ EMPSA E.S.P.

²¹⁸ Secretaría de Infraestructura, Oficina de Vivienda de Túquerres.

hombres²¹⁹, según esto sus recursos se generan a partir de los sectores primario (57.35%) y terciario (40%).

En el sector primario, el sector agropecuario del Municipio de Túquerres en términos de economía regional es el primero en importancia en cuanto al aporte al PIB municipal, el subsector ganadero constituye una importante fuente de recursos y empleo para sus habitantes, sin embargo aunque es una de las principales actividades económicas, la ganadería no genera rentabilidad a los productores especialmente a los pequeños y medianos, donde la productividad por animal es baja como consecuencia de factores relacionados con inadecuados programas de nutrición, manejo, y mejoramiento genético.

De acuerdo con el censo del DANE del año 2005, se estableció que la segunda actividad económica en importancia del Municipio es el sector comercio que constituye el 66.8%, en este sector, se tiene en cuenta dos aspectos: el comercio tradicional o **comercio uno** es decir la compraventa de mercancía sin ningún proceso de transformación al mayor o al detal, éste comercio vincula socios, propietarios y familiares sin remuneración constituyendo el 63.51 % del personal ocupado, el 24.75 % de personal a término indefinido y el 11.74% contratado a término fijo. Con relación al género el 59.17 % de personas ocupadas son mujeres y 40.83 % son hombres. El sector **comercio dos** se refiere a establecimientos dedicados al mantenimiento y reparación de enseres domésticos, efectos personales, vehículos automotores, motocicletas, maquinaria y equipo de comercio, ubicados en esta actividad provienen de la venta de repuestos, el personal ocupado en este tipo de comercio son los socios, propietarios y familiares sin remuneración (60%), el 23.88% son personal a término indefinido y el 15.42% personal contratado a término fijo, el 4.98 % de personas ocupadas son mujeres y el 95.02% son hombres²²⁰.

El sector servicios es el tercero en importancia en el Municipio constituye el 21.1%, desde el punto de vista de su aporte económico se clasifica en:

- Servicios de Interés, relacionados con la prestación de servicios de alojamiento y existen 99 establecimientos. El 41.76 % de la personas que trabajan son socios, propietarios y familiares sin remuneración. El 32.95 % personal permanente a término indefinido. El 25.29 % personal temporal contratado a término fijo. El 26.44 % de las personas ocupadas son mujeres y el 15.33 % son mujeres.
- Servicios de Transporte, almacenamiento, correo y comunicaciones. Donde el 37.88 % del personal ocupado son socios, propietarios y familiares sin remuneración, el 38.64 % tienen contrato a término indefinido y el 23.48 %

²¹⁹ Censo Cámara de Comercio de Túquerres, año 2004.

²²⁰ Censo Cámara de Comercio de Túquerres 2005.

tienen contrato a término fijo. El 50.76 % son mujeres y el 49.24 % son hombres.

- Servicios de intermediación financiera: existen actualmente cinco (5) entidades bancarias, dos (2) cooperativas, dos (2) aseguradoras, dos (2) empresas de giros y una empresa administradora de aportes

Según lo anteriormente expuesto hay que decir que la ciudad de Túquerres se caracteriza por que los sectores que generan mas empleo es el sector terciario de la economía (comercio y servicios), en estos sectores es donde se favorece el trabajo informal y el trabajo a domicilio, de igual manera frente a la tasa de desempleo del municipio de Túquerres, hay que decir que, esta se encuentra en el 27.9%, y respecto de la población Económicamente Activa, el 61.3% son obreros empleados, el 3.7% son patronos o empleadores, el 24.1 % son trabajadores por cuenta propia, el 3.2% son empleados domésticos, y el 1.1% son trabajadores familiares sin remuneración.

Una tasa de desempleo tan alta, es la que sirve como una estrategia tentadora de las empresas de venta directa quienes la utilizan como un caldo de cultivo para reclutar nuevos trabajadores, quienes no habiendo alternativas de trabajo en los demás sectores de la economía se dedican a esta labor. Respecto a las estadísticas de venta directa del municipio hay que decir que no existen datos reales sobre esta actividad, por lo que solo hay que decir que los trabajadores de venta directa hacen parte del 24.1% de los empleados por cuenta propia del municipio, y del 1.1% de los trabajadores familiares sin remuneración.

5.3 METODOLOGÍA

En este apartado, se detallan las técnicas de investigación y la forma en que se analizo la información. La encuesta fue la primera herramienta utilizada en esta investigación, se aplico una encuesta a una muestra de 25 trabajadoras²²¹ a la salida de diversas conferencias organizadas por las gerentes de zona. Las preguntas realizadas tienen como objetivo realizar un mapa general de este grupo de mujeres

Con posterioridad se aplicaron instrumentos de corte cualitativo: la observación participante²²², de manera particular en los eventos de la empresa y en algunas

²²¹ La encuesta se aplicó mediante una muestra de carácter aleatorio simple, para lo cual se consideró una población de 250, cifra sumatoria obtenida de las estimaciones que de seis empresas que trabajan en la zona sobre quienes asisten a las juntas mensuales de área. Cabe aclarar que fue en estos eventos en los que se aplicó dicho instrumento.

²²² La observación resulta ser la técnica por excelencia del trabajo de campo, se reconoce como una técnica intrusiva y que afecta al objeto de estudio. Por lo que se pretende, en este camino, que los efectos sobre el objeto sean controlados. Un rasgo que nos parece fundamental es el hecho de que se trata de una actividad paulatina y que conforme avanza el proceso cambia de dirección y los esfuerzos se pueden encaminar al conocimiento, se abre según se avanza. Se requiere una contextualización teórica, es decir situar el problema

reuniones de trabajo. Asimismo se realizó una serie de 10 entrevistas a informantes clave²²³, en la que se puso especial atención en las diversas configuraciones que asume la articulación entre las distintas actividades que estas mujeres realizan. En conjunto con dicho instrumento nos valimos de la observación participante para complementar los datos obtenidos.

La encuesta es muy sencilla y esta orientada básicamente en dos aspectos, el establecimiento de los datos demográficos, y la demostración de los síntomas principales de precarización laboral, lo anterior para dar mas certeza a lo sustentado en el marco teórico de esta investigación.

5.4 LOS RESULTADOS

Según lo anteriormente expuesto, se procederá a explicar los resultados concretos del trabajo de campo realizado en la ciudad de Túquerres Nariño, en el mes de julio y agosto del presente Año, Los datos que se presentamos en este apartado son producto de conjugar la información obtenida mediante los instrumentos cuantitativos y los cualitativos. En esta sección se presentan los resultados ordenados y analizados. El proceso de ordenar los datos ha devenido en la conformación de algunas clasificaciones básicas que permiten diferenciar las distinciones que hemos descubierto en cuanto a la relación que asume el trabajo con el resto de la vida.

5.4.1 DATOS DEMOGRÁFICOS

Cuando se realizaron los primeros acercamientos al tema de esta investigación partimos de la idea de que este tipo de actividades estaban dedicadas de manera preponderante a un segmento de la población que cumplía con las condiciones de ser casada con hijos y que se encontraba en un rango de edad entre 20 y 39 años. Dichas condiciones permitían explicar la elección de este trabajo; es decir, su principal atractivo radicaba en un horario flexible que facilitaba dedicar tiempo al cuidado de los hijos y del hogar, situaciones promovidas por las personas que reclutan a los posibles vendedores.

Respecto al género hay que anotar que el 96% de los encuestados pertenecen al sexo femenino, frente a un 4% del masculino, esto reafirma la tesis de esta investigación acerca que las ventas por catalogo es una forma de trabajo que primordialmente es desarrollada por mujeres.

dentro de un marco social; reconocer las prácticas y las rutinas. Para que la observación brinde mejores frutos se recomienda construir guías de observación lo que permite que las observaciones se reduzcan a los conceptos fundamentales en función del problema que se estudia, resulta recomendable acompañar la observación con otras técnicas como la entrevista, el vídeo y la fotografía

²²³. Se considera informantes clave a las vendedoras que tenían niveles altos en el esquema multinivel, en el entendido de que éstas tendrán mayor conocimiento del trabajo y una variedad de experiencias que permitan desarrollar reflexiones más sólidas.

Como se anoto en capítulos anteriores la organización de los trabajadores de las empresas de venta directa, esta dividida en gerentes de zona, guías, y consultores, de la encuesta practicada a la muestra se encontró que el 96% de los preguntados, están en el nivel mas bajo de ventas o nivel de ingreso, esto es los consultores, vendedores, o empresarios, y el 4% restante corresponde a los Guías, hay que anotar que en la muestra no se encuestó a ningún gerente de zona, ya que estos se mostraron reacios ante el trabajo de investigación adelantado.

De acuerdo a los datos de nuestra encuesta encontramos que el 60% de la población está casada. La incidencia de solteras es la que le sigue con un 30%, el resto realmente no es representativa. Estos datos confirman la idea inicial de una empresa que ofrece un trabajo que permite a las mujeres no descuidar a su familia, aspecto en el que radica su atractivo. En este sentido no parecía haber novedades, sin embargo encontramos mujeres con diferentes estatus maritales y laborales, lo que conlleva a la parte más compleja del campo problemático que nos hemos planteado: reconocer las diversas formas de acercarse al mundo del trabajo.

FIGURA 5: ESTADO CIVIL DATOS EN PORCENTAJES

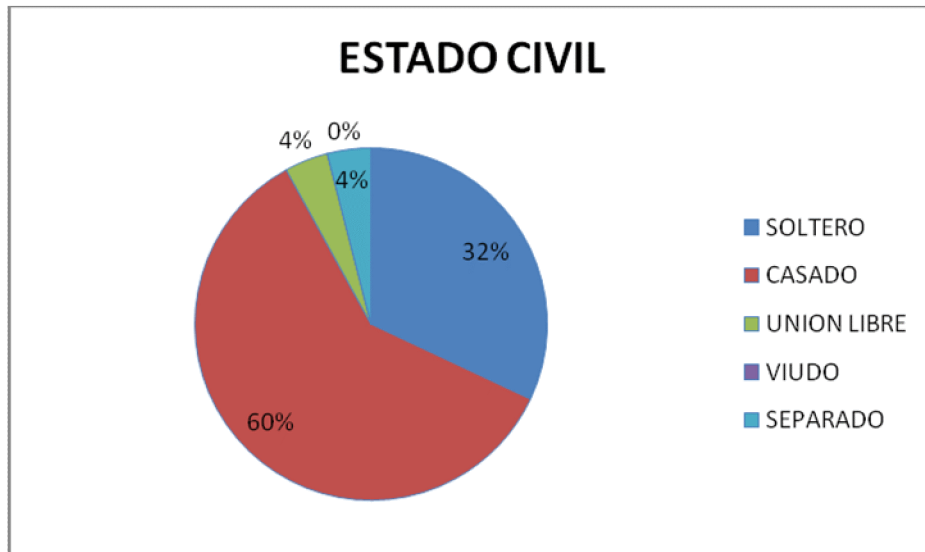


Tabla 6: EDAD - DATOS EN PORCENTAJES

EDAD	PERSONAS QUE VENDEN POR CATALOGO
20 o Menos	8%
21 a 30	16%
31 a 40	40%
41 a 50	28%
51 a 60	4%
61 o Mas	4%
TOTAL	100%

El promedio de edad es de 36 años de acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta realizada, Los límites de edad son también notables ya que las más jóvenes son de 19 años, mientras que las de mayor edad son de 65, esto indica que es un espacio de trabajo que trasciende a los límites de edad de otras ocupaciones tradicionales. La tendencia general que se observa es que personas de 35 años ya no tienen acceso al mercado de trabajo por lo que se refuerza la idea de que se generan alternativas a quienes no tienen acceso a otros mercados de trabajo.

En la siguiente tabla relacionamos el estado civil con la edad, a manera de ver la forma en la que estos aspectos se relacionan, de ella podemos asumir que las mujeres casadas se concentran entre los 21 y los 50 años. Y es entre los 21 y 40 años que se concentra la mayor parte de la población. De tal forma que podemos fusionar la edad, la presencia de los hijos, y la educación entre los factores que definen a quien accede a las ventas por catalogo. Sin embargo el criterio que utilizamos no es sólo numérico por lo que pretendemos analizar las diferencias que se pueden observar.

La presencia de solteras permite llamar la atención sobre aspectos que se anunciaron a lo largo de este capítulo y que se relacionan con personas que rompen con el perfil esperado, son mujeres más jóvenes que el promedio solteras y que tienen niveles educativos más altos.

Tabla 6: Relación edad - estado civil (datos en porcentajes)

	20 o menos	21 a 30	31 a 40	41 a 50	51 a 60	60 o mas
Soltera	8%	4%	16%	20%	4%	0%
Casada	0%	12%	24%	8%	0%	4%
Viuda	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	8%	16%	40%	28%	4%	4%

En suma la edad es un factor preponderante ya que permite el ingreso de personas que en otras ocupaciones no serían aceptadas aspecto que se conjuga con diversos factores explicativos, uno de los cuales es el nivel educativo, ya que es un elemento que también determina las posibilidades de acceso al trabajo.

Tabla 7: Nivel de educación (datos en porcentajes)

Nivel de educación	Porcentaje
Sin estudios	0%
Primaria Incompleta	12%
Primaria Completa	8%
Bachillerato	48%
Carrera Técnica	16%
Universitarios	12%
Post Grado	4%
Total	100%

En cuanto a los resultados de la encuesta el nivel de estudios se puede observar que el nivel de estudios del 48% de los encuestados tiene un nivel de instrucción medio, esto es estudios de bachillerato, aunque aparentemente esto refuerza la idea que las ventas por catalogo es una actividad que no requiere preparación, sin embargo, esta situación nos muestra por un lado, que las ventas por catalogo esta dirigido a un sector de la población generando un perfil típico de las vendedoras por catalogo, por otro nos evidencia una desventaja dado que la información que se requiere para las ventas es compleja y se obtiene mediante documentos impresos, por lo que la falta de educación se traduce en menores posibilidades para manejar la información de los productos que venden, de igual manera para la administración del dinero percibido, y lo que ahonda la precariedad del sistema de venta directa, la posibilidad que las empresas aprovechen esos niveles bajos de instrucción para confundir a las trabajadoras sobre la realidad de los productos ofrecidos y las utilidades que recibirán.

El análisis del tiempo que llevan trabajando las personas que hacen parte de la muestra, nos permitió establecer que la persona que lleva mas tiempo en las ventas directas, tiene once (11) años y siete (7) meses, y quien lleva menos tiempo es seis (6) meses, esto nos lleva a pensar que este trabajo aunque se muestre como una actividad que se puede dejar cuando se quiera, ya que no implica sanciones de ningún tipo, tiene una fuerte vocación de pertenencia. De igual manera hay que anotar que esta vocación de pertenencia es otra forma de precarización del trabajo, puesto que las trabajadoras dedican años a vender por catalogo, acumulando utilidades a las empresas de venta directa, sin ningún tipo de garantía prestaciones ni de seguridad social y pensiones.

Tabla 8: TIEMPO DE DEDICARSE A VENDER POR CATALOGO

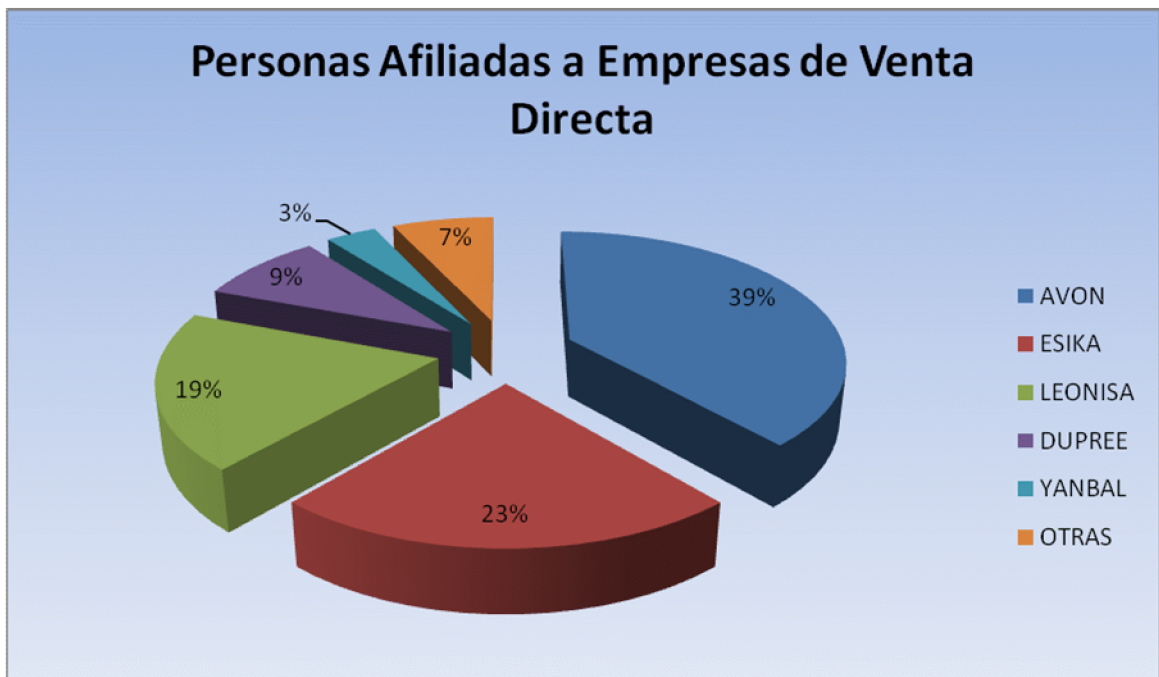
No ENCUESTA	AÑOS	MESES
1	4	6
2	5	0
3	2	6
4	9	6
5	7	4
6	2	6
7	5	4
8	4	8
9	6	3
10	1	6
11	2	7
12	4	6
13	11	7
14	2	6
15	2	0
16	0	6
17	4	0
18	5	0
19	1	6
20	5	0
21	6	0
22	1	1
23	0	11
24	0	11
25	4	7

Un análisis detallado de las encuestas nos muestra un caso particular, la encuesta numero 19, fue realizada a una joven de 19 años de edad quien lleva vinculada a este sistema un (1) año y seis (6) meses, esto nos permite deducir que aun sin cumplir la mayoría de edad, esta joven ya se encontraba vinculada al sistema de venta directa, situación que refuerza la tesis que esta labor no tiene distingo de edad o sexo para poder ser realizada, lo que puede ser otro síntoma de precariedad laboral de los menores de edad.

