



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

MAESTRIA EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

LIDERAZGO CARISMÁTICO, COMPROMISO Y TENSIONES
ESTRUCTURALES EN UNA ORGANIZACIÓN DE VENTA DIRECTA

Idónea Comunicación de Resultados

qué para obtener

el grado de

Maestra en Estudios Organizacionales

Presenta:

Catalina Santiago González



10 ENE 2020

POSGRADO EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

Director de tesis:

Dr. Angel Wilhelm Vázquez García

Av. San Rafael Atlixco, No. 186,
Col. Vicentina, C.P. 09340,
México, D.F.

Edificio H, 063
Tel.. 58 04 46 00
Ext. : 2740

Teresa M. Mogallón D.F.
Maestra Teresa Mogallón D.F.

Version aprobada
Angel Wilhelm Vázquez M.

Diciembre de 2019

Índice

Introducción	1
1. Planteamiento del problema	5
1.1 Carisma y compromiso organizacional en la venta directa	11
1.2 Delimitación	13
1.3 Objetivo	13
1.3.1 Objetivos específicos	13
1.4 Pregunta de investigación	14
1.4.1 Preguntas secundarias	14
1.5 Relevancia y pertinencia	14
1.5.1 Relevancia	14
1.5.2 Pertinencia	15
1.6 Mapa general de la investigación	18
2. Tensiones estructurales en las organizaciones modernas: liderazgo carismático y compromiso afectivo	19
2.1 Aproximaciones teóricas a estudio de la organización	19
2.1.1 Conceptualización de organización	21
2.1.2 Nuevas formas organizacionales	24
2.2 La estructura en el análisis organizacional	25
2.3 Liderazgo carismático y compromiso	29
3. Metodología de Investigación	36
3.1 Enfoque cualitativo	37

3.1.1	Marcos referenciales interpretativos	40
3.1.1.1	Interaccionismo simbólico	40
3.1.1.2	Etnografía	41
3.1.1.3	Fenomenología	43
3.1.2	Perspectiva histórica descriptiva	45
3.2	Herramientas de investigación	45
3.2.1	Análisis de documentos	47
3.2.1.1	Método Heurístico	48
3.2.1.2	Método Hermenéutico	49
3.3	Estrategias para la presentación de resultados	50
3.3.1	Resultados bibliométricos	54
3.3.2	Comparativo de los datos obtenidos entre <i>Web of Science</i> y <i>Scopus</i>	58
4.	Análisis de una empresa de venta directa: liderazgo y compromiso en Arabela	65
4.1	Análisis del proceso de liderazgo carismático y compromiso en Arabela.	70
5.	Reflexiones finales	77
5.1	Futuras líneas de investigación	78
6.	Referencias	80

Agradecimientos

A mi madre por su amor incondicional, ya que a pesar de enfrentar sus propios retos, no ha soltado mi mano en los momentos difíciles.

A mi familia, por el ánimo con el que me recomfortaron en este proceso, sin importar los momentos trascendentales en los que no pude estar presente.

A Lupita, Mariana y Ángel, porque sin su ayuda no hubiera podido dejar mi hogar para enfrentarme a este reto. Y de manera muy especial a Azul, por orientarme en este camino para no perder de vista el objetivo.

Al Consejo de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo brindado para realizar mis estudios de maestría.

Al posgrado en Estudios Organizacionales de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, por la oportunidad de estar en un programa maestría de alta calidad y con reconocimiento internacional.; además de posibilitar la continuidad a esta investigación en su programa de doctorado.

A la coordinadora del posgrado Dra. María Teresa Magallón Diez por el apoyo durante mi estancia académica, y al Dr. Guillermo Ramírez Martínez por su respaldo para fortalecer mi formación. Igualmente a los colaboradores del área: Alejandra, Hildely, Juan Carlos, Laura y Rosalba, por el apoyo, la contención y el arropo que me han brindado siempre.

A mi director de tesis, Dr. Angel Wilhelm Vázquez García, por su compromiso y dedicación con esta tesis.

A mis lectores, Dr. Antonio Elías Zarur Osorio y Dr. Javier Neri Uribe, por la disposición para revisar y alimentar este trabajo, con sus invaluable observaciones.

A Brenda, Flor, Magali, Francisco y Emilio, por no dejarme sola en mis días grises y acompañarme en este camino a pesar de la adversidad.

A Elisa, Maravedí, Paulo y Daniel, por ofrecerme su apoyo y contención en los momentos de crisis.

Dedicatoria

A mi madre, la única persona que sin importar las circunstancias, sigue cuidando mis pasos.

Introducción

Las organizaciones empresariales modernas, han abierto la puerta a la idea de la flexibilización organizacional, como estrategia de la globalización de los mercados y a pesar del intento de colonizar los procesos. En consecuencia, ha destacado el sector dedicado a ofrecer servicios sobre el de manufactura, ejemplo de esto son las compañías de venta directa en el mundo. Dado este fenómeno, la intención de esta investigación es analizar cómo es que los vendedores independientes se comprometen con los objetivos de la organización, a través del liderazgo carismático de los enlaces gerenciales entre la empresa y los vendedores independientes.

Para llevar a cabo este análisis, se consideran diferentes condiciones sociales, políticas y económicas del contexto; debido a que se encuentra entretejido por fenómenos como: la expansión de compañías multinacionales en territorios poco convencionales; la proliferación ideológica de que el empleado es dueño de su tiempo y trabajo, por lo que las recompensas económicas que recibe pueden ser determinadas a partir de sus decisiones individuales; o la precarización laboral, como una opción ante las continuas recesiones económicas, y el aumento de la mano de obra barata, calificada y con pocas oportunidades.

Alineado a este planteamiento, se asume la necesidad de explorar que se ha teorizado con perspectiva organizacional sobre la estructura, y rescatar las aproximaciones que sí consideran al sujeto organizacional como elemento fundamental para entender a la propia empresa y sus cambios estructurales. Para este fin se busca conocer la interpretación de la vida organizacional desde los actores organizacionales, en las que se contemplen estructuras transversales que tienen una gran influencia en el problema de investigación, como el desarrollo tecnológico y el mercado.