5.5 PRINCIPALES EMPRESAS DE VENTA DIRECTA EN EL MUNICIPIO DE TUQUERRES, Y SU FUERZA DE VENTAS

Frente a la cuestión de a cuales empresas de venta directa se encuentran afiliadas las trabajadoras de venta directa del municipio de Túquerres, hay que decir que la encuesta arrojó que son nueve (9), estas son: AVON, ESIKA, LEONISA, DUPREE, YANBAL, CROYDON, SUEÑO ROSA, ORIFLAME, y AMELISSA. Respecto a la cantidad de personas vinculadas a cada una de ellas, se puede establecer según el siguiente grafico

Figura 6: Numero de Afiliados empresas de venta directa (datos en porcentajes)



De la anterior figura se puede deducir que las empresas que mas fuerza de ventas tienen vinculada son AVON con el 39%, le sigue ESIKA, con el 23%, Leonisa con el 19%, DUPREE con el 9%, y Yambal con el 3%, las cuatro empresas restantes CROYDON, SUEÑO ROSA, ORIFLAME, y AMELISSA, apenas suman el 7% de afiliados.

5.5.1 NUMERO DE AFILIACIONES POR PERSONA

Para responder a la pregunta acerca de a cuantas empresas de venta directa se encuentra afiliada una misma persona debemos remitirnos a la siguiente tabla

Tabla 9: numero de afiliaciones por persona

No ENCUESTA	AFILIACION NUMERO DE EMPRESAS
1	1
2	2
3	2
4	2
5	3
6	3
7	4
8	2
9	2
10	1
11	1
12	2
13	6
14	3
15	2
16	2
17	1
18	1
19	3
20	1
21	2
22	2
23	2
24	3
25	3

De lo anteriormente expuesto se puede concluir que el promedio de empresas a las cuales una misma persona se encuentra afiliada es de 2.24, esto quiere decir que una persona se encuentra como mínimo afiliada a 2 empresas de venta directa simultáneamente, esta información resulta muy útil puesto que en primer lugar se evidencia la tesis de que no existe pacto de exclusividad con las empresas de venta directa, y que es perfectamente valido pertenecer a dos empresas al mismo tiempo, en segundo lugar al determinar el numero de empresas afiliadas se puede determinar que esta multiplicidad de afiliaciones extiende el tiempo para trabajar, ya que no solo se debe reunir el monto requerido para pasar pedido en una empresa, si no para dos, o como ocurre en el caso de la

encuesta numero 13, donde una misma persona se encuentra afiliada a seis (6) empresas, esta situación implica mas trabajo, y mas dedicación.

5.6 CONCEPCIÓN DE LAS ENCUESTADAS ACERCA DE LA VENTA DIRECTA

Una de las preguntas iniciales de la encuesta, es cual es la concepción de las encuestadas acerca de la labor que realizan, frente a esto se les pregunto si consideran que vender por catalogo es un trabajo, el 25% de los encuestados respondieron que no es un trabajo, frente a un 75% que si lo considera como tal. Quienes respondieron que no es un trabajo, tienen una multiplicidad de motivos que son relevantes ya que aunque son conscientes que es una labor que genera ingresos, consideran que una actividad que no ofrece ningún tipo de garantías prestacionales, en el que los ingresos dependen de lo que se venda, y en el que se sienten explotadas, no se puede llamar trabajo, estas situaciones denotan que ya existen inconformismos acerca de las ventas por catalogo, y que se esta generando una conciencia de que la venta directa es una forma de explotación laboral.

El 75% de los encuestados aunque considera que el vender por catalogo es un trabajo, cuando se les pregunta por que, se puede notar que coinciden en que es una forma que apenas alcanza para subsistir, en un municipio donde las oportunidades de trabajo son mínimas. En este contexto se puede decir que las empresas de venta directa constituyen una alternativa para poder subsistir, por ello es necesario establecer según la muestra, a cuales y a cuantas, empresas de venta directa se encuentran afiliadas, las personas que se dedican a vender por catalogo, y cuales empresas acumulan el mayor numero de trabajadores.

5.7 PERCEPCIÓN DE LA VENTA DIRECTA DE LOS TRABAJADORES

El trabajo de campo, pretendía establecer como es percibida la actividad de venta directa en el momento de realización de la encuesta, para esta variable se pregunto por las características del trabajo, y se ofreció respuestas como: interesante, cansado, aburrido, divertido, excitante, y fastidioso, los resultados se resumen en la siguiente tabla

Tabla 10: descripción del trabajo (datos en porcentajes)

CARACTERISTICA	PORCENTAJE
Interesante	36%
Cansado	80%
Aburrido	44%
Divertido	20%
Excitante	0%
Fastidioso	3%

La respuesta que casi todas las encuestadas respondieron es que el vender por catalogo resulta cansado, seguido de aburrido, estas apreciaciones son muy relevantes, puesto que muestran el inconformismo de las trabajadoras acerca del trabajo realizado, el concepto de cansado se explica en la multiplicidad de tareas que debe realizar una vendedora, (realizar el pedido, cobrar, vender, atender a la familia etc) en una multiplicidad de lugares. Por otra parte el vender por catalogo puede ser aburrido, por que después de realizar esta actividad por algún tiempo constituye una rutina, por ello ya no hay nuevas cosas que aprender.

Los encuestados que consideran que esta labor es divertida e interesante, deben ser analizados desde dos perspectivas: primero, los cuestionarios se aplicaron al salir de un evento en el que existió una fuerte dosis de motivación, por lo que las respuestas pueden estar influidas por ello. Por otra parte, es un trabajo que se realiza al mismo tiempo que otras actividades por lo que semeja una diversión o un descanso, ya que es presentado como una forma de romper con el tedio del trabajo cotidiano, parecer divertido y realizarse mientras se convive por lo que resulta más difícil hacer conciencia de los esfuerzos que significa.

5.8 EVIDENCIA DE LOS PRINCIPALES SÍNTOMAS DE PRECARIZACIÓN LABORAL

5.8.1 RAZONES DE INGRESO

Antes de ingresar a la demostración estadística de los síntomas de precariedad laboral del sistema de venta directa es importante establecer cuales son los principales factores que influyen en la decisión de entrar a vender por catalogo, los datos se resumen en la siguiente tabla

Tabla 11: Razones de ingreso (datos en porcentajes)

RAZONES	PORCENTAJE
Necesidad	80%
Tenia Tiempo	12%
Es un buen Negocio	16%
Distracción	12%
La invitaron	32%
Utiliza esos productos	84%
Otras	0%

Si la política publicitaria que implementan las empresas de venta directa, fuese cierta las principales razones de ingreso serian que vender por catalogo constituye un buen negocio y que la trabajadora dispone de tiempo, y que es una fuente de distracción, sin embargo, en este punto se ponen en tela de juicio tales

políticas, ya que de acuerdo a la encuesta el 80% de la muestra considera que el motivo principal de ingreso es la necesidad de subsistir. Llama la atención que el 84% de la muestra ingreso a vender por catalogo por que utiliza los productos que ofrece, esto indica que las trabajadoras de venta directa asumen dos papeles, el compradora y vendedora de productos que ella ofrece, esta situación es muy benéfica para las empresas incrementando sus utilidades

Esta investigación analizo los argumentos que tienen las empresas de venta directa para reclutar a sus futuros trabajadores, los mas comunes son una serie de ventajas acerca de esta labor, se dice que es un trabajo que no requiere preparación, que no tiene horario, que ofrece flexibilidad de tiempo por lo que permite dedicar mayor tiempo a otras labores, frente a ellos el trabajo de campo oriento una pregunta para indagar acerca de las principales ventajas que consideran las trabajadoras de venta directa para ingresar al sistema, los resultados son los siguientes

Tabla 12: ventajas consideradas para ingresar (datos en porcentajes)

Ventajas	Porcentaje
Obtiene productos a bajo precio	80%
No tiene horario	20%
No requiere preparación	32%
Lo puede hacer al mismo tiempo que otras actividades	24%
El crédito	92%
Es fácil	4%

De acuerdo a la tabla anterior se puede establecer que las ventajas ofrecidas por las empresas de venta directa como la flexibilidad de horario, y el nivel de preparación no son determinantes para el ingreso, no son consideradas como reales ventajas para las trabajadoras, lo que en realidad llama la atención a las trabajadoras es obtener productos a bajo precio para si mismas, y el hecho que las empresas de venta directa ofrecen crédito a sus trabajadores, esto se explica en la posibilidad de iniciar un negocio con productos dados a crédito, es decir una labor que no requiere cuota inicial ya que una ves vinculado a la empresa automáticamente se tiene el derecho de solicitar productos a creído para poder venderlos.

La flexibilidad de horario y de tiempo no es determinante, puesto que las trabajadoras están realmente convencidas que esta labor para poder ser generadora de ingresos importantes, debe ser desarrollada a tiempo completo y con dedicación exclusiva, estas circunstancias son muy importantes puesto que aunque se muestra a este trabajo como una labor ventajosa llena de flexibilidades, las motivaciones de los trabajadoras son muy diferentes de las ofertas laborales

que se les presentan.

5.9 SÍNTOMAS DE PRECARIEDAD LABORAL EN EL SISTEMA DE VENTA DIRECTA – DATOS ESTADÍSTICOS

En el capítulo III de esta investigación, se indicaron una serie de síntomas que le dan el calificativo de precario a al trabajo realizado por los trabajadores de venta directa, cada uno de ellos estaba apoyado con una serie de entrevistas a varias trabajadoras de venta directa con varios años de trayectoria en esta labor, esta sección se orientara a respaldar con datos estadísticos algunos de las características de precarización laboral en las ventas directas entre ellos: *La Negación de la relación laboral de las empresas de venta directa, con la “Fuerza de Ventas” - Multivinculación laboral, la Ausencia De Prestaciones Sociales, la prohibición no expresa de adquirir nuevos empleos, la Confusión del tiempo de trabajo con el resto de la vida diaria, el ocultamiento y violación del código de ética por parte de las empresas de venta directa, y la Nueva conformación de los espacios de trabajo*

5.9.1 Síntoma 1: La Negación de la relación laboral de las empresas de venta directa, con la “Fuerza de Ventas” - Multivinculación laboral

Cuando tratábamos el tema de la negación de relación laboral, como base del sistema de venta directa, se afirmó que dada la inexistencia de un vínculo laboral entre empresa y vendedor, era muy común que detrás de cada vendedora existan muchas personas del círculo familiar o social que le ayuden a laborar sin necesidad de que estos se vinculen directamente con la empresa de venta directa, para demostrar esta afirmación la encuesta realizó una pregunta a la muestra encuestada, para indagar cuantas personas de la familia o de su círculo social le ayudan en las ventas directas, los resultados son los siguientes

Tabla 13: Personas que ayudan en el trabajo de venta directa (datos en porcentajes)

PERSONAS QUE AYUDAN	PORCENTAJE
ESPOSO	28%
HIJOS	27%
HERMANAS	17%
MADRE	13%
HIJAS	10%
PRIMAS	3%
AMIGAS	2%
TOTAL	100%

De los datos consignados en la encuesta se puede deducir que todas las

trabajadoras tienen al menos una persona que les colabore a trabajar, por lo que indirectamente se vinculan a esta forma precaria de trabajos.

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

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

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

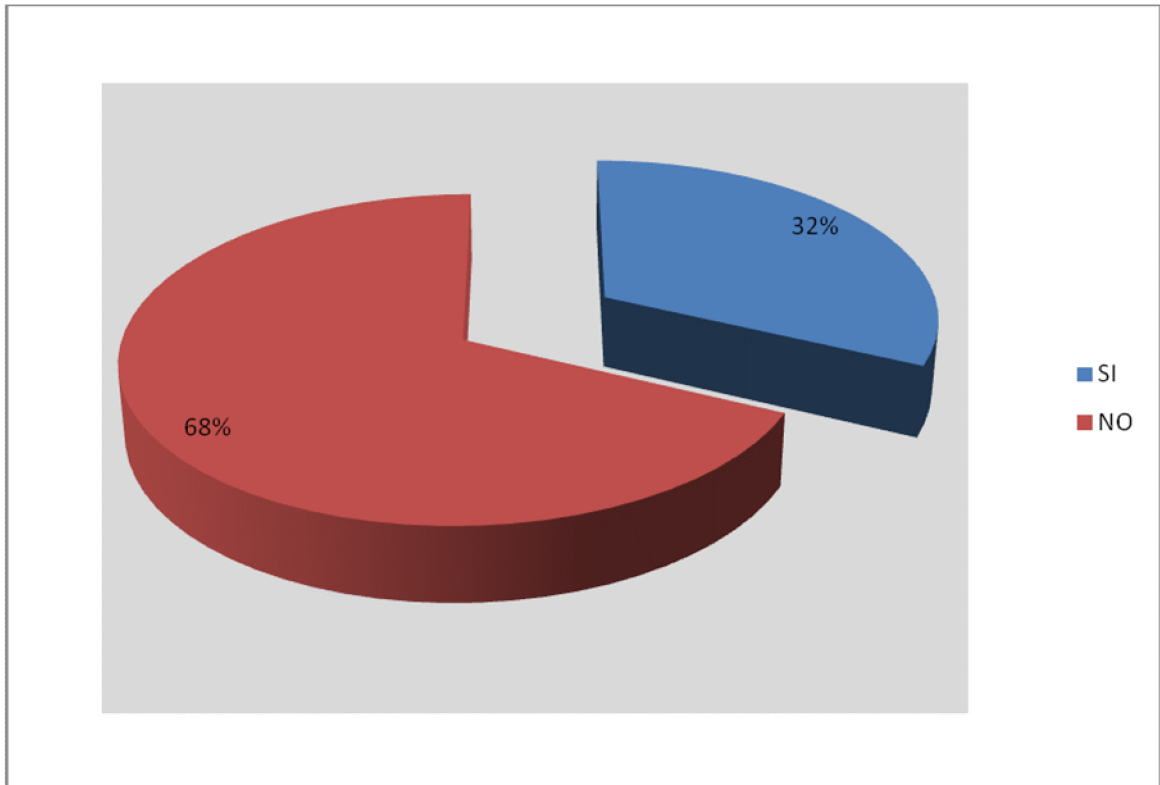
Llama la atención el papel de los hijos ya que estos ingresan a este mercado de trabajo muy jóvenes con la firme intención de colaborar con los ingresos de sus padres. Por lo que la participación de los hijos, resulta ser un aspecto muy vinculado al trabajo familiar. Las ventas directas permiten que la madre pueda llevar a sus hijos pequeños al trabajo y que en algún momento estén en posibilidad de apoyar el trabajo de la madre. Los hijos reparten pedidos y responden a las llamadas telefónicas; todo esto se entiende en tanto el trabajo está presente en el interior del hogar.

5.9.2 Síntoma 2: La Ausencia De Prestaciones Sociales

Cuando se analizó este síntoma de precariedad laboral, se dijo que La comisión por ventas, reemplaza el concepto de salario, el cual depende de las ventas realizadas por las vendedoras por lo que asume el carácter de variable, de igual manera se manifestó que en los países en vías de desarrollo los ingresos percibidos por esta actividad asumen el carácter de ingresos únicos, lo cual sirve de elemento principal según las nuevas tendencias para la determinación de relaciones laborales, para incluir el elemento de la dependencia económica de la actividad ya explicado. Para dar sustento a estas afirmaciones, se analizará tres variables, la primera determinar si las encuestadas cuentan con otro trabajo adicional al de la venta directa, esto nos permitirá establecer quienes desarrollan esta actividad por que es su única forma de subsistencia. La segunda variable es determinar en el núcleo familiar quien es la persona que mas ingresos aporta a la

familia, frente a la primera variable los datos se resumen en el siguiente grafico:

Figura 7: numero de personas que tienen otro trabajo adicional a la venta directa (datos en porcentajes)



Los datos consignados en el grafico anterior son reveladores ya que muestran que el 68% de los encuestados no tienen otro trabajo, frente a un 32% que si lo tiene, es decir para la gran mayoría el no tener una forma adicional de empleo, convierte las sumas de dinero recibidas por comisión, en ingresos únicos.

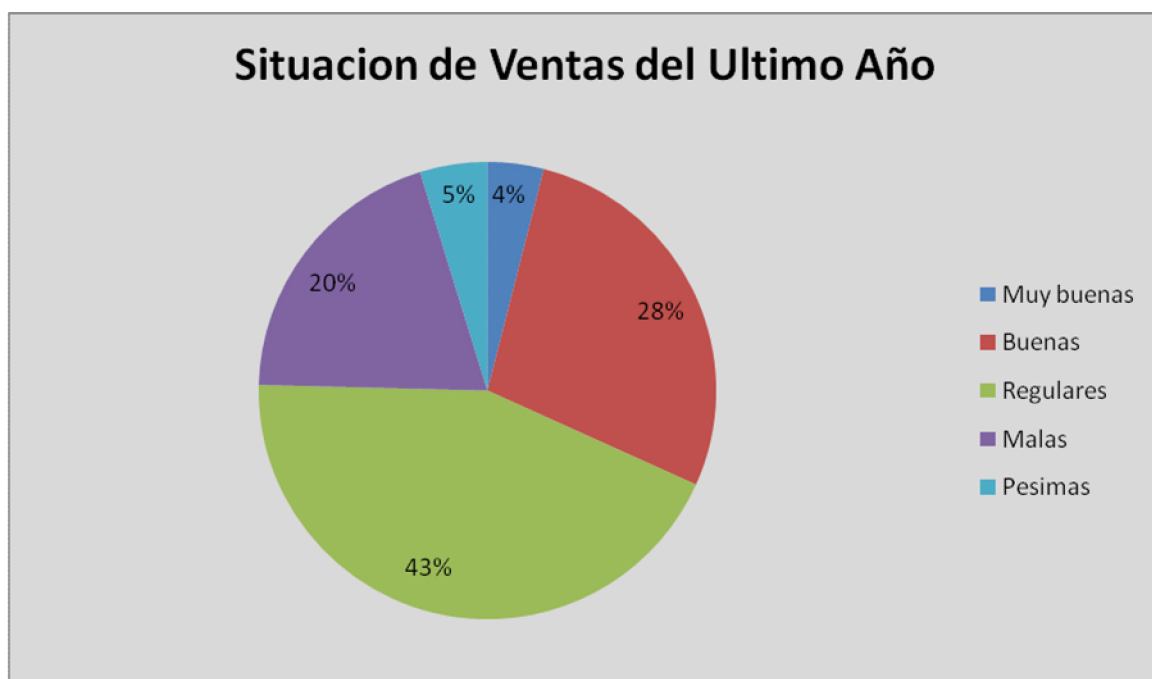
Ahora bien, frente a la segunda variable, la encuesta arrojó los siguientes datos:

Personas que aporta mayor parte de ingresos	Porcentaje
La encuestada	36%
Encuestada y el esposo por igual	36%
Padres del encuestado	16%
Esposo de la encuestada	8%
Todos los Miembros	4%
Total	100%

Los ingresos de la familia son aportados en la gran mayoría por la trabajadora (36%), y por la encuestada y su esposo (36%), lo que quiere decir que además que los ingresos tienen el carácter de únicos, en el 36% de los casos es la única forma de subsistencia, cuando la trabajadora es la única que aporta a la familia, por otra parte, si los gastos son compartidos con el esposo por partes iguales, hay que anotar que los ingresos por ventas constituyen una fuente de ingresos importante que permite que la mujer colabore con los gastos del hogar

Al demostrar el carácter de los ingresos, es importante establecer en el último año la situación de las ventas de los trabajadores de venta directa, los resultados se resumen en la siguiente grafica:

Figura 8: Situación de Ventas del Ultimo Año



Según la grafica se puede decir que en el último año las ventas fueron regulares, por lo que al ubicarse los ingresos en un término medio, se puede deducir que lo obtenido en el último año alcanza apenas para subsistir. Las encuestadas manifiestan que esto se debe a que el año anterior las ventas eran mucho mejores por que había mucho dinero circulando en el mercado por el fenómeno de las pirámides, pero debido a la caída de estas hubo una importante reducción de sus ingresos.

La característica de ingresos regulares es importante analizarla a la luz de las personas que dependen económicamente exclusivamente de la trabajadora de

venta directa, para determinar el número de personas a cargo de cada una de ellas, para lograr esta finalidad, hay que establecer, el porcentaje de personas que tienen a las ventas por catálogo como única fuente de ingreso, este dato como se explica en la tabla número () corresponde al 36% de la muestra, a este grupo se le preguntó cuántas personas estaban a su cargo, y el promedio que arrojó la encuesta es de 2.5, es decir, cada persona que tiene a la venta directa como única fuente de ingresos, y que es la persona que más aporta en la familia, tiene a su cargo un promedio de dos personas, esta situación nos indica que es muy complejo mantener a dos personas de la familia si se tiene en cuenta que los ingresos percibidos son en mayoría regulares.

Por último hay que demostrar la afectación de los ingresos, en este punto se dijo que los ingresos se veían afectados por que esta actividad genera muchos riesgos, como que no les paguen los productos solicitados, o que haya demora en el pago de los mismos, que exista mucha competencia, o que les devuelvan un producto, estas situaciones afectan ostensiblemente los ingresos percibidos por los vendedores directos, y les coloca en un ámbito de incertidumbre, en este orden de ideas para dar sustento a estas afirmaciones se planteó la variable del riesgo, en ella se les preguntó si las situaciones anteriormente expuestas les habían sucedido, las respuestas se señalan en la siguiente tabla

Tabla 14: Situaciones más comunes en la venta directa

SITUACION	PORCENTAJE
Que no le paguen los productos	80%
Que las compradoras cambien de vendedora	48%
Que no le paguen a tiempo	96%
Que le devuelvan un producto	72%
Que haya muchas vendedoras	60%
Ninguna	0%
Otras	0%

De acuerdo a lo observado en el trabajo de campo, se descubrió una serie de situaciones que incrementan las dificultades para realizar estas actividades. De manera particular destaca la posibilidad de que no se paguen los productos, en los diversos casos refieren que es constante escuchar que son buenas vendedoras, pero malas cobradoras. Por otro lado, el hecho de que no se conozca el mercado también es un factor de riesgo para esta ocupación. Con el peligro evidente de que las mujeres no tienen forma de hacer que sus productos sean pagados, a diferencia de las empresas de venta directa, esto se hace particularmente complicado con las mujeres que se encuentran en los niveles bajos, ya que con tal de tener mercado se pueden enfrentar a condiciones de mayor desventaja. Como ofrecer crédito o cobrar quincenalmente y acudir a cuentagotas, de tal manera

que las vendedoras arriesgan por la presión que sienten para vender y evidentemente los resultados no siempre son los mejores para ellas.

Otra situación importante que afecta los ingresos de las vendedoras por catalogo es la devolución de los productos de sus clientes, constituye el 72% de las situaciones que les ha tocado asumir a las vendedoras por catalogo, frente a esta problemática se pregunto a las trabajadoras que actitud asumen cuando les es devuelto un producto, y la empresa no admite devoluciones, las respuestas se pueden resumir en el siguiente grafico

Tabla 15: actitud ante la devolución

ACTITUD ANTE LA DEVOLUCIÓN	PORCENTAJE
Los compra	60%
Los vende a un precio menor	16%
No le ocurre esta situación	20%
Otras	4%
Total	100%

Los datos anteriores, reafirman la tesis planteada acerca de la incertidumbre de los ingresos percibidos por las vendedoras por catalogo, una devolución de un producto por insatisfacción del cliente, ya que si es por garantía la devolución es valida en todas las empresas, esta situación afecta las comisiones percibidas, ya que al comprarlos, o al venderlos a un precio menor, hay perdida, por que en la factura que tienen que pagar los vendedores, no discrimina estas situaciones, y se cobra el valor real del producto.

5.9.3 Síntoma 3: la prohibición no expresa de adquirir nuevos empleos

Para demostrar este síntoma, se acude a dos variables, la primera el tiempo que llevan vinculadas exclusivamente a esta labor las trabajadoras de venta directa, y la segunda los premios obtenidos por puntos en las ventas por catalogo.

El análisis de la primera variable debe ser interpretado a la luz del **tabla numero 8**, la cual nos muestra los tiempos que llevan las trabajadoras de venta directa, en esta labor, se puede observar que hay casos en que la trabajadora lleva mas de diez años, dedicada exclusivamente a ello, las entrevistas nos permitieron entender que aparte de la imposibilidad de encontrar otro empleo, o la necesidad, una forma que genera constancia de las trabajadoras es el sistema de premios, este como ya se ha dicho se basa en un esquema mediante el cual las compras a la empresa se traducen en puntos; mismos que posteriormente serán canjeados por diversos productos, que van de desde enseres menores hasta joyas o viajes.

Los datos de la encuesta nos permiten afirmar que el 96% de las vendedoras han

recibidos premios por constancia, y que para alcanzarlos requiere de mayor dedicación, la mayoría de los premios que se reciben son electrodomésticos menores, es decir, licuadoras, batidoras, hornos eléctricos, etc. Aunque también hay quien ha recibido cartas de felicitación, éstas al igual que algunos otros elementos distintivos: mascadas, plantas, una estatuilla de Mrs Albie — para premiar a las mejores vendedoras de Avon en, todos ellos resultan ser factores que dan nuevos sentidos a la actividad de las mujeres. En las entrevistas fue evidente el orgullo con el que muestran los reconocimientos que han recibido, para muchas de ellas son los únicos de su vida.

5.9.4 Síntoma 4: Confusión del tiempo de trabajo con el resto de la vida diaria

Las ventas por catalogo son promocionadas con la idea de que es una labor que permite flexibilidad de horarios, sin embargo esa flexibilidad se orienta al lado negativo de la misma ya que según los datos de esta investigación el 78% de las encuestadas consideran que le dedican mas de 10 horas diarias a esta labor, un 10% manifestó que le dedica 12 horas al día a vender por catalogo, un 13% manifestó que le dedica menos de 8 horas, y solo el 9% dijo que le dedica menos de 4 horas diarias a la venta directa, en este entendido la flexibilidad no se ve como la posibilidad de realizar otras labores mientras se vende, si no la eliminación de otras actividades para una dedicación exclusiva a la venta directa

5.9.5 Síntoma 5: Nueva conformación de los espacios de trabajo

Otra característica de precarización del trabajo en el sistema de ventas por catalogo es la multiplicidad de espacios de trabajo, para demostrar esta característica, se pregunto en que lugares las trabajadoras de venta directa desarrollan su trabajo, esta variable arrojó los siguientes resultados.

Tabla 16: Lugares en los que vende

Lugares	Porcentaje
Casa	76%
Oficina	20%
Barrio	52%
Casa de Amigas	52%
Local	0%
Colegio	12%
Otro	4%

Según lo anterior se puede deducir que existe una multiplicidad de lugares de trabajo, siendo la propia vivienda del trabajador el lugar mas frecuente, seguido por el barrio y las casas de amigas, esto ultimo refuerza la tesis de que las

mujeres utilizan los vinculos personales como fuente generadora de futuros clientes. Hay que anotar que aunque el termino ventas por lo general se relaciona con un lugar determinado, como una tienda o un centro comercial, sin embargo cobra mucha importancia los datos que arrojo esta encuesta respecto al local como un lugar de trabajo, ningun encuestado desarrolla su trabajo en un local comercial, lo que se explica por que es mas ventajoso ir a buscar a los clientes a donde estos residen o trabajan que esperarles en un local comercial, otro factor puede ser la carencia de recursos para alquilar un local.

La multiplicidad de lugares de trabajo se puede evidenciar también en el hogar en la tabla numero () se estableció que el 76% de las encuestadas venden en su hogar por lo que destinan la sala, el comedor, el cuarto para recibir potenciales compradores, los datos se resumen en la siguiente tabla

Tabla 17: Lugares en los que vende al interior de la casa

Lugares	Porcentaje
SALA	84%
COMEDOR	24%
ALCOBA	32%
GARAJE	2%
OTRO	4%

Según estos datos se puede decir que la mayoría de las vendedoras utilizan la sala como un lugar de ventas, puede ser común que la misma se encuentre llena de cajas de pedidos, productos para la venta y una multiplicidad de catálogos, algo así como un local en una sala. Llama la atención lugares atípicos para vender como es el comedor y las alcobas, lugares tradicionalmente familiares que han sido invadidos por las ventas por catalogo

Las visitas a los hogares permitieron ver con mayor claridad el uso de los espacios del hogar. Partes de la sala, habitaciones vacías, dormitorios. Para quienes venden pocos productos no parece ser una fuente de conflicto, puesto que se utiliza una parte del hogar y conforme el negocio crece, también lo hacen los espacios que ocupa. En algunos casos encontramos que se desplazan actividades, pero en otros se trata más bien de utilizar los espacios que estaban sin un uso aparente. A lo que debemos sumar el uso de los distintos recursos de la familia, como el teléfono y los servicios. Según esto hay que decir que se utilizan diversos recursos para lograr el éxito del negocio, generando una multiplicidad de lugares de trabajo al interior de la vivienda

5.9.6 Síntoma 6: *El Ocultamiento y Violación del Código de Ética por las Empresas de Venta Directa*

Ahora bien, una de las características de precarización laboral anotadas es el Ocultamiento y violación del código de ética por parte de las empresas de venta directa, frente a esta característica preguntamos si las encuestadas conocían el código de ética de la asociación colombiana de venta directa (Acovedi), el 100% de los encuestados manifestaron que no lo conocían, con ello se respalda la afirmación de que aunque existe unas mínimas garantías para las vendedoras por catalogo, estas son ocultadas convenientemente por las empresas de venta directa.

6. CONCLUSIONES

El análisis de el sistema de ventas por catalogo, es el análisis de una forma de organización del trabajo que para su comprensión exigió una labor investigativa muy ardua, puesto que la bibliografía que trata sobre este tipo de actividad como forma precarizada del trabajo, es escasa, por no decir nula. En este entendido, fue necesario un trabajo innovador y creador de doctrina, sobre el tema, en nuestro departamento, y en nuestro país, para ilustrar a todos aquellos, que quieran ahondar sobre esta problemática.

El sistema de ventas por catalogo, se caracteriza por que es una forma de mercadeo que se centra en el contacto directo del vendedor con el consumidor, esto se logra a través de un catalogo proveído por la empresa de venta directa. En este orden de ideas, se puede decir que vender por catalogo implica la participación de tres protagonistas o actores, las empresas, el catalogo de ventas, y el trabajador, esto dota a esta labor de unas características que la hacen única e inconfundible.

Aunque las empresas de venta directa son muy comunes en nuestro medio, representan características que las suponen como un objeto de estudio muy complejo. Son organizaciones que rompen con el modelo tradicional de empresa y de trabajo; es decir aquellas donde se labora en un espacio determinado, con una jornada y salario definidos de manera específica.

Las empresas de venta directa han desarrollado formas de organización del trabajo, en el que acuden a la implantación de un componente subjetivo que crea identidad de los trabajadores con la empresa, de esta manera se garantiza formas de control exitosas de los empleados, esta forma de organización hace énfasis en un alto grado de flexibilidad en diversos sentidos los cuales que se ajustan a la perfección a las necesidades que determinan algunos perfiles laborales de las mujeres.

A pesar que el trabajador de venta directa es la base del sistema de ventas por catalogo, las empresas de venta directa acuden a una serie de subterfugios lingüísticos, e implantación de ideas acerca de que su labor es considerada como independiente, lo que remite al hecho de que no los ampara algún tipo de relación laboral. Es decir, formalmente no son empleadas de la empresa aunque tienen compromisos con ella.