Para esta aproximación a una empresa de venta directa y a la realidad que viven los sujetos que la integran, se contempla como punto de partida el campo de los Estudios Organizacionales, debido a que se conceptualizan como una serie de conversaciones que prioriza la construcción y reconstrucción de las organizaciones desde las particularidades paradigmáticas propias de su caso, y que con las aportaciones de su trabajo, se suman a las aportaciones que le preceden y por lo tanto a la consolidación del campo Clegg & Hardy (1996).

Como resultado de este trabajo se presentan cinco capítulos; el primero versa sobre el contexto en el que se desarrollan las organizaciones empresariales modernas y su relación con fenómenos sociales como la globalización y el capitalismo. Fundamentalmente se resalta el impacto que han tenido estos fenómenos en la organización y control del trabajo, a través de recursos como el liderazgo carismático y el compromiso afectivo que se han visto reforzados por elementos transversales como el desarrollo tecnológico y de mercado.

En el capítulo dos se desarrollan las aproximaciones teóricas al análisis de la estructura y sus funciones, pasando por una tipología que considera a los sujetos que la constituyen. Para el caso de esta investigación se enfatiza en la carismática, como resultado de las nuevas formas organizacionales y el reconocimiento de las diferencias que trajo el estudio de la organización en tiempos postburocráticos o postmodernos que propone Clegg (1990); con lo que se enmarca la necesidad reconfigurar el concepto de trabajo, sobre todo con los nuevos elementos de control con los que se vincula gracias al desarrollo tecnológico y de comunicación.

El tercer capítulo explica la estrategia metodológica utilizada, para alcanzar los objetivos de esta investigación se trabajó con un enfoque cualitativo, con perspectiva histórico – descriptiva, donde la herramienta utilizada fue el *análisis de datos* de repositorios de los artículos de investigación más relevantes y con mayor porcentaje de citación, y de tesis universitarias producto del posgrado en estudios organizacionales de la UAM unidad Iztapalapa. La intención de esta elección fue rastrear los antecedentes científicos del estado del arte sobre las estructuras organizacionales y su vinculación con el trabajo; de los resultados de la búsqueda destacan dos artículos que trabajan bajo la misma relación conceptual, pero en organizaciones muy diferentes. Además, se un contraste de los resultados bibliométricos de la temática y el panorama de la Venta Directa en el mundo. Aquí se hace hincapié en la relación que existe entre los países con mayor producción de conocimiento organizacional sobre la estructura y el carisma, con los mercados más rentables para las empresas de Venta Directa, donde sobresale Estados Unidos de Norteamérica, China, Brasil, Alemania y Malasia.

El contexto general de las empresas de Venta Directa en el mundo, su presencia en México y la descripción del caso: Arabela S.A. de C.V. se presenta en el capítulo cuatro; y ahí se explican las características económicas y de mercado que sean desarrollado en este tipo de organizaciones, vinculadas con la flexibilidad laboral del trabajo no clásico, y el compromiso emanado del liderazgo carismático manifestado por los agentes gerenciales de la zona 6580.

En el capítulo cinco se abordan las reflexiones finales, en la que se enfatiza que solo ha sido de interés científico conocer la realidad vivida en empresas de venta directa ubicadas en zonas urbanas, y con un grado de homogeneidad muy grande; bajo este razonamiento se

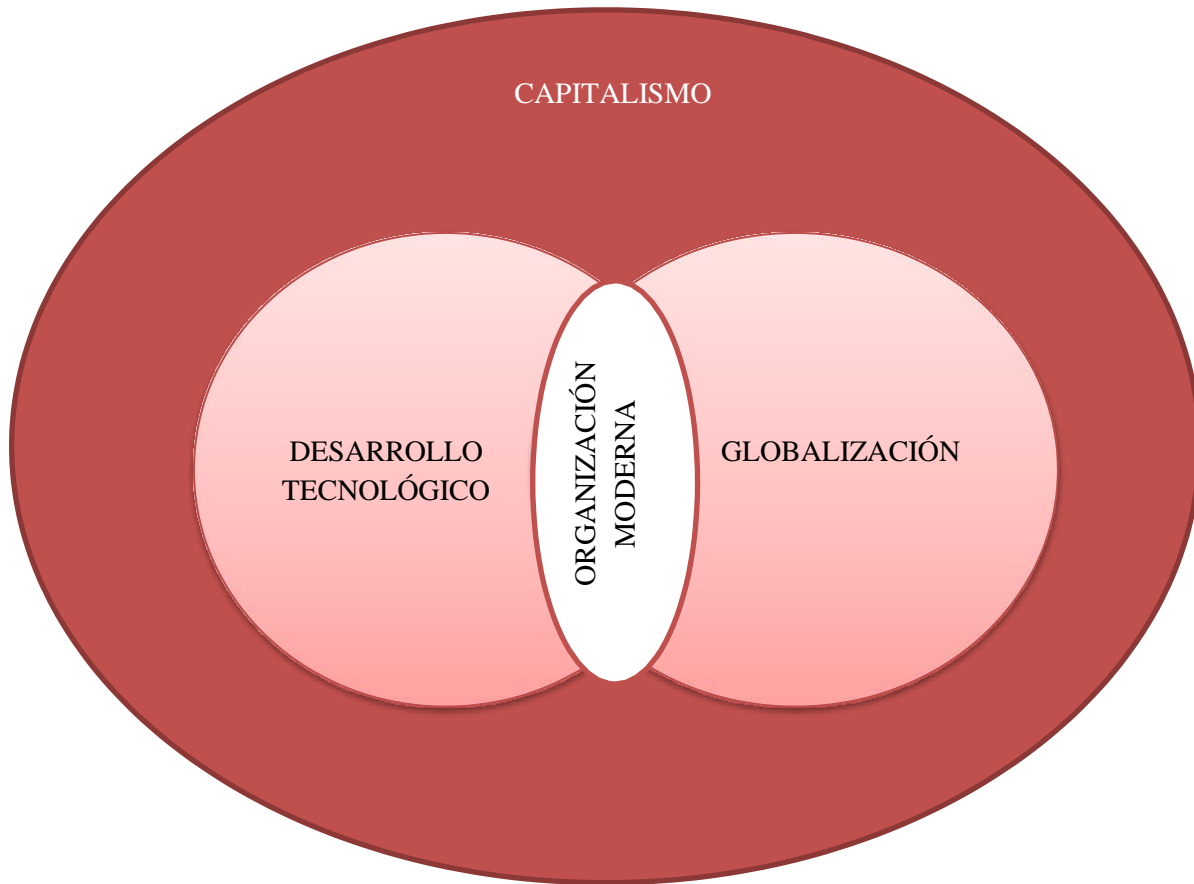
reafirma la necesidad de continuar la investigación en el doctorado. Esta decisión da paso a la propuesta de una futura línea de investigación, sobre la venta directa y el análisis del efecto que tiene el liderazgo carismático y el compromiso afectivo en los sujetos relacionados con las organizaciones de venta directa; con esta propuesta se pretende abonar al conocimiento de organizaciones locales y de sectores económicos poco estudiados.