A partir de 1989, con la implantación de un plan de ajuste y apertura de la economía conocido como el *Consenso de Washington*, se cambio el rol interventor y benefactor del estado, por un nuevo concepto de Estado el cual debía adaptarse a procesos *globalización, privatización y desregulación*, estas situaciones fueron los principales factores para que en varios países incluido Colombia, se hayan implantado procesos de reestructuración y flexibilización de

las relaciones laborales, fomentando el crecimiento del trabajo por tiempo determinado, y particularmente del trabajo temporal. Ésta es, sin duda, la característica principal que determina y explica los procesos de precarización del empleo.

Tradicionalmente se había asociado el concepto de empleo precario con la temporalidad o eventualidad del empleo, sin embargo esta investigación plantea que el término es mucho más amplio y se concreta en cuatro dimensiones: i) *incertidumbre sobre la continuidad de la relación laboral*, propia de los empleos temporales, el trabajo clandestino, los falsos autónomos y los empleos frágiles, ii) *el desmejoramiento de la situación de trabajo* referida a las condiciones de trabajo y a su control por los trabajadores y trabajadoras, y iii) *la insuficiencia y incertidumbre de los ingresos salariales y la reducción de la protección social*.

El análisis de la precarización del trabajo femenino en las ventas por catálogo, parte de una aproximación acerca de la relación que ha existido y existe entre la mujer y el empleo, en este punto hay que decir que desde la división sexual del trabajo, a la mujer se le ha discriminado y se le ha colocado en inferioridad respecto al hombre, en el ámbito laboral se le ha subvalorado, y desmejorado, ejemplos de esto se pueden encontrar en el poco valor que la sociedad le otorga al trabajo doméstico que realizan las mujeres, en que la diferencia de salarios entre hombres y mujeres, aunque realicen una misma actividad y tengan igual preparación. Lo anterior permite deducir que estamos frente a una situación que denota una evidente inequidad que no tiene un sustento convincente, y solo puede explicarse en una discriminación hacia el mercado de trabajo femenino. Actualmente aunque haya evidencias de que el mundo del trabajo se haya feminizado, esto no implica que se garantice mejores condiciones laborales con perspectiva de género, por el contrario se ha profundizado una *precarización social* y un mayor grado de explotación del trabajo femenino.

La venta directa es una labor en la que predomina la participación de la mujer, esta incursión de las mujeres en las ventas por catálogo, se explica en mayor medida por que las empresas de venta directa en el proceso de reclutamiento venden a la fuerza de trabajo el concepto de *flexibilidad, independencia, y necesidad*. el concepto de *flexibilidad* es aplicado a los horarios, y a los lugares de trabajo situación muy atractiva para las mujeres puesto que en teoría las mujeres pueden dedicarle el tiempo que quieran a las ventas, por lo que pueden realizarlo paralelamente a otra labor doméstica o extra doméstica, es decir no tienen un lugar de trabajo único como las empresas tradicionales, de esta manera no descuidan a su familia y pueden percibir ingresos adicionales con esta labor. Respecto a la *independencia*, esta labor es mostrada con muchas ventajas respecto a que es la única que permite ser su propio jefe, y convertir a las mujeres en empresarias, se muestra a estos conceptos como verdaderas alternativas de vida de aquellas personas que han sido desplazados por los mercados laborales tradicionales, puesto que en teoría les brinda la posibilidad de ser mujeres de

éxito. En tanto a la necesidad hay que afirmar que en aquellos países del tercer mundo donde son cada vez más escasas las fuentes asalariadas y tradicionales de empleo, las ventas por catálogo se convierten en un generador de ingresos únicos y por lo tanto una forma de subsistencia.

La venta directa es una actividad que se ha disparado en los últimos dieciocho años, lo cual tal y como se mostro en esta investigación coincide con la aplicación de las nuevas políticas del mercado, formuladas en el consenso de Washington, de igual manera las estadísticas son claras en mostrar que esta actividad vincula a millones de personas en el mundo de las cuales la gran mayoría son mujeres.

Al aplicar las cuatro dimensiones de precariedad laboral, a las ventas por catálogo, esta investigación encontró seis elementos que le dan la connotación de precaria a esta actividad, estos elementos son: *La Negación de la relación laboral de las empresas de venta directa, con la "Fuerza de Ventas", la Ausencia De Prestaciones Sociales, la prohibición no expresa de adquirir nuevos empleos, la Confusión del tiempo de trabajo con el resto de la vida diaria, el ocultamiento y violación del código de ética por parte de las empresas de venta directa, y la Nueva conformación de los espacios de trabajo*, todos ellos fueron explicados a profundidad y desvirtuaron las ideas preconcebidas e iniciales de lo que representan las ventas por catálogo, ya que se evidencio que esta actividad no ofrece la flexibilidad de horarios pregonada en las campañas de reclutamiento, tampoco dota de independencia a quienes se dedican a ella, ni mucho menos es una generadora importante de ingresos, puesto que lo percibido apenas alcanza para poder subsistir. De igual manera se colocaron de manifiesto una serie de abusos de las empresas de venta directa, los cuales están amparados en la poca protección que tienen las trabajadoras de venta directa, abusos como la prohibición no expresa de adquirir nuevos empleos, la vinculación laboral temprana de hijos menores a esta actividad, la discordancia entre lo que se ofrece por comisiones y lo realmente recibido, debido a descuentos injustificados y gastos a cargo de las vendedoras, y por ultimo el ocultamiento de las pocas garantías que tienen las mujeres como vendedoras.

Ante la precariedad del empleo al que se ven sometidas las mujeres que se dedican a las ventas por catálogo, esta investigación fue innovadora y analizo las posibilidades de creación de un régimen laboral que les ampare, un acercamiento legal, doctrinal y jurisprudencial mostro que las características tradicionales para demostrar la existencia de relaciones laborales en Colombia era insuficiente, por lo que, fue necesario acudir a pronunciamientos internacionales de la OIT como la recomendación 198 de 2006, la cual amplia y modifica los tres indicadores tradicionales para verificar si se esta en presencia de una relación laboral.

Siguiendo los lineamientos de la recomendación 198 de 2006, fue posible la creación del proyecto de ley del régimen de trabajadoras de venta directa, con propuestas novedosas como la ampliación del concepto de presunción laboral, de

igual manera la implantación de un salario básico independiente de las ventas generadas por las trabajadoras, el cual será fijado por la comisión Paritaria Nacional de trabajadores de venta directa, y para garantizar que estos salarios sean cancelados a los trabajadores, se creo Fondo De Solidaridad Empresarial De Venta Directa.

En materia de derecho colectivo se garantizo el derecho de asociación sindical y negociación colectiva a las trabajadoras de venta directa, destruyendo los impedimentos generados por la flexibilidad implantada por las empresas de venta directa, creando el SINDICATO DE TRABAJADORES COLOMBIANOS DE VENTA DIRECTA SINTRACOVEDI, un sindicato gremial que agrupara a las mujeres que se dedican a las ventas por catalogo. En materia de seguridad social al lograr determinar a través del proyecto de ley de trabajadores de venta directa, que esta colectividad esta amparada por una relación laboral, se pudo incluirles en el sistema de seguridad social en salud y pensiones, también se realizo una breve referencia a los riesgos profesionales a los que pueden estar expuestos los trabajadores de venta directa.

En el aspecto del mercado de trabajo en Túquerres, se ha hecho especial hincapié en los problemas de desempleo que presenta la zona y con un mercado laboral deprimido, con pocas expectativas de crecimiento en los sectores industriales; donde el sector servicios es el más dinámico, mismo que incluye la educación, y el comercio como fuentes de empleo primordiales.

Túquerres es una ciudad con pocas posibilidades de empleo formal, y, por lo tanto, resulta ser un buen caldo de cultivo para que las personas que no encuentran acomodo en el empleo formal se integren a este tipo de empresas. De tal manera que estas empresas se convierten en alternativas para los miles de desplazados del mercado laboral, particularmente para aquellos que históricamente ya sea por razones etéreas, de género o de calificación que han visto reducidas sus alternativas laborales.

7. RECOMENDACIONES

La recomendación principal esta orientada al Estado Colombiano, legitimador de procesos de precarización del trabajo, para que a futuro adopte políticas progresistas que amplíen la protección laboral de los colectivos laborales que por problemas de legislación o ambigüedades, se encuentran inmersos en un limbo laboral, de esta manera es posible generar verdaderos procesos de cambio e inclusión social. para llevar a cabo esta tarea no existen pretextos por que las normas internacionales del trabajo han fijado las pautas para poder alcanzar el ideal de “Trabajo decente”

BIBLIOGRAFIA

- AQUEVEDO, Eduardo. Reestructuración, Flexibilidad Y Trabajo En América Latina En: Papeles De Población No. 26. CIEAP/UAEM. Buenos Aires, 2000
- AHUMADA, Consuelo. El Modelo Neoliberal y Su Impacto en La Economía Colombiana. Ancora Ediciones. Bogotá D.C., 1999
- Asociación Colombiana de Venta Directa [En línea]. www.acovedi.com.co
- BELTRAN PUCHE. Amparo, SANCHEZ NEIRA. Luis Orlando. Las Relaciones Laborales virtuales: El Teletrabajo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2002
- BUSO Mariana, Los trabajadores informales y sus formas de organización colectiva, Buenos Aires Argentina. 2004 p 45
- Constitución Política de 1991.
- ley 1221 de 2008 “Ley Teletrabajo”
- Corte Constitucional sentencia C -397/06. M.P Dr. Alejandro Martínez Caballero
- Corte Constitucional sentencia T – 441 de 1994
- Corte Constitucional sentencia C 710/1996 MP Carlos Gaviria Díaz
- De La O María Eugenia, las mujeres frente a la flexibilidad: una reflexión ausente en la sociología del trabajo en México, citado por DIAZ Octavio Maza, las ventas multinivel análisis de las formas de trabajo asociadas. Publicado por UAA, 2006
- DELGADO VELASCO, Luis Alberto. Túquerres Tierra Gestora de Libertad. Túquerres Nariño. Impresos Nobel
- DIAZ CORTEZ Octavio Maza - Las Ventas Multinivel Análisis De Las Formas De Trabajo Asociadas, México, Editorial UAA, Año 2006
- Enciclopedia Mundial del Deporte. Madrid, España. 2006.
- FERREIRA, María Teresa La Precarización del trabajo en la ciudad como una de las nuevas formas de empobrecimiento en Colombia, Bucaramanga: Universidad Industrial de Santander. Facultad de Ciencias Humanas, Escuela de Economía y Administración, 2005
- GOYES MORENO, Isabel, HIDALGO OVIDEDO, Mónica “PRINCIPIOS DEL DERECHO LABORAL: LINEAS JURISPRUDENCIALES”, San Juan de Pasto, ediciones UNARIÑO, 2006, p 121.
- GUTIÉRREZ José. LA REFORMA LABORAL NO GARANTIZA EL EMPLEO: PREVALECE EL SIMPLISMO. En: Semestre Económico No.11. U. de Medellín. 2003. y NÚÑEZ, Jairo. ÉXITOS Y FRACASOS DE LA REFORMA LABORAL EN COLOMBIA. Documento Cede 2005-43 Issn 1657-7191 (Edición Electrónica) Julio de 2005
- Gerencie.com [En línea]. Disponible en www.enj.org

- GUZMÁN Gonzalo. CARABALÍ Ricardo. CASTELLANOS Alejandro."Análisis Jurisprudencial de la Corte Constitucional - Derecho Laboral Colectivo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2007
- HIRATA, H., "Flexibilidade, Trabalho e Gênero", citada por - Nogueira Mazzei Claudia - El trabajo femenino y las desigualdades en el mundo productivo - Revista Margem Esquerda editada por Editorial Boitempo - SP – Brasil
- Modulo de inducción - ventas AVON
- Ministerio de la Igualdad de España [En línea] www.migualdad.es
- MIXMAIL [En línea]. www.cursosgratisdemixmail
- MÜCKEMBERG. U. Hacia Una Nueva Definición De La Relación Del Empleo Relación En: International Labour Review, vol. 135, núm. 6, pág. 683-695
- NARAYAN, Deepa y PETESCH, Patti. Voices Of The Poor: From Many Lands. Banco Mundial; Washington, D.C.: 2002
- OIT, Panorama Laboral de América Latina, Lima, OIT-Oficina Regional, 1999
- ARRIAGA Irma, Realidades y Mitos del Trabajo Femenino Urbano en América Latina
- Nogueira Mazzei Claudia - El trabajo femenino y las desigualdades en el mundo productivo - Revista Margem Esquerda editada por Editorial Boitempo - SP - Brasil
- OIT –Recomendación 198 sobre la Relación del Trabajo. Disponible en internet <http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/convds.pl?R198#Link>
- ONGALLO Carlos - El Libro de La Venta Directa, Pag 39, Editorial Díaz de Santos, 2007, Madrid España
- Padilla. Antonio. Teletrabajo dirección y organización. Editorial Ra- Ma, 1998. P 95, citado por BELTRAN PUCHE. Amparo, SANCHEZ NEIRA. Luis Orlando. Las Relaciones Laborales virtuales: El Teletrabajo. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Jurídicas. Bogotá 2002
- PANORAMA LABORAL '2002. OIT Informa. Lima, 2002. Disponible en internet <www.oit.org>
- PLÁ JULIÁN. Isabel, BANYULS LLOPIS. Joseph, CANO CANO. Ernest, MARTÍ GUAL. Ana, PITXER I CAMPOS. Joseph Vicent, POVEDA ROSA. María Manuela, SÁNCHEZ VELASCO. Amat, VENTURA FRANCH. Asunción, y Bartual García Mayte. Informalidad Del Empleo Y Precariedad Laboral De Las Empleadas De Hogar
- PEROZZO GARCÍA, Enrique. El Derecho Deportivo en Colombia. Fondo Editorial Legis. Colección Taller y Foro. Bogotá. 1989
- REFORMA LABORAL En: Presidencia de la República y DNP: La Revolución Pacífica: Modernización y Apertura de la Economía. Vol 1. 1991
- Régimen laboral colombiano, Legis 2006

- RESTREPO, Darío. DESCENTRALIZACIÓN Y NEOLIBERALISMO: UN BALANCE DEL PROCESO. Fondo Ed. CEIR. Santa Fé de Bogotá. 1992
- RODRIK, Dani. *¿por qué hay tanta inseguridad económica en América Latina?* En: Revista de la CEPAL No. 72. Santiago de Chile, 2000
- SUÁREZ, María, ADRIANI Héctor, y ALVARIZ Ariel. Principales Características de la Precarización Laboral, disponible en internet <www.aset.org.ar>
- The World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) [En línea]. www.wfdsa.org
- TOKMAN, Víctor. La estratificación social bajo tensión en la era de la globalización. En: Revista de la CEPAL No. 72. Santiago de Chile, 2000
- WELLER, Jurgen. Tendencias Del Empleo En Los Años Noventa En América Latina Y El Caribe En: Revista de la CEPAL No. 72. Santiago de Chile, 2000
- ZERDA Sarmiento, Álvaro. EFECTOS DE LA LEGISLACIÓN LABORAL COLOMBIANA SOBRE ALGUNOS ASPECTOS DEL EMPLEO. Organización Internacional del Trabajo OIT. Perú, 2003

ANEXOS

Anexo A CARTILLA DE RECLUTAMIENTO DE ESIKA

DILE SÍ A ÉSIKA



Y RECIBE CON TU SEGUNDO PEDIDO*
GRATIS
Xiana de 50 ml, una de las fragancias ganadoras de Esika.

Llámanos
01-8000-9 ESIKA
(01-8000-937452 En todo el país)
y desde Bogotá al **5948060**

Si quieres saber más sobre el mundo Esika
(Comunicate conmigo!)

Blanca
3114775658

ESIKA
¿Quién quieres ser hoy?
www.somosesika.net



TEN TU PROPIO negocio...



¡ÚNETE A ÉSIKA!

ESIKA

Una compañía especializada en maquillaje de moda que te conduce a un mundo de alegría y color. Esika cuenta con el respaldo de Belcorp, una corporación de belleza con presencia en 15 países.

Únete a nosotros y conoce el atractivo Catálogo Esika, será tu mejor herramienta y puerta de entrada para tener clientes y ser exitosa en tu negocio.



ESIKA TE OFRECE

grandes ventajas



- **TEN TU NEGOCIO Y GANA HASTA 40%** maneja tus horarios y organízate tú misma. ¡Sé tu propia jefa!



- **GANA FANTÁSTICOS PREMIOS Y VE RECONOCIDO TU ESFUERZO** en concursos que recompensan tu constancia.
- **APRENDE CON NOSOTROS** todo sobre maquillaje y cómo llevar adelante tu negocio y disfrutar del mundo Esika.
- **CONOCE NUEVAS AMIGAS**, mujeres como tú que compartirán interesantes experiencias con Esika.




Anexo B CIRCULO DE ESTRELLAS AVON



Círculo de Estrellas
AVON

Elige una estrella y lucha por alcanzarla
Programa válido desde Campaña 4 de 2009
hasta Campaña 3 de 2010.