1.-Problema de Investigación

Hoy en día muchos de los fenómenos a los que se enfrentan las organizaciones son consecuencia de los excesos de una sociedad capitalista, la cual se ha filtrado en ámbitos que se deberían guiar desde otro paradigma por ejemplo temas relacionados con la sociedad civil, el medio ambiental e incluso la política; sin embargo, los aspectos sustanciales del espectro del sistema capitalista, que ha logrado conducir esta extrapolación es la exaltación del individualismo “natural” del humano, y el impulso de esta visión por los sistemas de producción basados en el consumismo y la inmediatez (Novoa, 2017).

El impactado de la ola expansiva ocasionada por el capitalismo ha afectado la soberanía de algunas instituciones, cuya labor debiese ser el regular que los intereses económicos de particulares, no eclipsen las prioridades sociales. Las dimensiones de este fenómeno son tan grandes como producto de la globalización en el mundo, que incluso han intervenido en la gestión de muchas naciones a partir de la reproducción del modelo económico neoliberal, legitimando una sola forma de concebir la relación entre los sujetos, la mercantil. Desde esta posición es donde se gesta la intolerancia y rechazo a la diversidad de lógicas sociales que se encuentra fuera de esta dinámica económica, y que históricamente se han manifestado a través de expresiones violentas que han alimentado *fundamentalismos* (Bartra (2013)) y *fetichismos* (Novoa (2017)) que han ido cercenando la comprensión y el respeto en las relaciones sociales y en colectivo de los sujetos. En la **Figura 1** se representa el impacto del sistema capitalista en la organización moderna a través de los fenómenos sociales que ha generado.

Figura 1: Fenómenos que impactan a la organización moderna.



Fuente: Elaboración propia

A esta atmosfera tan compleja del siglo XX, se suma el gran desarrollo tecnológico, y con este, la consolidación de la organización moderna. Este tipo de organización aprovechó la tecnología para agilizar la línea de producción, y el auge de las telecomunicaciones para emprender la búsqueda de la maximización de ganancias, basada en la eficiencia de los procesos de diferenciación, flujos de trabajo continuo y actividades repetitivas. Lo anterior generó que se recurriera a una sola racionalización para resolución de problemas, sin

importar que esa lógica no se responda a todas las necesidades que se encuentran en la realidad (Clegg, 1990).

A pesar de las deficiencias adaptativas de la fórmula de la organización moderna, muchas de estas han logrado llegar al siglo XXI, no obstante, las condiciones de riesgo a las que se enfrentan por la incapacidad de prever con precisión las situaciones de crisis a las que estarán sometidas, ha propiciado que las organizaciones sobrevivientes desarrollen mecanismos de aprendizaje continuo, para modelar sistemas de gestión de riesgos en acción y en el menor tiempo posible, según Condoleezza y Zegart (2018). Para estas organizaciones, adaptarse a un mundo que en muchas áreas ha superado el pensamiento propio de la modernidad, que tenía una sola racionalización a significado grandes cambios estructurales, donde ha cobrado valor elementos que en otro momento estaban disociados de los sistemas de producción modernos como el liderazgo carismático y el compromiso afectivo.

Sumado a eso, el auge tecnológico, fertilizo el terreno para la liberación comercial y la privatización tanto de empresas como de servicios públicos, donde el reconocimiento de la importancia de las organizaciones en el orden económico, inicia cuando el capitalismo y la administración emprendieron la feroz búsqueda de la eficiencia y los modos de producción para la generación de valor, la cual se ha propagado por todo el mundo a través del neoliberalismo. En palabras de Escalante (2015) haciendo de este “el esqueleto del sentido común de nuestro tiempo”. Por lo tanto, es necesario apostar por investigar a las organizaciones desde otro paradigma que busque interpretarlas y no solo potencializarlas.

Como consecuencia de la asociación entre la globalización y el neoliberalismo, se ha modificado el orden y la forma en la que nos explicamos la vida diaria, la relación que se

tiene con el trabajo y las metas que podemos alcanzar en el mismo (Escalante 2015). Ejemplo de esto es la interacción de los sujetos entre sí, adoptando un comportamiento individualista, orientado a la satisfacción de sus propias necesidades sin la menor preocupación por las circunstancias a las que otros se enfrentan, como resultado de este comportamiento.

Es decir, el discurso dominante de lo que se ha visto como un proyecto de *modernidad* occidental, se ha caracterizado por una forma de vida *globalizada*, homogénea e individualista, acompañada de la expansión capitalista en terrenos económicos y sociales, que mantiene a esta sociedad en una perpetua dicotomía entre la colonización y la exclusión, la fractura y la fragmentación, el desarraigo y el conflicto de los pueblos y culturas (Contreras Natera 2015). Este discurso también ha generado estragos en la generación del conocimiento para autoexplicarse como fenómeno social, y la explicación dominante es lo que Contreras denomina como *neoliberalismo disciplinario*, este es un síntoma en el que los conceptos sociales del estructural- funcionalismo inundaron el campo de las ciencias sociales a consecuencia de que “Los neoconservadores alientan el poder corporativo, la empresa privada y la restauración del poder de clase. Por tanto el neoconservadurismo concuerda totalmente con la agenda neoliberal del gobierno [...] y el mantenimiento de las libertades de mercado” D.Harvey, 2007 en Contreras Natera (2015).