Si acumulas 35.000 puntos, valor folleto, puedes elegir

Combo 1



Nevera HACEB + Lavadora HACEB + Estufa HACEB + Horno Microondas HACEB

· Capacidad 245 litros
· No frost

· Capacidad 30 libras
· Sistema digital

Sistema completo de gas
Con encendido
Horno a gas con gratinador

· 1,1 pies
· Menú en español

NO es canjeable por efectivo

Pídelo con la referencia 00134-8

AVON

Anexo C CÓDIGO MODELO DE ÉTICA DE LA WFDSA

Prefacio

Este Código contiene asesoramiento sobre las relaciones entre:

- Compañías de Venta Directa y sus actuales y posibles representantes de Venta Directa;
- Compañías de Venta Directa y sus representantes de ventas y consumidores de los productos de la compañía;
- Compañías miembros tal como ellas compiten en el mercado; y
- Demandantes individuales; el Administrador de Código y Compañías miembros de la Asociación de Venta Directa.

1. GENERALIDADES

1.1 ÁMBITO

El Código contiene las secciones tituladas: “Conducta para la protección de los Consumidores,” “Conducta entre Compañías y Vendedores Directos” y “Conducta entre Compañías.” Estas tres secciones tratan de las interacciones que surgen a través de la compleja variedad de las ventas directas. El Código está diseñado para contribuir a la satisfacción y protección de los Consumidores; promover la justa competencia dentro del marco de la libre empresa e incrementar la imagen pública de la Venta Directa.

1.2 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Para los propósitos del Código. Los epígrafes en mayúscula y en “negritas,” tienen el significado siguiente:

ADMINISTRADOR DE CÓDIGO: La persona independiente u organismo designado por la Asociación de Venta Directa para que actúe como Monitor o Árbitro sobre el cumplimiento de una Compañía con el Código y para que resuelva las quejas a tenor del Código.

COMPAÑÍA: Una entidad de negocio que 1. Utiliza un sistema de distribución de venta directa en el mercadeo de sus productos, y 2. Es miembro de la Asociación de Venta Directa.

CONSUMIDOR: Cualquier persona que compre y consuma productos de un Vendedor Directo o Compañía.

VENDEDOR DIRECTO: Una persona o entidad que tiene derecho a comprar y/o vender los productos de una Compañía y que puede tener derecho a reclutar otros

Vendedores Directos. Los Vendedores Directos generalmente mercan los productos directamente a Consumidores sin que tengan un local establecido y permanente de ventas al por menor, usualmente la operación se realiza a través de la explicación y demostración de productos y servicios. Un Vendedor Directo puede ser un agente comercial independiente, un contratista independiente, un negociante independiente o un distribuidor, o representante autoempleado o cualquier otro representante de ventas semejantes de una Compañía.

ORDEN DE PEDIDO: Documento escrito o impreso confirmando detalles de una orden del Consumidor que sirve como recibo de venta al Consumidor. En el caso de compras por Internet, una orden que contenga todos los términos de la oferta y compra en formato impreso o accesible en Internet.

PRODUCTO: Tangibles e intangibles bienes de consumo y servicios.

RECLUTAMIENTO: Cualquier actividad que conduzca al fin de asistir a una persona a hacerse Vendedor Directo.

1.3 COMPAÑÍAS

Las Compañías se comprometen a adoptar y aplicar un Código de Conducta que incorpore la sustancia de las disposiciones de este Código como una condición de admisión y membresía en la Asociación de Venta Directa. Las Compañías también se comprometen a difundir este Código, sus términos generales como son aplicados a Consumidores y Vendedores Directos y a difundir información sobre el lugar en que Consumidores y Vendedores Directos puedan obtener una copia de este Código.

1.4 VENEDORES DIRECTOS

Los Vendedores Directos no están sujetos directamente a este Código, pero, como una condición de membresía en el sistema de distribución de la Compañía, se requerirá por parte de la Compañía con quienes ellos están afiliados, adherirse a las reglas de conducta que se ajusten a las normas de este Código.

1.5 AUTORREGULACIÓN

Este Código no es jurídico; pero sus normas y obligaciones requieren de Compañías y Vendedores Directos un nivel de conducta ética acorde con las exigencias legales aplicables o que aún las excedan. La no observancia de este Código no creará ninguna responsabilidad civil ni de otra índole legal.

Con la terminación de su membresía en la Asociación de Venta Directa, una Compañía no estará ya más sujeta por este Código. Sin embargo, sus

disposiciones permanecen aplicables a los eventos o transacciones que ocurrieron durante el tiempo en que una Compañía era miembro de la Asociación de Venta Directa.

1.6 REGULACIONES LOCALES

Las Compañías y Vendedores Directos tienen que cumplir con todos los requisitos de ley en cualquier país donde tengan negocio. Por lo tanto, este Código no vuelve a exponer ni repetir todas las obligaciones legales; el cumplimiento por Compañías y Vendedores Directos de las leyes que se relacionan con la Venta Directa es una condición de aceptación o continuación de membresía en la Asociación de Venta Directa.

1.7 EFECTO EXTRATERRITORIAL

Cada Asociación de Venta Directa nacional se compromete a exigir de todos sus miembros como condición de admisión y continuación de membresía en la Asociación de Venta Directa, que cumplan con los Códigos de Conducta para Ventas Directas de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa en lo que concierne a las actividades de Venta Directa fuera del país de origen, a menos que aquellas actividades estuviesen bajo la jurisdicción de los Códigos de Conducta de otra Asociación de Venta Directa de otro país al cual ese miembro también pertenezca.

2. CONDUCTA PARA LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES

2.1 PRÁCTICAS PROHIBIDAS

Los Vendedores Directos no usarán prácticas injustas, engañosas ni torticeras.

2.2 IDENTIFICACIÓN

Al inicio de una presentación de ventas, los Vendedores Directos, sin que se lo pidan, se identificarán, veraz y claramente y, además, identificarán la identidad de su Compañía, la naturaleza de sus Productos y el propósito de su solicitud al probable Consumidor.

2.3 EXPLICACIÓN Y DEMOSTRACIÓN

Los Vendedores Directos les darán a los Consumidores acuciosas y completas explicaciones del Producto en lo que atañe al precio y si fuese aplicable, a los términos de crédito; términos de pago; un período de reflexión o cautela,

incluyendo la política de devolución; términos de la garantía; servicio posterior a las ventas y fechas de envíos. Los Vendedores Directos darán acuciosas y claras respuestas a todas las preguntas de los Consumidores. Sobre la extensión o cobertura de las reclamaciones que pudieran hacerse con respecto a la eficacia del Producto, los Vendedores Directos darán verbalmente o por escrito sólo aquéllas que estén autorizadas por la Compañía.

2.4 ORDEN DE PEDIDO

Una orden escrita de pedido se le enviará o estará disponible al Consumidor al momento o antes de la fecha inicial. En el caso de una venta hecha por correo, teléfono o Internet u otra manera semejante que no fuese cara a cara, una copia de la Orden de Pedido, se le proveerá previamente, o será incluida en la orden inicial, o le será provista en forma impresa o en formato accesible vía Internet. La Orden de Pedido identificará a la Compañía y al Vendedor Directo y contendrá el nombre completo, dirección permanente y número de teléfono de la Compañía o del Vendedor Directo y todos los términos pertinentes con respecto a la Venta. Los términos de un garante o una garantía; detalles y limitación del servicio posterior a la venta; el nombre y dirección del garante; la duración de la garantía; y los remedios u opciones que tenga el Consumidor para efectuar su reclamación deben ser claramente expuestos en la Orden de Pedido u otra literatura acompañada con la entrega del Producto. Todos los términos serán claros y legibles.

2.5 LITERATURA

La literatura promocional, anuncios y correspondencia no contendrán descripciones del Producto, reclamaciones, fotos o ilustraciones que sean torticeras o engañosas. La literatura promocional contendrá nombre y dirección o número de teléfono de la Compañía y puede incluir el número de teléfono del Vendedor Directo.

2.6 TESTIMONIOS

Las Compañías y los Vendedores Directos no usarán ningún testimonio o respaldo que no esté autorizado, que sea falso, obsoleto o de cualquier manera inaplicable, no relacionado con la oferta o uso de cualquier forma para engañar al Consumidor.

2.7 COMPARACIÓN Y DENIGRACIÓN

Las Compañías y los Vendedores Directos no usarán comparaciones engañosas ni torticeras. Los puntos de comparación serán basados en hechos que puedan ser sustanciados o comprobados. Las Compañías y los Vendedores Directos no denigrarán injustamente a ninguna Compañía, negocio o Producto, directamente o por implicación.

Las Compañías y los Vendedores Directos no se aprovecharán injustamente de la buena reputación vinculada al nombre comercial de otra Compañía, negocio o Producto.

2.8 PERÍODO DE CAUTELA O REFLEXIÓN Y DEVOLUCIÓN DE MERCANCÍA

Sea o no un requisito legal, las Compañías y los Vendedores Directos ofrecerán un período de cautela o reflexión que le permita al Consumidor retirar la orden dentro de un razonable período de tiempo sin explicar motivos. El período de cautela o reflexión será claramente establecido. Las Compañías y los Vendedores Directos ofrecerán el derecho de devolución, bien sea condicionado a ciertos eventos o bien no lo sea; pero siempre se proveerá por escrito.

2.9 RESPETO A LA PRIVACIDAD

Los Vendedores Directos harán contacto personal o telefónico con los Consumidores solamente de manera razonable y durante horas también razonables para evitar molestias o intromisiones. Un Vendedor Directo discontinuará inmediatamente una demostración o presentación de ventas tan pronto lo solicite el Consumidor. Los Vendedores Directos y Compañías tomarán los pasos apropiados para asegurar la protección de toda información privada proporcionada por un Consumidor, por un Consumidor Potencial o por un Vendedor Directo.

2.10 HONESTIDAD

Los Vendedores Directos respetarán la falta de experiencia comercial de los Consumidores. Los Vendedores Directos no abusarán de la confianza de los Consumidores individuales ni explotarán la edad, enfermedad, incompreensión o falta de familiaridad con el idioma de dichos Consumidores.

2.11 VENTAS DE REFERENCIA

Las Compañías y los Vendedores Directos no inducirán a una persona a que compre mercancías o servicios basados en el supuesto de que el Consumidor

pueda reducir o recuperar el precio de la compra al referir o recomendar potenciales clientes a los Vendedores Directos por compras semejantes, si tales reducciones o recuperaciones son contingentes a la ocurrencia de un futuro evento.

2.12 ENTREGA

Las Compañías y los Vendedores Directos cumplirán las órdenes de pedidos oportuna y eficientemente.

3. CONDUCTA HACIA LOS VENDEDORES DIRECTOS

3.1 CUMPLIMIENTO DE LOS VENDEDORES DIRECTOS

Las Compañías requerirán de sus Vendedores Directos, como una condición de la membresía en el sistema de distribución de la Compañía, que cumplan con las normas de este Código.

3.2 RECLUTAMIENTO

Las Compañías no usarán prácticas engañosas, torticeras ni injustas en sus interacciones con potenciales o existentes Vendedores Directos.

3.3 INFORMACIÓN DE NEGOCIO

La información provista por las Compañías a sus potenciales o existentes Vendedores Directos concerniente a la oportunidad y relacionados derechos y obligaciones, será acuciosa y completa. Las Compañías no harán ningún ofrecimiento u oferta a un potencial Vendedor Directo que no pueda verificarse ni hacer cualquier promesa que no pueda cumplirse. Las Compañías no presentarán las ventajas de la oportunidad de venta a ningún reclutado potencial de una manera falsa o engañosa

3.4 REMUNERACIÓN Y CUENTAS

Las Compañías proveerán a los Vendedores Directos con estados de cuenta periódicos concernientes, cuando sean aplicables, a ventas, compras, detalles de ganancias, comisiones, bonos, descuentos, repartos, cancelaciones y otros datos (data) relevantes, en concordancia con los arreglos existentes entre las Compañías y sus Vendedores Directos. Toda remuneración debida será pagada y cualesquiera descuentos o deducciones serán hechos de manera razonable y conforme a las prácticas comerciales.

3.5 DECLARACIÓN DE GANANCIAS

Las Compañías y los Vendedores Directos no desnaturalizarán ni exagerarán las ventas de sus actuales o potenciales Vendedores Directos. Cualesquiera declaraciones de ganancias o ventas serán basadas en hechos documentados.

3.6 RELACIONES ENTRE COMPAÑÍAS Y VENDEDORES DIRECTOS

Las Compañías proveerán a sus Vendedores Directos con un acuerdo escrito firmado por la Compañía y el Vendedor Directo, bien con una declaración escrita que contenga todos los datos esenciales de la relación entre el Vendedor Directo y la Compañía. Las Compañías informarán a sus Vendedores Directos de sus obligaciones legales, incluyendo cualesquiera licencias, matrículas e impuestos aplicables.

3.7 CUOTAS

Las Compañías y Vendedores Directos no requerirán de los Vendedores Directos o probables Vendedores Directos altas cuotas de entrada que no sean razonables, cuotas de entrenamiento, cuotas de franquicias, cuotas para materiales promocionales u otras cuotas relacionadas solamente con el derecho a participar en el sistema de distribución de la Compañía. Cualesquiera cuotas cargadas para ser Vendedor Directo se relacionará directamente al valor de materiales, productos o servicios proveídos.

3.8 TERMINACIÓN

Si se solicita a la terminación de la relación del Vendedor Directo con una Compañía, las Compañías comprarán cualquier Producto no vendido, Producto vendible de inventario, material promocional y útiles de aprendizaje que fueron comprados durante los últimos doce meses y reembolsarán el importe original al Vendedor Directo, descontando un cargo administrativo al Vendedor Directo de hasta el 10% del precio neto de la compra. La Compañía también puede deducir el costo de cualquier beneficio recibido por el Vendedor Directo basado en la compra original de las mercancías devueltas.

3.9 INVENTARIO

Las Compañías no requerirán ni estimularán a los Vendedores Directos a que compren grandes cantidades no razonables de Productos de inventario. Las Compañías tomarán medidas adecuadas para asegurar que los Vendedores Directos que estén recibiendo compensación por el volumen total de las ventas realizadas o "Ventas Múltiples" o "Ventas Multinivel" llamadas en inglés **downline**, no estén consumiendo o revendiendo los Productos que ellos compren para calificar y poder recibir compensación.

3.10 OTROS MATERIALES

Las Compañías prohibirán a los Vendedores Directos que comercien o requieran la compra, por parte de otros, de cualquier material que sea inconsistente o contradictorio a las políticas o procedimientos de la Compañía. Los Vendedores Directos que vendan aprobada literatura promocional o de entrenamiento, bien sea de cubierta dura o de forma electrónica: 1.- Utilizarán solamente materiales que cumplan con las mismas normas de la Compañía a la que se adhieran. 2.- Se abstendrán de exigir a sus vendedores la compra de útiles de aprendizaje como un requisito de incorporación al llamado **downline**. 3.1 Proveerán estos útiles de aprendizaje a precio justo y razonable, equivalente al material semejante que esté disponible en el mercado; y 4.- Ofrecerán una política escrita de devolución que sea la misma política de devolución de la Compañía que los Vendedores Directos representan. Las Compañías tomarán diligentes y razonables medidas para asegurar que los útiles de aprendizaje producidos por los Vendedores Directos, cumplan con las provisiones de este Código y que no sean torticeros ni engañosos.

3.11 ENTRENAMIENTO DEL VENDEDOR DIRECTO

Las Compañías proveerán adecuado entrenamiento que permita al Vendedor Directo laborar éticamente.

4. CONDUCTA ENTRE COMPAÑÍAS

4.1 INTERACCIÓN

Las Compañías miembros de la Asociación de Venta Directa conducirán sus actividades con el espíritu de competencia justa hacia otros miembros.

4.2 SOLICITACIÓN

Las Compañías y los Vendedores Directos no tratarán sistemáticamente de solicitar, seducir o reclutar los Vendedores Directos de otras Compañías.

4.3 DENIGRACIÓN

Las Compañías no denigrarán injustamente ni permitirán que sus Vendedores Directos denigren injustamente los Productos de otra Compañía, sus ventas y Plan de Mercadeo o cualquier otro aspecto de otra Compañía.

5. CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO

5.1 RESPONSABILIDADES DE LAS COMPAÑÍAS

La responsabilidad primaria para el cumplimiento de este Código por las Compañías y sus Vendedores Directos le corresponderá a cada Compañía. En caso de cualquier infracción de este Código, las Compañías realizarán todos los esfuerzos razonables para satisfacer al reclamante.

5.2 ADMINISTRADOR DE CÓDIGO

La Asociación de Venta Directa nombrará una persona independiente u organismo como Administrador de Código. El Administrador de Código actuará como Monitor o Árbitro cuidando que las Compañías observen este Código y tomando las medidas apropiadas para ese fin y será responsable de establecer las reglas que regulen el proceso de quejas hasta su resolución. El Administrador de Código resolverá cualesquiera quejas no resueltas de los Consumidores basadas en infracciones de este Código.

5.3 REMEDIOS

El Administrador de Código puede requerir la cancelación de órdenes, devolución de Productos comprados, reembolso de pagos u otras acciones apropiadas, incluyendo advertencias a los Vendedores Directos o Compañías, cancelación o terminación de contratos de Vendedores Directos u otras relaciones con la Compañía.

5.4 PROCESO DE QUEJAS

La Asociación de Venta Directa y el Administrador de Código establecerán, difundirán y ejecutarán los procedimientos para tramitar quejas y asegurar una pronta resolución de toda queja. Las Compañías también establecerán, publicarán y ejecutarán los procedimientos para tramitar quejas bajo sus propios procedimientos de quejas a fin de asegurar una pronta resolución de toda queja o reclamación.

5.5 PUBLICACIÓN

Todas las Compañías serán requeridas a difundir el Código de Ética de la Asociación de Venta Directa a sus Vendedores Directos y Consumidores.

Anexo D CODIGO DE ETICA ASOCIACION COLOMBIANA DE VENTA DIRECTA (ACOVEDI)

CAPITULO I

GENERALIDADES

ARTICULO PRIMERO. ALCANCE. La Asociación Colombiana de Venta Directa adopta el presente Código de Etica, como una medida de regulación que contiene normas de conducta ética para compañías de venta directa que hacen parte de dicha Asociación, como miembros Fundadores, y para todas aquellas compañías que con posterioridad sean admitidas como miembros adherentes, quienes se comprometen a acatar sus disposiciones, como condición de admisión a la Asociación y para continuar como miembro de esta.

ARTICULO SEGUNDO. OBJETIVOS. El presente Código de Ética de la Asociación Colombiana de Venta Directa tiene como objetivo principal la adopción de unas normas generales para reglamentar las relaciones entre las compañías de venta directa, entre sus Vendedores y hacia los Consumidores, así como para lograr la calidad de los productos, la satisfacción y la protección de dichos consumidores, la promoción y el mejoramiento de la imagen pública del sistema de Venta Directa, dentro de un ambiente de libertad empresarial, sin competencia desleal y la representación ética de la oportunidad de utilidades de la industria de la Venta Directa.

ARTICULO TERCERO. DEFINICIONES. Para los efectos del presente código, los términos aquí utilizados tendrán el siguiente significado:

WFDSA: Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa

ACOVEDI: Asociación Colombiana de Venta Directa

FUNDADORES: Personas jurídicas cuyo objeto principal es el desarrollo del sistema de venta directa, que constituyeron la Asociación Colombiana de Venta Directa desde su origen y quienes están obligados a adoptar y cumplir las normas del presente Código de Ética.

ADHERENTES: Personas jurídicas cuyo objeto principal es el desarrollo del sistema de venta directa que se unen a la Asociación Colombiana de Venta Directa con posterioridad a su constitución para permanecer en ella en forma activa y quienes están obligados a cumplir con las normas del presente código de ética.

VENTA DIRECTA: Es la comercialización de bienes de consumo general, directamente a los consumidores, en sus hogares o en los hogares de otros, en su sitio de trabajo, y en otros lugares apartados de los sitios de venta al detal y del comercio en general, realizada usualmente a través de un vendedor directo, mediante la explicación o demostración directa de los productos, con el fin de obtener un pedido que será cobrado y entregado a los consumidores.

VENTA DE GRUPO: Se refiere a la venta por parte de un vendedor directo, a través de la explicación y la demostración de productos a un grupo de posibles consumidores, realizada por lo general en el hogar de un anfitrión que invita a otras personas para este fin.

VENDEDOR DIRECTO: Toda persona natural o jurídica que es miembro o contratista de un sistema de venta de una compañía de Venta Directa, encargado de distribuir u ofrecer al público en general, o a una parte de él, a cambio de un precio, uno o más bienes producidos por él mismo o por terceros, destinados a satisfacer una o mas necesidades de ese público. Este vendedor, que desarrolla la actividad de venta directa, puede ser un proveedor, agente mercantil, un comisionista independiente, un distribuidor independiente, un empleado o tener alguna calidad similar a las anteriores.

COMPañIA DE VENTA DIRECTA: Es una persona jurídica comercial, que utiliza el sistema de Venta Directa para la comercialización y distribución de productos relacionados con su marca comercial o marca de servicio u otro símbolo de identificación comercial.

PRODUCTOR: Toda persona natural o jurídica, que elabore, procese, transforme o utilice uno o más bienes, con el propósito de obtener uno o más productos destinados al consumo público. Los importadores se reputan productores respecto de los bienes que introduzcan al mercado nacional.

PRODUCTOS: Incluye bienes suministrados y servicios prestados por las compañías de venta directa o por sus vendedores directos, ya sean tangibles o intangibles.

CONSUMIDOR: toda persona, natural o jurídica, que contrata la adquisición, utilización o disfrute de un bien o producto, para la satisfacción de una o más necesidades.

PPROPAGANDA COMERCIAL: Todo anuncio que se haga al público o una parte de él, para promover o inducir a la adquisición, utilización, o disfrute de un bien o producto, con o sin indicación de sus calidades, características o usos, a través de cualquier medio de divulgación, tales como radio, televisión, prensa, afiches, pancartas, volantes, vallas, folletos, revistas y en general, todo sistema de publicidad.

IDONEIDAD DE UN BIEN: Su aptitud para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido, así como las condiciones bajo las cuales se debe utilizar en orden a la normal y adecuada satisfacción de la necesidad o necesidades para las cuales está destinado.

CALIDAD DE UN BIEN: El conjunto total de las propiedades, ingredientes o componentes que lo constituyen, determinan, distinguen o individualizan. La calidad incluye la determinación de su nivel o índice de contaminación y de los efectos conocidos que ese nivel de contaminación puede producir.

PEDIDO: Recibo donde se hace un pedido. Puede ser un contrato o una forma impresa y escrita.

INCORPORACION O RECLUTAMIENTO: Cualquier actividad realizada con el fin de inducir a una persona natural o jurídica a convertirse en vendedor directo.

ADMINISTRADOR DEL CODIGO: Es la persona natural o cuerpo independiente de personas, designado por la Junta Directiva de la Asociación Colombiana de Venta Directa para vigilar el cumplimiento diario y continuo del código de ética, por parte de las compañías de venta directa, y para resolver las quejas presentadas de conformidad con el presente código.

CAPITULO II

CONDUCTAS GENERALES DE LAS COMPAÑIAS DE VENTA DIRECTA

ARTICULO CUARTO. Las compañías de venta directa, miembros de Acovedi, deberán asumir, en el ámbito de su actuación, el compromiso de conducirse lícitamente, dentro del marco general de las normas colombianas y de los Códigos Mundiales de Etica de la WFDSA, hacia los Vendedores, entre Vendedores y entre las Compañías de Venta Directa, obrando con justicia, veracidad, responsabilidad, respeto y lealtad hacia las otras empresas asociadas, las diversas autoridades gubernamentales y el consumidor.

ARTICULO QUINTO. Las compañías de venta directa desempeñarán sus funciones dentro de los parámetros de la buena fe comercial y se comprometen a no realizar actos constitutivos de competencia desleal, es decir actos o hechos contrarios a dicha buena fe comercial y al honrado y normal desenvolvimiento de las actividades industriales y comerciales.

PARAGRAFO PRIMERO. Para los efectos de este artículo, constituyen competencia desleal los siguientes hechos:

1. Los medios o sistemas encaminados a crear confusión con un competidor del sistema de venta directa, sus establecimientos de comercio y sus productos.
2. Los medios o sistemas tendientes a desacreditar a un competidor del sistema de venta directa, sus establecimientos de comercio y sus productos.
3. Los medios o sistemas dirigidos a desorganizar internamente una empresa competidora en el sistema de venta directa o a obtener sus secretos.
4. Los medios o sistemas encauzados a obtener la desviación de la clientela de cualquiera de las compañías de venta directa, siempre que sean contrarios a las costumbres comerciales.
5. Los medios o sistemas encaminados a crear desorganización general del mercado de la venta directa.
6. Las maquinaciones reiteradas tendientes a privar a un competidor de sus técnicos o empleados de confianza, aunque no produzcan la desorganización de la empresa de venta directa ni se obtengan sus secretos.
7. La utilización directa o indirecta de una denominación de origen falsa o engañosa; la imitación de origen aunque se indique la verdadera procedencia del producto o se emplee en traducción, o vaya acompañada de expresiones tales como “género”, “manera”, “imitación”, o similares.

8. Las indicaciones o ponderaciones cuyo uso puede inducir al consumidor a error sobre la naturaleza, modo de fabricación, características, aptitud en el empleo o cantidad del producto, y

9. En general, cualquier otro procedimiento similar a los anteriores, realizado por un competidor en el mercado de venta directa, en detrimento de otros o de la colectividad, siempre que sea contrario a las costumbres mercantiles.

ARTICULO SEXTO. Las compañías de venta directa actuarán dentro de los parámetros legales establecidos para la libre competencia, quedando prohibida la realización de actos que la limiten y la ejecución de conductas y prácticas o convenios comerciales prohibidos por las leyes colombianas o que constituyan un abuso de la posibilidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones del mercado de venta directa. No obstante lo anterior, las compañías de venta directa podrán:

1. Cooperar en investigaciones y desarrollos de nuevas tecnologías relacionadas con el negocio de la venta directa;
2. Realizar acuerdos sobre cumplimiento de normas estándares y medidas no adoptadas como obligatorias, cuando las mismas no limiten la entrada de competidores al mercado de la venta directa;
3. Establecer procedimientos, métodos sistemas y formas de utilización de facilidades comunes.

PARAGRAFO PRIMERO. Para los efectos de este artículo, se consideran conductas, actos o acuerdos contrarios a la libre competencia, entre otros, los siguientes:

1. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios.
2. Los que tengan por objeto o tengan como efecto determinar condiciones de venta o comercialización discriminatoria para con terceros.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la repartición del mercado de venta directa entre productores o entre distribuidores.
4. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación de cuotas de producción o de suministro.
5. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación, repartición o limitación de fuentes de abastecimiento de insumos productivos.
6. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la limitación a los desarrollos técnicos.
7. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituyan objeto del negocio.
8. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la colusión de las licitaciones o concursos o los que tengan como efecto la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de concursos, o fijación de términos de las propuestas.

9. La infracción de normas sobre publicidad contenidas en el Estatuto de Protección al Consumidor Colombiano.

10. Influenciar a una empresa para que incremente los precios de los productos o para que desista de su intención de rebajar los precios.

11. Negarse a vender a un consumidor o discriminar en contra del mismo cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios.

PARAGRAFO SEGUNDO. Para los efectos del presente artículo, se considerará que hay abuso de la posición predominante, por parte de las compañías de venta directa, cuando realicen las siguientes conductas:

1. La disminución de precios por debajo de los costos cuando tengan por objeto eliminar uno o varios competidores o prevenir la entrada o expansión de estos.

2. La aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un consumidor o proveedor en situación desventajosa frente a otro consumidor o proveedor de condiciones análogas.

3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituyen el objeto del negocio.

4. La venta a un comprador en condiciones diferentes de las que se ofrecen a otro comprador cuando sea con la intención de disminuir o eliminar la competencia en el mercado de la venta directa.

5. Vender en alguna parte del territorio colombiano a un precio diferente a aquel al que se ofrece en otra parte del territorio colombiano, cuando la intención o el efecto de la práctica sea disminuir o eliminar la competencia en esa parte del país y el precio no corresponda a la estructura de costos de la transacción.

ARTICULO SEPTIMO. Los perjudicados por actos de competencia desleal, que limiten la libre competencia o se constituyan en abuso de la posición predominante, tendrán derecho a ejercitar contra la compañía que los realice, todas las acciones que consagra la ley colombiana para lograr la indemnización de los perjuicios causados con ocasión de los mismos.

ARTICULO OCTAVO. Las compañías de venta directa se obligan a asumir las siguientes conductas respecto de los consumidores:

1. A garantizarles la calidad e idoneidad de los bienes.

2. A que la propaganda comercial, literatura y material promocional empleada por las compañías de venta directa, sea clara y precisa, para no inducir a los consumidores al error de pensar que los productos tengan una aplicación distinta a la que realmente tienen o cualidades o ventajas que no posean.

3. A garantizar que los productos que se sean ofrecidos a través del sistema de venta directa, sean los que se entreguen efectivamente a los consumidores.

4. A no emplear engaños, ni prácticas desleales en su acercamiento a los consumidores.

5. A cumplir con el Estatuto Colombiano de Consumidores.

ARTICULO NOVENO. Las compañías de venta directa se obligan a asumir las siguientes conductas respecto de los vendedores directos:

1. A no seducir o solicitar a cualquiera de los vendedores directos, mediante la seducción sistemática, para que pasen a otra compañía competidora de la suya.
2. Denigrar injustamente de sus vendedores directos, productos, ventas y planes de comercialización y no permitir que los vendedores directos denigren injustamente de los productos las ventas y planes de comercialización de otras compañías competidoras, ni de las características de las mismas.

CAPITULO III CONDUCTAS GENERALES DE LAS COMPAÑÍAS DE VENTA DIRECTA HACIA LOS VENDEDORES DIRECTOS

ARTICULO DECIMO. Es obligación de las compañías de venta directa velar porque sus vendedores directos se adhieran al presente código y cumplan con sus reglas y normas de conducta, buscando que dicho cumplimiento se de como una condición previa para el desarrollo de sus actividades de venta directa.

ARTICULO DECIMO PRIMERO. Además de las conductas establecidas en el artículo noveno de este código, las compañías de venta directa no podrán emplear prácticas engañosas o injustas de incorporación o reclutamiento, o realizar actividades engañosas o injustas, tendientes a inducir a una persona natural o jurídica a convertirse en Vendedor Directo o que puedan llevar a confusión acerca del negocio de venta directa.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO. Es responsabilidad de las compañías de venta directa proveer, tanto a sus vendedores directos como a los potenciales, la información comercial exacta y completa relacionada con la oportunidad, las condiciones de venta, sus derechos y obligaciones. En consecuencia, las compañías de venta directa, de manera falsa o engañosa, no podrán realizar ninguna representación táctica que no pueda verificarse o hacer promesas que no puedan ser cumplidas por los vendedores directos potenciales.

ARTICULO DECIMO TERCERO. Las compañías de venta directa se comprometen a que no representarán a sus vendedores directos información inexacta relacionada con las ventas reales o potenciales y que la misma se basará en hechos reales y totalmente documentados y soportados contablemente.

ARTICULO DECIMO CUARTO. Las compañías de venta directa se responsabilizarán de entregar a sus vendedores directos, ya sea un documento escrito que será firmado entre las mismas y estos, o cualquier tipo de declaración escrita que contenga todos los detalles esenciales sobre su relación comercial relacionada con la venta directa. Las compañías adquieren el compromiso de

informar a sus vendedores directos sobre sus obligaciones legales, incluso todas las licencias, registros e impuestos aplicables a su negocio.

ARTICULO DECIMO QUINTO. Es responsabilidad de las compañías de venta directa no pedir a sus vendedores directos cuotas excesivamente altas, por concepto de ingreso, capacitación, franquicia, propaganda comercial u otros conceptos relacionados con el derecho de participar en la misma en dicha condición.

ARTICULO DECIMO SEXTO. Las compañías de venta directa se responsabilizarán de no exigir a los vendedores directos que compren inventarios de los productos en cantidades no razonablemente grandes. Para ello buscarán determinar la cantidad adecuada de sus inventarios, la relación de los mismos con base en la realidad de las ventas, la naturaleza de la competencia de los productos, el ambiente del mercado, y las políticas de devolución y de reembolso de las compañías.

ARTICULO DECIMO SEPTIMO. Las compañías de venta directa podrán proporcionar, a solicitud de los vendedores directos, reportes concernientes a sus ventas, compras, comisiones, honorarios, descuentos, entregas, cancelaciones, y otros datos relevantes, de conformidad con el contrato y/o los documentos pactados entre las compañías y los vendedores directos. Todo lo devengado por estos últimos será pagado y cualquier retención será hecha de conformidad con las normas legales, comerciales y fiscales pertinentes.

ARTICULO DECIMO OCTAVO. Las compañías de venta directa se comprometen a proporcionar a sus vendedores directos formación y capacitación que les permita funcionar éticamente. Lo anterior puede lograrse mediante sesiones de capacitación o a través de manuales, guías escritas, o materiales audiovisuales.