Este fenómeno dio paso a la tendencia de colaboración entre posturas teórico- disciplinares que tradicionalmente tenían diferencias entre sí, con la finalidad de atender a intereses cognitivos y políticos, ya que como lo da a entender González (2006), en su reflexión sobre *la comunicación en la Ciencias Sociales*, las investigaciones en sí mismas marcan una postura política del investigador y de su campo, a través de los conceptos que utiliza, así no

se encuentre expresada de manera explicitita, la orientación teórico-conceptual y su metodología da cuenta de su postura científica y política.

En esta misma situación se arraiga la idea de heterogeneidad de la constitución social como hecho natural; silenciando las múltiples voces de sus movimientos sociales, culturales y políticas. Esta imagen de la realidad cotidiana en países como México, es lo que se retoma en la denominación conocida como *tercer mundo*¹, esta expresión intenta construir una idea de unidad entre países de África, Asia y América Latina con características de estancamiento político y económico, además de un evidente “atraso cultural” (Contreras Natera, 2015).

Derivado de esta ebullición de fenómenos relacionados con la organización, emergen el estudio de organizaciones en el mundo, para el caso Latinoamérica y siguiendo la idea de Bourdieu (2010) sobre los campos científicos y su consolidación en la ciencia, los Estudios Organizacionales aun no son un campo científico dominante por la falta de producción teórica propia desde sus propios marcos de referencia. Esa consolidación es muy importante para la legitimación en las ciencias sociales, lo cual permite que los conceptos utilizados en las investigaciones tengan elementos referenciales importantes en su base explicativa, para mejorar el entendimiento de las aportaciones científicas desde la misma región y sin necesidad de buscar equivalentes conceptuales.

Existen características de los Estudios Organizacionales que causan gran ambigüedad, y que lo mantiene como un campo no consolidado, pero que a su vez aporta riqueza al conocimiento de los fenómenos organizacionales. Esta situación es complicada porque no

¹ Aunque otros autores como Montaña prefieren el concepto *realidades locales* para referirse a zonas no centrales en la toma de decisiones capitalistas.

ha arraigado una raíz fuerte en la ciencia, ejemplo de esto es el termino *organización* que no evoca referentes importantes, ni siquiera para los investigadores sociales según Ibarra (2012). Por lo tanto, en la **Figura 2** se presentan algunas de estas características distintivas para generar un referente que ubique al lector.

Figura 2: Características relacionadas con el estudio de la organización



Fuente: Elaboración propia basado en Ibarra (2012).

1.1 Carisma y compromiso organizacional en la venta directa

La convergencia de elementos relacionados con el capital y la mano de obra propicio un reacomodo de los procesos de producción en los talleres del siglo XX, dando pie al nacimiento de la *organización moderna*, y con ella la necesidad de entender su desarrollo para intentar manipularla en favor de los objetivos fijados por ápice estratégico. Entre las estrategias que se han utilizado esta la flexibilización del trabajo, la diversificación de las empresas dedicadas a proporcionar servicios y no solo productos, y el surgimiento de modalidades de trabajo no clásico, como la venta directa.

En este ambiente algunas organizaciones como las de venta directa, han vinculado el liderazgo carismático, la estructura y el compromiso afectivo de los sujetos para sobrevivir; esto cobra importancia para entender las nuevas caras que ha adoptado el sistema capitalista en las organizaciones, y que por lo tanto, el estudio de organizacional debe explorar, para que a través de su explicación y análisis se comprenda al menos una parte de su desarrollo y con ello, los cambios sociales que ha sufrido nuestra vida cotidiana.

Retomando las características del estudio en las organizaciones y sus transformaciones a lo largo del tiempo, surge de la necesidad de comprender cómo es que estas han impactado en las estructuras sociales y a los individuos que las conforman; puesto que como menciona Etzioni (1986), la dinámica personal, social y profesional de las personas es orientada, delimitada y certificada por organizaciones; sin embargo ante nuestros ojos este fenómeno pasa desapercibido, principalmente porque su impacto se ha infiltrado en nuestra cotidianidad de manera paulatina pero constante, lo cual ha derivado en la normalización de este fenómeno que impide que los sujetos que las viven sean conscientes de ella. Como lo

plantea Cheryl (2018) cuando destaca el papel de la ideología para mantener la acción colectiva y el compromiso a través de la lealtad. Un ejemplo de lo anterior lo muestran los datos de la *World Federation of Direct Selling Associations*, que ilustran como millones de personas en el todo el mundo se incorporan a una o varias empresas de Venta Directa, a pesar de que los objetivos organizacionales no contemplan a sus vendedores como una prioridad y que solo busquen mano de obra barata sin ningún tipo de responsabilidad laboral de tipo jurídico.

Este hecho ha tenido resultados positivos para los vendedores como la disponibilidad de tiempo y el ingreso de dinero extra, que está relacionado con la flexibilidad laboral que promueve la idea de libertad económica a partir del esfuerzo que ellos mismos decidan realizar, en cuanto más metas cumplan, más reconocimiento reciben; el problema es que este reconocimiento no siempre es económicamente proporcional al esfuerzo, lo cual ha sido la base para el éxito del trabajo no clásico. Entre los efectos negativos más contundentes, es la dependencia a la autorrealización desde el reconocimiento de la empresa. De ahí la diversidad de aproximaciones teóricas para analizar a una organización de este tipo y desentrañar los elementos que la componen. Debido a que cada postura teórica refiere a una narrativa que aporta una explicación parcial de las empresas de Venta Directa y el compromiso generado por un liderazgo carismático, mismo que explica el fenómeno en una temporalidad específica, pero sin ser tajante ni universal.

En este sentido, la utilidad teórica de analizar organizaciones y los elementos que la componen e identifican las fronteras que han limitado su estudio es para vislumbrar la configuración que permita trazar un camino análisis específico de acuerdo al fenómeno de estudio Hall (1996). Es decir, la estructura es solo un punto de análisis para aproximarse a

la comprensión de las organizaciones, y aunque no es el único, para esta investigación es el punto es partida más adecuado. Debido a que diversas corporaciones, como las de venta directa, piden compromiso total en situaciones contradictorias que poco valoran la humanidad de los sujetos, haciendo uso de nuevas formas de control aportadas por la tecnología para ligar esto con la lealtad del compromiso afectivo, de ahí que la intención de esta investigación sea generar vías de análisis específico de una empresa de venta directa a través del estudio del liderazgo carismático y la generación de compromiso afectivo entre los vendedores independientes.

1.2 Delimitación

En este sentido, la delimitación teórica gira en torno a tres bases conceptuales, el liderazgo carismático, el compromiso afectivo y el trabajo no clásico, el punto focal de esta investigación es adentrarse en lo recursiva forma de sobrevivir de una organización moderna en sometida a contingencias posmodernas, y como estas han generado tensiones estructurales, que han modificado el comportamiento de los sujetos, donde ellos mismo priorizan el logro de objetivos organizacionales sobre sus metas personales.

1.3 Objetivo

Analizar la relación teórica que existe entre liderazgo carismático y compromiso organizacional.

1.3.1 Objetivos específicos

- Explicar por qué la relación entre liderazgo, compromiso y estructura, puede analizarse desde el estudio de una organización de venta directa.

- Examinar el impacto del compromiso afectivo de los vendedores independientes como generadores de tensión estructural en una organización de venta directa.

1.4 Pregunta de investigación

¿Cómo se expresa la influencia del liderazgo carismático en la generación de compromiso afectivo en los vendedores independientes en de una zona geográfica de Arabela en la Ciudad de México?

1.4.1 Preguntas secundarias

- ¿Cómo es la relación de liderazgo entre los agentes gerenciales de las empresas de venta directa y los vendedores independientes?
- ¿Cuál es el efecto del compromiso afectivo de los vendedores independientes en una organización de venta directa?

1.5 Relevancia y pertinencia

1.5.1 Relevancia

Las investigaciones que han estudiado a las organizaciones de venta directa no orbitan en los ejes teóricos propios de los Estudios Organizacionales, y como resultado de la investigación histórico descriptiva realizada, se identificó que las investigaciones que analizan la relación de liderazgo carismático de los agentes gerenciales con los vendedores independientes no existen, tampoco se ha recuperado la visión de los sujetos no pertenecientes al ápice estratégico, de organizaciones relacionadas con esta actividad mercantil.

Esto es importante porque esta búsqueda es un punto de partida para una investigación con mayor profundidad interpretativa, que dé cuenta la realidad vivida en la práctica de venta directa, utilizando como marco referencial la etnografía, esto para desmarcarse de la tendencia cuantitativa que despersonaliza al vendedor independiente, como si este no tuviese capacidad de elección entre la flexibilidad laboral que ofrecen a través del trabajo no clásico y otra actividad económica.

1.5.2 Pertinencia

Con la información encontrada en las bases de datos y con una revisión estratégica algunas tesis, se logró generar la **Tabla 1**, que da cuenta de los intereses que algunas disciplinas, y la nula participación de los Estudio Organizacionales; esto a pesar de tener herramientas teóricas que permitirían analizar las formas de autoridad que generan condicionantes, en la conducta de los sujetos. Ejemplo de lo anterior es la relación entre de los agentes gerenciales de las empresas de venta directa y los vendedores independiente, puesto que al final, los sujetos no están determinados al 100 por ciento por las presiones estructurales que la organización ejerce.

Tabla 1. Análisis preliminar para la selección de casos

Núm.	Nombre de la tesis	Autor	Año	Procedencia	Grado	Orientación disciplinar	Área de la venta directa abordada	Concepto buscado
1	Trabajadoras jóvenes en venta directa: el caso de Mary Kay Cosmetics de México	Arroyo Cedillo, Mariana	2017	UNAM	Especialidad	Economía	Rol de vendedores independientes	Venta directa
2	Administración, comercialización y control interno de una compañía de venta directa en su modalidad de multinivel	Alma Delia Guadalupe Haro Ramírez	2014	UNAM	Licenciatura	Administración	Plan estratégico	Venta directa
3	La capacitación creativa para las empresas de venta directa en México	Jerónimo Colín García	2013	UNAM	Licenciatura	Comunicación	Programa de capacitación desde la empresa	Venta directa
4	Plan de recuperación de desastre en una empresa de venta directa	Mayra Vergara Enríquez	2010	UNAM	Ingeniero	Ingeniero en computación	Plan de negocios de la empresa	Venta directa