CAPITULO IV

CONDUCTAS GENERALES DE LAS COMPAÑIAS DE VENTA DIRECTA HACIA LOS CONSUMIDORES Y PROTECCION A LOS CONSUMIDORES

ARTICULO DECIMO NOVENO. La calidad de los bienes ofrecidos a los consumidores por las compañías de venta directa o por sus vendedores directos, así como la información que debe suministrarse a dichos consumidores están protegidas por la constitución y la ley colombiana.

Serán responsables, de acuerdo a la ley colombiana, quienes en la producción y en la comercialización de bienes atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores.

ARTICULO VIGESIMO. Todo productor deberá informar al público de manera suficiente, respecto de la calidad e idoneidad de los bienes que se ofrecen a los

consumidores potenciales, mediante la mención del número y la fecha del registro, la entidad ante la cual se haya efectuado, y, si es del caso, la licencia o normas técnicas oficializadas, en el caso de aquellos bienes que así lo requieran.

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO. Quedan terminantemente prohibidas las explicaciones, demostraciones, marcas, leyendas y propaganda comercial que no correspondan a la realidad así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad, o la cantidad de los bienes ofrecido. Cuando la propaganda comercial de los bienes se haga utilizando imágenes del bien o del conjunto, como cuando en su envase o en su empaque, o en cualquier otro medio de publicidad empleado para hacer la propaganda, aparezcan películas, fotografías, o dibujos del bien o conjunto de bienes, la cantidad de uno u otro, contenida dentro del envase o empaque deberá ser, como mínimo, la que aparezca en las imágenes empleadas en la propaganda. En caso contrario, el productor responderá por la inducción a error al consumidor respecto a la cantidad.

Las compañías de venta directa se comprometen a que los documentos relacionados con promociones, anuncios, o envíos por correo, no tendrán ninguna descripción del producto, aseveraciones o ilustraciones engañosas, y contendrán el nombre, domicilio y número telefónico de la compañía o del vendedor directo.

ARTICULO VIGESIMO SEGUNDO. Los consumidores tienen el derecho a que toda información que se les de acerca de los componentes y propiedades de los productos ofrecidos por el vendedor directo, sea exacta, completa, veraz y suficiente, en particular respecto del precio y, si es aplicable, respecto del precio a crédito, los plazos de pago, el período de retracto en la venta y los procedimientos de devolución de los productos, garantía de satisfacción, y sobre las condiciones de idoneidad y calidad de los mismos, según sea la naturaleza y clase de los productos, el servicio posterior a la venta, así como la entrega y plazos para la misma.

ARTICULO VIGESIMO TERCERO. Las compañías de venta directa se comprometerán a que sus vendedores directos no utilicen prácticas engañosas o injustas en la venta de los productos hacia los consumidores potenciales. Para ello, desde el inicio de la venta, se buscará que los vendedores directos se identifiquen en forma veraz ante dichos clientes potenciales e identifiquen a la compañía de venta directa, sus productos y el objetivo de su utilización. En las ventas de grupo, se propenderá a que los vendedores directos dejen claro el objetivo de la reunión, tanto a la anfitriona de la misma como a los participantes.

ARTICULO VIGESIMO CUARTO. Las compañías de venta directa se comprometen a que los vendedores directos proporcionen respuestas precisas y

comprensibles a todas las preguntas de los consumidores relacionadas con el producto y las condiciones de ofrecimiento efectuadas sobre el mismo.

ARTICULO VIGESIMO QUINTO. Las compañías de venta directa no podrán autorizar a sus vendedores directos realizar promesas verbales con respecto al producto, a menos que expresamente hayan sido autorizadas por aquellas para el efecto.

ARTICULO VIGESIMO SEXTO. Las compañías de venta directa buscarán mecanismos que conlleven a que sus vendedores directos no manipulen las ofertas o venta de productos en una manera tal que las mismas tiendan a engañar al consumidor. Para ello, se abstendrán de hacer comparaciones que puedan engañar y que sean incompatibles con los principios de la competencia leal. Los puntos de comparación no se seleccionarán injustamente y se basarán en hechos que puedan justificarse y demostrarse por cualquier medio probatorio. Así mismo, las compañías de venta directa propenderán a que los vendedores directos no denigren injustamente de cualquier empresa o producto que sea su competencia en el mismo ramo de negocios, ni aprovechen injustamente la buena fe adjunta al nombre comercial y al símbolo de la empresa de venta directa o de sus productos.

ARTICULO VIGESIMO SEPTIMO. Las compañías de venta directa orientarán a sus vendedores directos para que los contactos personales o telefónicos se realicen de una manera razonable y durante horas razonables, con el fin de evitar cualquier imposición en la venta hacia un consumidor potencial. Así mismo, buscarán que los vendedores directos descontinúen una demostración o presentación de ventas, cuando se lo solicite el consumidor.

ARTICULO VIGESIMO OCTAVO. Las compañías de venta directa propenderán a que los vendedores directos no abusen de la confianza de los consumidores individuales, no se aprovechen de su falta de experiencia comercial y no exploten la edad, enfermedad, falta de comprensión y falta de conocimiento del lenguaje o cualquier otra limitación física o mental de los consumidores.

ARTICULO VIGESIMO NOVENO. Las compañías de venta directa sugerirán a sus vendedores directos que no induzcan a sus consumidores a comprar los productos con base en la promesa que realicen a estos de poder reducir o recuperar el precio de compra recomendando a otros consumidores potenciales sobre ventas similares, si dichas reducciones o recuperaciones están condicionadas o dependen de algún acontecimiento futuro, incierto y poco seguro.

ARTICULO TRIGESIMO. Las compañías de venta directa velarán porque cualquier pedido hecho por un consumidor potencial sea llenado por este en el momento de la venta. Se buscará igualmente, que en dicho pedido se identifique a la compañía de venta directa, su domicilio y número telefónico; al vendedor directo

con su nombre o razón social, domicilio permanente y número telefónico y, por último, los términos materiales de la venta en forma claramente legibles.

ARTICULO TRIGESIMO PRIMERO. Las compañías de venta directa se comprometen a que sus vendedores directos se asegurarán que cualquier forma de pedido contenga un plazo de garantía de satisfacción, distinto del inherente a la garantía de calidad que se menciona más adelante, que le permita al consumidor rechazar su pedido dentro de un período de tiempo especificado y obtener el reembolso de cualquier pago de bienes comercializados. Las compañías de venta directa que ofrezcan un derecho incondicional de devolución, deberán indicarlo expresamente por escrito al consumidor potencial.

ARTICULO TRIGESIMO SEGUNDO. Las compañías de venta directa velarán porque sus vendedores directos den cumplimiento y efectúen la entrega de los pedidos realizados por sus consumidores, de manera oportuna y de acuerdo con los plazos a que se comprometieron.

ARTICULO TRIGESIMO TERCERO. Los detalles y las limitaciones del servicio posterior a la venta, los términos y vigencia de las garantías de satisfacción y de calidad sobre los productos, el nombre y domicilio del garante y la forma de reclamar dichas garantías por el consumidor, serán explicados claramente en la forma de pedido o en otros documentos que éste acompañe o se proporcionarán junto con el producto.

ARTICULO TRIGESIMO CUARTO. Los términos de una garantía de calidad, sobre las condiciones de calidad e idoneidad de los bienes que vendan las compañías de venta directa o sus vendedores directos y el término de la misma, serán de responsabilidad de las primeras, sin perjuicio de que estos puedan exigir el cumplimiento de dichas garantías a otros vendedores o comercializadores, sean o no productores.

ARTICULO TRIGESIMO QUINTO. Los consumidores tendrán derecho a reclamar la efectividad de las garantías de calidad sobre los productos vendidos, antes del vencimiento de su plazo. En este evento, las compañías de venta directa y sus vendedores directos, no podrán cobrar suma alguna del consumidor, por los gastos y costos que implique la reparación, reposición o devolución de los productos, por fallas en la calidad o idoneidad de los mismos, ni por el transporte o acarreo hacia el consumidor, todos los cuales correrán en todo caso por cuenta de quién efectuó la venta. En caso de repetirse la falla del bien se procederá a su cambio por otro de la misma especie, si lo solicita el consumidor, salvo convención expresa en contrario y a condición de que la solicitud se haga estando aún vigente el plazo de la citada garantía.

ARTICULO TRIGESIMO SEXTO. Las conductas de las empresas de venta directa y de los vendedores directos hacia los consumidores y los derechos de los consumidores, se regirán de una manera general por las normas contempladas en

el código de comercio colombiano y en las establecidas en el Decreto 3466 de 1982 o las normas que lo complementen, acondicionen, sustituyan o modifiquen.

CAPITULO V

RESPONSABILIDAD, ADMINISTRACION, VIGILANCIA, APLICACIÓN Y VIGENCIA DEL CODIGO DE ETICA DE LA ASOCIACION COLOMBIANA DE VENTA DIRECTA

ARTICULO TRIGESIMO SEPTIMO. La responsabilidad original para el cumplimiento de este Código de Ética, descansa primordialmente en la Asociación Colombiana de Venta Directa y específicamente en sus miembros fundadores y adherentes, quienes, para su operatividad, delegan la administración, vigilancia y cumplimiento de las normas en él contempladas, en la Junta Directiva de dicha Asociación.

ARTICULO TRIGESIMO OCTAVO. Para un cabal cumplimiento de las normas contenidas en el presente código de ética, la Junta Directiva, en su calidad de administrador y vigilante principal del mismo, podrá delegar las funciones de vigilancia y de cumplimiento diario y continuo del código de ética, por parte de las compañías de venta directa y de sus vendedores directos, en personas naturales o en un grupo de personas que se denominarán Administrador del Código, quien se obliga, a mantener informada a la Junta Directiva sobre sus acciones, a través de informes escritos o verbales, que serán presentados en las reuniones de dicho órgano directivo.

ARTICULO TRIGESIMO NOVENO. La Junta Directiva será la encargada de definir las pautas de acción que tenga el Administrador del Código, así como los procedimientos para solucionar todo tipo de quejas que presenten los miembros de la Asociación, los vendedores directos de las compañías de venta directa y los consumidores. La delegación que realice la Junta Directiva en el Administrador del Código, implica que este está facultado para solucionar en un período reducido de tiempo dichas quejas y para determinar las acciones sobre las mismas, sin poder imponer sanciones, ni establecer procedimientos de solución diferentes a los fijados por la Junta Directiva.

ARTICULO CUADRAGESIMO. En el evento de comprobarse casos de difícil solución o situaciones que impliquen la violación de las disposiciones del presente Código de Ética, el Administrador del Código deberá presentar la solicitud correspondiente ante la Junta Directiva, debidamente sustentada en hechos ciertos y comprobados, sugiriendo las acciones a seguir y/o las sanciones a imponer, para que este órgano directivo, que es el competente para fijarlas, defina, según el orden de cada solicitud, los casos de cancelación de pedidos, devolución de bienes

comprados por los consumidores, el reembolso de pagos u otras acciones adecuadas, incluso advertencias a los vendedores directos, la cancelación y terminación de los contratos celebrados entre las compañías de venta directa y los vendedores directos, otras relaciones entre las compañías de venta directa, advertencias a las mismas, su inclusión y exclusión como miembros de la Asociación y la forma como se darán a conocer públicamente sus decisiones.

ARTICULO CUADRAGESIMO PRIMERO. El presente Código de Etica tendrá aplicación en todo el territorio de la República de Colombia y obliga desde la fecha de su expedición a todos los miembros fundadores y adherentes de la Asociación Colombiana de Venta Directa, quienes se comprometen a mantener un nivel de conducta ética que será superior a cualquier norma o requisito legal existente sobre la materia. Es condición esencial, para la aplicación de este Código de Ética, ser miembro activo de la Asociación Colombiana de Venta Directa y asistir a las reuniones que convoque dicha asociación en forma permanente.

Cuando una compañía de venta directa sea excluida de la Asociación Colombiana de Venta Directa o deje de ser miembro, no estará obligada por este código, cuyas disposiciones continuarán siendo aplicables a acontecimientos o transacciones que ocurran durante el tiempo en el cual la compañía era miembro de la Asociación Colombiana de Venta Directa.

No obstante lo previsto en el presente Código de Ética, las compañías de venta directa y sus vendedores directos se obligan a cumplir con los requisitos legales y oficiales previstos en las normas colombianas que regulan las materias respectivas.

ARTICULO CUADRAGESIMO SEGUNDO. En el evento en que haya modificación a las normas legales que reglamentan las materias comerciales y jurídicas de este código, la Asociación Colombiana de Venta Directa debe variar sus disposiciones, bajo la condición de que se conserve su filosofía y fundamentos éticos primordiales o según lo requieran la constitución política y las leyes colombianas.

ARTICULO CUADRAGESIMO TERCERO. El presente código rige a partir de la fecha de su firma y expedición.

Para su divulgación en la forma más amplia que sea posible, la Asociación Colombiana de Venta Directa publicará el presente código en ejemplares impresos, que serán distribuidos en forma gratuita al público en general.

Anexo E RECOMENDACION 198 SOBRE LA RELACION DE TRABAJO DEL AÑO 2006

La Conferencia General de la Organización Internacional del Trabajo:

Convocada en Ginebra por el Consejo de Administración de la Oficina Internacional del Trabajo, y congregada en dicha ciudad, en su nonagésima quinta reunión, el 31 de mayo de 2006;

Considerando que la legislación nacional, así como los convenios colectivos, ofrecen una protección vinculada a la existencia de una relación de trabajo entre un empleador y un empleado;

Considerando que la legislación y su interpretación deberían ser compatibles con los objetivos del trabajo decente;

Considerando que la legislación laboral o de trabajo trata, entre otras cosas, de resolver lo que puede constituir una desigualdad entre las posiciones de negociación de las partes en una relación de trabajo;

Considerando que la protección de los trabajadores constituye la esencia del mandato de la Organización Internacional del Trabajo, y de conformidad con los principios establecidos en la Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo, 1998, y el Programa de Trabajo Decente;

Considerando las dificultades que supone determinar la existencia de una relación de trabajo cuando no resultan claros los derechos y obligaciones respectivos de las partes interesadas, cuando se ha intentado encubrir la relación de trabajo, o cuando hay insuficiencias o limitaciones en la legislación, en su interpretación o en su aplicación;

Observando que hay situaciones en las cuales los acuerdos contractuales pueden tener como consecuencia privar a los trabajadores de la protección a la que tienen derecho;

Reconociendo que la orientación internacional a los Miembros desempeña un papel para ayudarlos a lograr esta protección mediante la legislación y la práctica nacionales, y que esa orientación debería seguir siendo útil con el tiempo;

Reconociendo, además, que esa protección debería ser accesible a todos, en especial a los trabajadores vulnerables, y basarse en leyes eficaces, efectivas y de amplio alcance, con resultados rápidos y que fomenten el cumplimiento voluntario;

Reconociendo que la política nacional debería ser fruto de la consulta con los interlocutores sociales y debería ofrecer orientación a las partes interesadas en el lugar de trabajo;

Reconociendo que la política nacional debería promover el crecimiento económico, la creación de empleo y el trabajo decente;

Considerando que la globalización de la economía ha incrementado la movilidad de los trabajadores que necesitan protección, como mínimo, contra la selección de la legislación aplicable con el fin de eludir la protección nacional;

Observando que, en el marco de la prestación de servicios transnacionales, es importante determinar a quién se considera como trabajador vinculado por una relación de trabajo, qué derechos tiene y quién es el empleador;

Considerando que las dificultades que supone determinar la existencia de una relación de trabajo pueden crear graves problemas a los trabajadores interesados, a su entorno y a la sociedad en general;

Considerando que la incertidumbre acerca de la existencia de una relación de trabajo tiene que resolverse de modo que se garantice una competencia leal y la protección efectiva de los trabajadores vinculados por una relación de trabajo de una manera conforme con la legislación o la práctica nacionales;

Tomando nota de todas las normas internacionales del trabajo pertinentes y en especial las normas relativas a la situación particular de la mujer, así como las relativas al ámbito de la relación de trabajo;

Después de haber decidido adoptar diversas propuestas relativas a la relación de trabajo, cuestión que constituye el quinto punto del orden del día de la reunión, y

Después de haber decidido que estas propuestas revistan la forma de una recomendación,

adopta, con fecha quince de junio de dos mil seis, la siguiente Recomendación, que podrá ser citada como la Recomendación sobre la relación de trabajo, 2006.

I. POLÍTICA NACIONAL DE PROTECCIÓN DE LOS TRABAJADORES VINCULADOS POR UNA RELACIÓN DE TRABAJO

1. Los Miembros deberían formular y aplicar una política nacional encaminada a examinar a intervalos apropiados y, de ser necesario, a clarificar y a adaptar el ámbito de aplicación de la legislación pertinente, a fin de garantizar una protección

efectiva a los trabajadores que ejercen su actividad en el marco de una relación de trabajo.