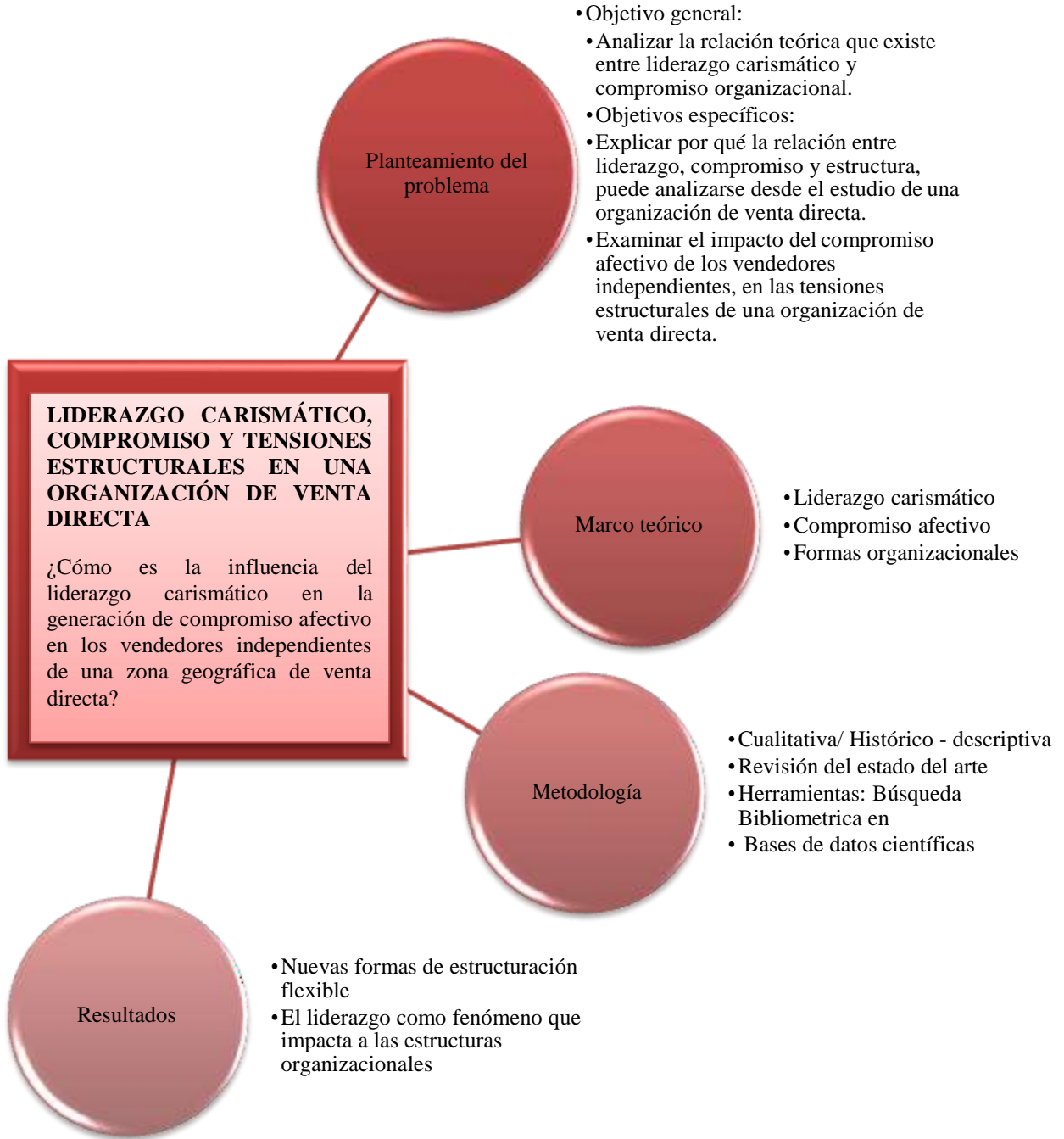
5	Propuesta de una estrategia de venta directa de un producto de la compañía Mary Kay Cosmetic's	Hortencia Granados Hernández	2005	UNAM	Licenciatura	Administración	Ciclo de venta directa	Venta directa
6	El sistema de venta directa en la economía mexicana, una alternativa de empleo para la mujer	Leticia Mendoza López	2004	UNAM	Licenciatura	Economía	Contexto socioeconómico	Venta directa
7	Reingeniería del proceso de venta directa de cosméticos	Roció Araceli Uribe Rubín	2004	UNAM	Maestría	Administración industrial	Reingeniería	Venta directa
8	El papel del psicólogo en el área de reclutamiento y selección dentro de una empresa de venta directa	Leticia Bermeo Cuellar	2003	UNAM	Licenciatura	Psicología	Reclutamiento / historia de vida	Venta directa
9	Cálculo de plan de compensación binaria en una compañía de venta directa a multinivel	Adrián López Castellanos	2003	UNAM	Licenciatura	Matemáticas aplicadas y	Sistema de ganancias	Venta directa
10	Base de datos : diseño de una aplicación Web para la venta directa de productos y servicios	Karina Elia Romo Maldonado	2003	UNAM	Licenciatura	Informática	Publicidad digital	Venta directa
11	La automatización en el control de los recursos humanos en Avon Cosmetics, S.A. de C.V.	Rocio Noemí Duran Valdez Juan Manuel Fuentes Luna Norma García Leyva María Edith Rosas Martínez Francisco Rodríguez Calderón	1999	UAMI	Licenciatura	Administración	Clima laboral	Avon
12	Campaña publicitaria para la marca color trend de Avon	Alinne Gálvez García	2011	UNAM	Licenciatura	Comunicación	Publicidad	Avon
13	Nuevo centro de manufactura y distribución AVON, México	Maurice Armando Dorantes Castillo	2000	UNAM	Licenciatura	Arquitectura	Espacio físico	Avon

14	Análisis de la publicidad de cosméticos de la línea Avon en medios impresos	Leticia Villarreal Espinosa	1997	UNAM	Licenciatura	Periodismo y Comunicación Colectiva	Diseño folleto y papel	Avon
15	La venta directa como factor de estrategia de mercado en la comercialización de productos de belleza personal : caso ilustrativo Avon Cosmetics	Eduardo Urdiales Méndez	1992	Universidad panamericana	Licenciatura	Administración	Ventas interpersonales	Avon
17	Los Jóvenes ante la flexibilización laboral y la falta de oportunidades educativas, factores para su incursión a las ventas directas en la Ciudad de México : caso de Herbalife	Mildred Samantha Escobar Serrano, Leticia Ponce Hernández	2017	UNAM	Licenciatura	Sociología	Flexibilidad laboral	Herbalife
18	Ventas por catálogo y trabajo precario. estudio etnográfico en la ciudad de México	Érica López Lara	2014	UAM	Licenciatura	Antropología social	Vida simbólica de los vendedores independientes	Ventas por catalogo
19	Desarrollo de una PyME aplicando normas administrativas y mercadológicas : para la innovación de las ventas por medio de un catalogo	Brenda Alicia Ramos Rangel	2007	Colegio Partenón	Licenciatura	Administración	No aplica	Ventas por catalogo
20	La participación de utilidades en las empresas de ventas por catalogo	Diana Murua Ornelas	2004	UNAM	Licenciatura	Derecho	No aplica	Ventas por catalogo

Fuente: Elaboración propia

Por lo tanto, realizar una investigación bibliométrica de las empresas de venta directa, el liderazgo carismático, el compromiso afectivo y su relación con el trabajo no clásico que incorpora flexibilidad laboral, puede aportar información que dé cuenta del estado del arte sobre el estudio de las tensiones estructurales que han impactado a la organización moderna y como afectan el comportamiento de los sujetos organizacionales, desde realidades periféricas.

1.6 Mapa de Investigación



Fuente: Elaboración propia

2. Tensiones estructurales en las organizaciones modernas: liderazgo carismático y compromiso afectivo

2.1 Aproximaciones teóricas a estudio de la organización

La organización es una consecuencia de la modernidad en el plano el plano social, económico, político y cultural, que ha impactado en la vida cotidiana y en los fenómenos sociales. La primera área del conocimiento que se interesó por comprender y no solo controlar sus procesos fue la Administración Científica, seguida de la Teoría de la Organización y los Estudios Organizacionales. Frederick Winslow Taylor con la publicación de *Principios de la administración científica* a principios del siglo XX, marcó un antes y un después para la administración y la configuración de las estructuras empresariales por su avasalladora búsqueda de la eficiencia, la racionalidad, la organización del trabajo, la productividad y la ganancia como objetivos fundamentales en sus prácticas (Barba 2010).

Esto generó una transición de la práctica social de la administración a un campo de conocimiento denominado Administración científica, en la que más adelante nace la Teoría de la organización; sin embargo, ante la diversificación de paradigmas surge otro campo de conocimiento en el que su preocupación de estudio trasciende a lo empresarial para intentar explicar y comprender a lo organizacional. Para diferenciar con mayor claridad las tres orientaciones disciplinares fundamentales de las que se ha estado discutiendo se presenta la **Tabla 2** en la cual se hace una comparación entre características particulares que las distinguen.

Tabla 2.- Aproximaciones teóricas al estudio de las organizaciones

Características fundamentales	Administración científica	Teoría de la Organización	Estudios Organizacionales
Contexto socio-histórico	Surge como parte del impacto de la sociedad capitalista. Su lógica racional era instaurar la eficiencia como condición de la racionalidad instrumental a diferencia de la administración como práctica social.	Nace como respuesta a un problema económico en la triada de investigación en donde se unen en los experimentos de la Hawthorne: la academia, el gobierno estadounidense y la empresa privada con la vinculación de la Western Electric Co.	Ante la limitación de la Teoría de la Organización para explicar sus fenómenos, propone una perspectiva crítica de la organización. Esto posibilita analizar elementos de las organizaciones, que sobrepasaran el problema de la eficiencia.
Objeto de estudio	La empresa y los procesos de producción	La estructura organizacional, los procesos de toma de decisiones, y las relaciones con el entorno.	La organización en sí misma, y como un objeto en construcción por los actores organizacionales.
Relación objeto –sujeto	El sujeto como un objeto organización	moldeable por la	La organización como un objeto en construcción a partir de los sujetos
Enfoque	Eliminar los obstáculos de ineficiencia en los modos de producción de la gran empresa	Potencializar la eficiencia de la empresa a través de elementos relacionados con la humanidad de los sujetos	Analiza otros paradigmas de la organización, donde el sujeto cobra vital importancia como modelador intencional o no de las realidades organizacionales, lejano al papel pasivo en él que se pensaba bajo el lente de la administración científica y en la teoría de la organización.
Método	Evolución de la investigación empírica a un método científico	Positivista- Cuantitativo Intenta describir y resolver los fenómenos organizacionales a través de recursos explicativos totalmente numéricos.	Cualitativo-interpretativo Se prioriza la interpretación de los sujetos organizacionales frente a las situaciones organizacionales, esto no

			evade el impacto de la eficiencia en la organización, peor solo es un fenómeno entre otros.
Aproximación teóricas sobresalientes	<ol style="list-style-type: none"> 1. La organización científica del trabajo. 2. La administración industrial y general. 3. La administración científica (Taylor): con el combate a la flojera sistemática. 4. división del trabajo, eliminación de tiempos muertos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relaciones Humanas 2. Burocracia 3. Escuela del comportamiento 4. La relación con el entorno(contingencia) 5. Nuevas relaciones Humanas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poder 2. Neoinstitucionalismo 3. Ambigüedad 4. Vida simbólica 5. Género
Elemento sustancial del concepto de organización en relación con la estructura	Estructura formal	Parte del supuesto de la existencia de una estructura formal y/o informal, pero con elementos claramente identificables	Reconocimiento de una estructura ambigua y compleja, con manifestaciones que dan cuenta de los elementos que la integran, pero que nos fáciles de identificar con las posiciones disciplinares anteriores

Fuente: Elaboración propia a partir de Barba (2013).

2.1.1 Conceptualización de organización

La sociedad no siempre se rigió por las organizaciones modernas y posmodernas que proliferan hoy en día, sin embargo, siempre se han estado presentes. Los primeros cuatro tipos de organización son: Iglesia, familia, Estado y Ejército, y como consecuencia de la confrontación de estas organizaciones con el capitalismo, surge casi de forma emergente la cuarta: la empresa (Barba 2019).

La empresa, a diferencia de las otras formas de organización, generó mucha preocupación científica a finales del siglo XIX, con temas como: gestión, eficiencia y maximización de

ganancias; en palabras de Reed (1996) esto propicio el surgimiento de la Administración Científica y la Teoría de la Organización, que más tarde motivaría un movimiento teórico alternativo para proponer el estudio de organizaciones en el siglo XX, llamado Estudios Organizacionales. El impacto de este movimiento llego a las ciencias sociales, tanto por la relevancia de sus temáticas como por las relaciones entre estas, y en los procesos sociales, políticos y económicos de los fenómenos organizacionales. Siguiendo a Gore y Dunlap (2006), el razonamiento anterior paulatinamente ha dejado estragos en el escenario social, como un fenómeno propio de la modernidad; además de ir creando redes de organizaciones que se organizan y gestionan entre sí, y en muchas ocasiones sin que la sociedad se dé cuenta de eso, motivo por el cual se llega a desestimar el impacto que pueden tener.

En la **Tabla 3** se explican las aportaciones de tres definiciones clásicas del concepto *organización*, en las que se puede destacar que en todas se hace mención de elementos que forman la estructura de la organización; esta revisión hace explícita la importancia de su reconfiguración a partir de contexto en el que se desenvuelva, puesto que la organización necesita capacitar a los sujetos para adecuarse a su propio sistema, para lograr las metas planeadas estratégicamente (Hall 1996).

Tabla 3.- Aproximaciones conceptuales de la organización

¿Qué es la organización?		
Autor	Aportes para comprender lo que es una organización	Característica sustancial relacionado con esta investigación
Hall (1983)	Las organizaciones tienen fronteras que los separan de otros entes El orden es un protagonista visible en los patrones de interacción, a través de la imposición de una estructura En la organización se tiene una jerarquía que guía la división del trabajo (funciones) y el poder.	Presencia de una estructura formal generada por el ápice estratégico. Además de reconocer que la organización tiene elementos que deben ser organizados estratégicamente para que la organización avance.
Etzioni (1986)	Las organizaciones son entes que están presentes en todas las etapas del ser humano. Las organizaciones certifican y vigilan la acción social Regulan, califican y sancionan el comportamiento humano, incluso el que se realiza fuera de las fronteras de la organización	La intrínseca relación social con las organizaciones en la vida cotidiana
Enriquez; Montaña (2007)	En las existen diferentes luchas: sindicales, laborales o económicas El espacio organizacional es a su vez un laboratorio para experimentar cambios con objetivos inalcanzables, pero aspiraciones Los cambios en la organización son parciales y temporales; lo que genera violencia, confusión e incertidumbre en los sujetos	Cuestiona la visión cerrada y totalitaria a través de la estructura organizacional formal y pone en evidencia la necesidad de comprender y analizar la percepción de los sujetos ante la estructura organizacional.