2. La naturaleza y el alcance de la protección otorgada a los trabajadores vinculados por una relación de trabajo deberían ser definidos por la legislación o la práctica nacionales, o ambas, teniendo en cuenta las normas internacionales pertinentes. Esta legislación o práctica, incluidos los elementos relativos al alcance, el ámbito de aplicación y la responsabilidad de su aplicación, debería ser clara y adecuada a fin de asegurar la protección efectiva de los trabajadores vinculados por una relación de trabajo.

3. La política nacional debería formularse y aplicarse de conformidad con la legislación y la práctica nacionales, en consulta con las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores.

4. La política nacional debería incluir, por lo menos, medidas tendentes a:

a) proporcionar a los interesados, en particular a los empleadores y los trabajadores, orientación sobre la manera de determinar eficazmente la existencia de una relación de trabajo y sobre la distinción entre trabajadores asalariados y trabajadores independientes;

b) luchar contra las relaciones de trabajo encubiertas, en el contexto de, por ejemplo, otras relaciones que puedan incluir el recurso a otras formas de acuerdos contractuales que ocultan la verdadera situación jurídica, entendiéndose que existe una relación de trabajo encubierta cuando un empleador considera a un empleado como si no lo fuese, de una manera que oculta su verdadera condición jurídica, y que pueden producirse situaciones en las cuales los acuerdos contractuales dan lugar a que los trabajadores se vean privados de la protección a la que tienen derecho;

c) adoptar normas aplicables a todas las formas de acuerdos contractuales, incluidas las que vinculan a varias partes, de modo que los trabajadores asalariados tengan la protección a que tienen derecho;

d) asegurar que las normas aplicables a todas las formas de acuerdos contractuales estipulen a quién incumbe la responsabilidad por la protección que prevén;

e) proporcionar a los interesados, y en particular a los empleadores y los trabajadores, acceso efectivo a procedimientos y mecanismos que sean expeditos, poco onerosos, justos y eficaces para la solución de controversias relativas a la existencia y las condiciones de una relación de trabajo;

f) asegurar el cumplimiento y la aplicación efectiva de la legislación sobre la relación de trabajo, y

g) prever una formación apropiada y adecuada sobre normas internacionales del trabajo pertinentes, derecho comparado y jurisprudencia para la judicatura, los árbitros, los mediadores, los inspectores del trabajo y otras personas encargadas de la solución de controversias y del cumplimiento de las leyes y normas nacionales en materia de trabajo.

5. En el marco de la política nacional los Miembros deberían velar en particular por asegurar una protección efectiva a los trabajadores especialmente afectados por la incertidumbre en cuanto a la existencia de una relación de trabajo, incluyendo a las trabajadoras, así como a los trabajadores más vulnerables, los jóvenes trabajadores, los trabajadores de edad, los trabajadores de la economía informal, los trabajadores migrantes y los trabajadores con discapacidades.

6. Los Miembros deberían:

a) velar especialmente por que en la política nacional se aborde la cuestión de la dimensión de género, dado que las mujeres que trabajan predominan en determinados sectores y ocupaciones en los que existe una elevada proporción de relaciones de trabajo encubiertas o en los que existe falta de claridad en lo que atañe a la relación de trabajo, y

b) establecer políticas claras sobre la igualdad de género y mejorar el cumplimiento de la legislación y los acuerdos pertinentes en el ámbito nacional, de modo que pueda abordarse de manera eficaz la dimensión de género. 7. En el contexto del movimiento transnacional de trabajadores:

a) al formular una política nacional, todo Miembro debería, previa consulta con las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores, considerar la posibilidad de adoptar medidas apropiadas en el marco de su jurisdicción y, cuando proceda, en colaboración con otros Miembros, a fin de aportar una protección efectiva y prevenir abusos contra los trabajadores migrantes que se encuentran en su territorio, que puedan verse afectados por una situación de incertidumbre en cuanto a la existencia de una relación de trabajo, y

b) cuando los trabajadores son contratados en un país para trabajar en otro, los Miembros interesados pueden considerar la posibilidad de concertar acuerdos bilaterales con objeto de prevenir abusos y prácticas fraudulentas encaminadas a eludir los acuerdos existentes para la protección de los trabajadores en el contexto de una relación de trabajo.

8. La política nacional de protección de los trabajadores vinculados por una relación de trabajo no debería interferir en las verdaderas relaciones civiles y comerciales, velando al mismo tiempo por que las personas vinculadas por una relación de trabajo disfruten de la protección a que tienen derecho.

II. DETERMINACIÓN DE LA EXISTENCIA DE UNA RELACIÓN DE TRABAJO

9. A los fines de la política nacional de protección de los trabajadores vinculados por una relación de trabajo, la existencia de una relación de trabajo debería determinarse principalmente de acuerdo con los hechos relativos a la ejecución del trabajo y la remuneración del trabajador, sin perjuicio de la manera en que se caracterice la relación en cualquier arreglo contrario, ya sea de carácter contractual o de otra naturaleza, convenido por las partes.

10. Los Miembros deberían promover métodos claros para ofrecer orientación a los trabajadores y los empleadores sobre la manera de determinar la existencia de una relación de trabajo.

11. A fin de facilitar la determinación de la existencia de una relación de trabajo, los Miembros deberían considerar, en el marco de la política nacional a que se hace referencia en la presente Recomendación, la posibilidad de:

a) admitir una amplia variedad de medios para determinar la existencia de una relación de trabajo;

b) consagrar una presunción legal de la existencia de una relación de trabajo cuando se dan uno o varios indicios, y

c) determinar, previa consulta con las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores, qué trabajadores con ciertas características deben ser considerados, en general o en un sector determinado, como trabajadores asalariados o como trabajadores independientes.

12. A los fines de la política nacional a que se hace referencia en la presente Recomendación, los Miembros pueden considerar la posibilidad de definir con claridad las condiciones que determinan la existencia de una relación de trabajo, por ejemplo, la subordinación o la dependencia.

13. Los Miembros deberían considerar la posibilidad de definir en su legislación, o por otros medios, indicios específicos que permitan determinar la existencia de una relación de trabajo. Entre esos indicios podrían figurar los siguientes:

a) el hecho de que el trabajo: se realiza según las instrucciones y bajo el control de

otra persona; que el mismo implica la integración del trabajador en la organización de la empresa; que es efectuado única o principalmente en beneficio de otra persona; que debe ser ejecutado personalmente por el trabajador, dentro de un horario determinado, o en el lugar indicado o aceptado por quien solicita el trabajo; que el trabajo es de cierta duración y tiene cierta continuidad, o requiere la disponibilidad del trabajador, que implica el suministro de herramientas, materiales y maquinarias por parte de la persona que requiere el trabajo, y

b) el hecho de que se paga una remuneración periódica al trabajador; de que dicha remuneración constituye la única o la principal fuente de ingresos del trabajador; de que incluye pagos en especie tales como alimentación, vivienda, transporte, u otros; de que se reconocen derechos como el descanso semanal y las vacaciones anuales; de que la parte que solicita el trabajo paga los viajes que ha de emprender el trabajador para ejecutar su trabajo; el hecho de que no existen riesgos financieros para el trabajador.

14. La solución de controversias sobre la existencia y las condiciones de una relación de trabajo debería ser competencia de los tribunales del trabajo o de otros tribunales o de instancias de arbitraje a los cuales los trabajadores y los empleadores tengan acceso efectivo, de conformidad con la ley y la práctica nacionales.

15. La autoridad competente debería adoptar medidas para garantizar el cumplimiento y la aplicación de la legislación relativa a la relación de trabajo a los distintos aspectos tratados en la presente Recomendación, por ejemplo, a través de los servicios de inspección del trabajo, en colaboración con la administración de la seguridad social y las autoridades fiscales.

16. Por lo que se refiere a la relación de trabajo, las administraciones nacionales del trabajo y sus servicios conexos deberían supervisar periódicamente sus programas y dispositivos de control del cumplimiento. Debería prestarse especial atención a aquellas ocupaciones y sectores con una proporción elevada de mujeres trabajadoras.

17. En el marco de la política nacional, los Miembros deberían establecer medidas eficaces destinadas a eliminar los incentivos que fomentan las relaciones de trabajo encubiertas.

18. En el marco de la política nacional, los Miembros deberían promover el papel de la negociación colectiva y el diálogo social, entre otros, como medios para encontrar soluciones a las cuestiones relativas al ámbito de la relación de trabajo a escala nacional.

III. SEGUIMIENTO Y APLICACIÓN

19. Los Miembros deberían establecer un mecanismo apropiado, o valerse de uno existente, para seguir la evolución del mercado de trabajo y de la organización del trabajo, y ofrecer asesoramiento para la adopción y aplicación de medidas relativas a la relación de trabajo en el marco de la política nacional.

20. Las organizaciones más representativas de empleadores y de trabajadores deberían estar representadas en pie de igualdad en el mecanismo de seguimiento de la evolución del mercado de trabajo y de la organización del trabajo. Además, esas organizaciones deberían ser consultadas en el marco del mecanismo antes mencionado, con la frecuencia necesaria y, cuando sea posible y útil, sobre la base de informes de expertos o estudios técnicos.

21. Los Miembros deberían recopilar, en la medida de lo posible, información y datos estadísticos, y realizar estudios sobre los cambios registrados en la estructura y las modalidades de trabajo, a nivel nacional y sectorial, teniendo presentes la distribución entre hombres y mujeres y otros aspectos pertinentes.

22. Los Miembros deberían establecer mecanismos nacionales específicos para asegurar que pueda determinarse eficazmente la existencia de relaciones de trabajo en el marco de la prestación de servicios transnacionales. Debería prestarse atención al desarrollo de contactos sistemáticos y al intercambio de información sobre esta cuestión con otros Estados.

IV. PÁRRAFO FINAL

23. La presente Recomendación no supone una revisión de la Recomendación sobre las agencias de empleo privadas, 1997 (núm. 188), ni puede revisar el Convenio sobre las agencias de empleo privadas, 1997 (núm. 181).

Anexo F ENCUESTAS

ENCUESTA

CUESTIONARIO PARA TRABAJADORAS DE VENTA DIRECTA

Este cuestionario forma parte del proyecto de investigación **LA PRECARIZACION DEL TRABAJO FEMENINO A TRAVES DEL SISTEMA DE VENTAS POR CATALOGO: LA CONFIGURACION DE UNA VERDADERA RELACION LABORAL COMO RESPUESTA A ESTA PROBLEMÁTICA**, y tiene como objetivo conocer la forma en que las ventas por catalogo, constituye una forma de empleo precarizado del sector femenino.

Toda la información que se proporcione se utilizará sólo para los fines del estudio y se mantendrá con carácter estrictamente CONFIDENCIAL.

CUESTIONARIO NUMERO _____

FECHA DE LA ENCUESTA	_____
-----------------------------	-------

GENERO	M ()	F ()
---------------	-------	-------

LUGAR QUE OCUPA EN LA EMPRESA	a) Consultor, vendedor, empresario ()
	b) Guía ()
	c) Gerente de zona ()

ESTADO CIVIL	a) Soltero ()	b) Casado ()	c) unión libre ()
	d) viudo ()	e) separado ()	

RELIGIÓN	a) católica	b) protestante	c) testigo de Jehová
	d) otras ()		

EDAD _____

ESTUDIOS	a) primaria incompleta	b) primaria completa	c) bachillerato
	d) carrera técnica	e) universitarios	f) post – grado

TIEMPO DE VENDER POR CATALOGO	_____Años _____Meses
--------------------------------------	----------------------

SECCION I: TRABAJO	
1. ¿Considera usted que las ventas por catalogo es un trabajo?	
SI _____	
NO _____	
¿Por que? _____	
2. ¿A cuantas empresas de venta directa se encuentra afiliada, menciones cuales?	

3. ¿Conoce el código de ética de la asociación colombiana de venta directa ACOVEDI?	
SI _____	
NO _____	

4. ¿Cómo definiría su trabajo en ventas por catalogo ? (Puede elegir varias respuestas)		
a) interesante	b) Cansado	c) Aburrido
d) divertido	e) excitante	f) Fastidioso

5. ¿En que lugares desarrolla su trabajo? (Puede elegir varias respuestas)		
a) Casa	b) oficina	c) barrio
d) casas de amigas	e) local	f) colegio de sus hijos
g) otros _____		

6. ¿le ha sucedido alguna de estas situaciones ? (Puede elegir varias respuestas)	
a) Que no le paguen los productos	()
b) Que las compradoras cambien de vendedora	()
c)	Que no le paguen a tiempo ()
d)	Que le devuelvan un producto ()
e)	Que haya muchas vendedoras ()

7. ¿Qué hace usted, ante la negativa de algunas empresas de venta directa de aceptarle un producto que un cliente decide devolverle?		

8. ¿mencione tres razones que considero para ingresar a la venta de productos ? (Puede elegir varias respuestas)		
a) Necesidad ()	b) Tenia tiempo ()	c) Es un buen negocio ()
d) Distracción ()	e) La invitaron	f) Utiliza esos productos()
g) Otros ()		
9. ¿Cómo considera la situación de las ventas este año? (Puede elegir varias respuestas)		
a) Muy buenas ()	b) Buenas ()	c) Regular ()
d) Malas ()	e) Pésimas ()	
10. ¿Qué premios ha recibido, durante el último año por sus niveles de ventas?		

11. ¿Ha recibido algún tipo de sanción, como vendedora de productos por catalogo? (Puede elegir varias respuestas)		
a) Le enviaron un abogado ()	b) le han reportado a una central de riesgos (CIFIN – DATACREDITO) ()	c) ha perdido premios por ventas, por dejar de pasar pedido consecutivo ()
d) Otros _____		

12. ¿Cuáles son las principales ventajas que le ofrece este trabajo? (Elegir tres (3) respuestas)	
a) Obtiene productos a bajo costo ()	b) No tiene horario ()
c) No requiere preparación ()	d) Lo puede hacer al mismo tiempo que otras actividades ()
e) Es fácil ()	f) El crédito ()
g) Otras _____	

13. ¿En este año, cuanto vendió el mes que tuvo más ventas?

14. ¿En que gasta el dinero que obtiene en las ventas por catalogo?		
a) Alimentación ()	b) Cosméticos ()	c) Vestido ()
d) hijos ()	e) transporte ()	f) educación ()
g) en si mismo ()	h) ahorros ()	
i) otros _____		

15. ¿Cuánto tiempo requiere trabajar, para obtener ingresos suficientes para usted?
Horas

16. ¿Con que regularidad hace pedidos?
Dias _____

17. ¿A que actividad, de las mencionadas dedica mas tiempo?		
a) Cuidado de los hijos ()	b) Descanso y diversión ()	c) Ventas ()
d) otro trabajo ()	e) labores domesticas ()	

18. ¿Tiene usted otro trabajo a parte de las ventas por catalogo?		
a) No ()	b) Si ()	c) cual _____

19. Cuanto tiempo dedica a la semana a: (en horas)	
Las ventas	_____ horas
Otro trabajo	_____ horas
20. Cuanto tiempo le gustaría dedicar a la semana a: (en horas)	
Las ventas	_____ horas
Otro trabajo	_____ horas

21. ¿En que ocupaba antes el tiempo que hoy utiliza en las ventas directas?

22. ¿Esta afiliada a algún régimen de seguridad social en salud?	
SI ()	NO ()
CUAL _____	

23. ¿ha padecido alguna enfermedad causada por el trabajo en venta directa?	
SI ()	NO ()
CUAL _____	

SECCION II: HOGAR	
1. ¿Le ayuda a sus ventas por catalogo algún miembro de su familia o alguna otra persona?	
NO ()	SI ()

2. ¿Quien?	
a) Esposo ()	b) Hijos ()
c) Hermanas ()	d) Madre ()
e) Hijas ()	f) Primas, tías ()
g) Amigas ()	h) Personas contratadas ()
i) Otras _____	

3. ¿Quién es la persona que aporta la mayor parte de los ingresos a la casa?
Parentesco del entrevistado, con el o ella: _____

4. ¿Cuántos hijos tiene (que viven en su casa)?
_____ hijos
5. ¿Cuántas personas viven en su hogar, y se mantienen con el mismo

gasto?
_____ personas

6. ¿Podría mencionar a todas las personas que viven en su hogar, así como el parentesco que tienen con usted? Puede usar nombres ficticios			
Nombre	Parentesco	Edad	Sexo

Características de la vivienda
7. Numero de cuartos (contar sala, no contar baño y cocina):

8. ¿Tiene teléfono?	Si	No
9. Ingresos totales de la familia _____ pesos		
10. ¿Que partes de su casa utiliza para las ventas por catalogo?		
a) Sala	b) comedor	c) Cuarto
d) garaje		
e) Otro: _____		

11. ¿Maneja por separado las cuentas de la casa con las de sus ingresos provenientes de las ventas directas?		
	Si	No