Fuente: Elaboración propia a partir de: Etzioni (1986), Hall (1983) y Enriquez; Montaña (2007).

Tipos de organización

Clegg (1990), aporta una reflexión sobre el estudio de las organizaciones modernas en tiempos postmodernos, donde uno de los elementos paradigmáticos más complejos de estudiar es la racionalización del mundo; puesto que la organización moderna promueve una búsqueda burocrática para alcanzar logros y triunfos, en mundo que se está abriendo a las diferencias y a la reivindicación de grupos minoritarios. En otras palabras, la modernidad

puede ser vista en procesos de diferenciación, como un paso de actividades continuas hacia actividades discontinuas. Al contrario de la posmodernidad que busca una des-diferenciación, el proceso de difuminar las fronteras entre aquellos elementos que la modernidad consideraba diferentes, lo cual permite ver que existen una serie de “modos de racionalidad” distintos pero valiosos, y cada uno aporta conocimiento, narrativa, metodología y paradigmas propios, donde el contexto cultural está delimitado institucionalmente.

2.1.2 Nuevas formas organizacionales

Las organizaciones no tienen una sola configuración para constituirse; sin embargo, se pueden distinguir seis aristas 1-Tamaño de la fuerza de trabajo, 2-Objeto de trabajo, 3-Medios de trabajo/ medios de producción, 4-División del trabajo, 5-Propiedad y control y 6-Control del trabajo con las que se contornea la noción de forma organizacional, estas aristas se dividen en dos polos: antropocéntricas y tecnocéntricas. En la **tabla 4** se mencionan características y ejemplos de las seis aristas alrededor de la forma organizacional.

Tabla 4.- Formas organizacionales

Nuevas formas organizacionales		
Tipo	Características	Ejemplo
1-Tamaño de la fuerza de trabajo	Dinamismo, innovación, flexibilidad e informalidad empresarial	Corporaciones multinacionales como Avon cosmetics
2-Objeto de trabajo	Habitualmente se diferencian entre las que producen utilidades, servicios o símbolos. Mismos que se vinculan con la toma de decisiones.	Metas de la organización: más ventas, atención posventa, atención personalizada
3-Medios de trabajo (medios de producción).	Se relaciona con la tecnología utilizada en la producción	Maquiladoras, laboratorios o centros

4-División del trabajo	A partir de una forma de control y coordinación del trabajo, según el grado de división tecnológica y las competencias de la fuerza trabajo.	informáticos/programación Redes de vendedores, promotores de crédito
5-Control del trabajo	Tiene que ver con la naturaleza de la fuerza, la autoridad, la coordinación y el control administrativo en la producción.	Agentes intermedios entre obreros y ápice estratégico
6-Propiedad y control	Control jerárquico asociado con burocracia	Organigrama y distribución de funciones según el manual de puestos

Fuente: Elaboración propia basada en Heydebrand, Wolf (1989)

Algunos ejemplos de las nuevas formas organizacionales en el siglo XX son: *la organización integrada-innovadora*: se caracteriza por empleados con formación universitaria, que realizan actividades intelectuales y tecnológicas complejas; *mercados, jerarquías y centros de ganancias*: se caracteriza por la centralización/descentralización simultánea para adaptarse a las nuevas formas de generar ganancias; *nichos, límites y formas*: adoptan el institucionalismo para que los miembros no presten atención a la toma de decisiones y prioricen el compromiso con la cooperación; *del clan a la adhocracia*: refiere a un grado de formalización menor, trabajan por proyecto en pequeños grupos y relacionadas con servicios postindustrial, que incluye organización del trabajo informal y flexible.

2.2 La estructura en el análisis organizacional

Desde un análisis funcionalista y descriptivo, Mintzberg es uno de los representantes más significativos en la estructuración de las áreas estratégicas de la organización. Sin embargo, el solo retomaba elementos formales relacionados con el control y la coordinación de la planta de trabajo; en esta visión las personas solo eran consideradas como operadores mecánicos de producción, y como otro componente de la organización, a los que

necesitaban ajustar sus patrones de comportamiento para lograr los objetivos gerenciales; desde la propuesta de Mintzberg (2005), se consideraron las siguientes áreas de la organización: cumbre estratégica, tecnoestructura, línea media, soporte staff y núcleo operativo; su aportación sirvió en su momento para dividir las tareas y formar un organigrama funcional, de acuerdo a las habilidades de los sujetos.

Actualmente la realidad que viven las organizaciones ha rebasado por mucho el planteamiento anterior, ya que las organizaciones han tenido que recurrir a otras explicaciones teóricas que den cuenta de sus fenómenos, como la construcción de patrones de acción colectiva a partir del compromiso generado por el liderazgo carismático en empresas que desarrollan el trabajo no clásico, para mantenerse vigentes, por ejemplo las organizaciones de Venta directa; estas son el claro ejemplo de que existen más elementos de estudio en las estructuras organizacionales que la tradicional dualidad entre lo formal y la informalidad por cuestiones culturales.

El tema de las estructuras organizacionales es una constante en el análisis de la organización, mismo que se suele relacionar con el entorno, la tecnología y el sector económico. Sin embargo, Montañó retoma el aporte de Enriquez al añadir un elemento más para avanzar en el estudio de la estructura: el actor social como eje. A partir de esa propuesta se construyen cinco tipos de estructuras organizacionales como resultado de la burocracia de Weber: carismática, burocrática, cooperativa, tecnocrática y estratégica. En la **Tabla 5** se concentran las características de cada una.

Tabla 5.- Tipos de estructuras según Enriquez

Tipos de estructuras según Enriquez	
Carismática	Se basa en el reconocimiento de características extraordinarias del líder. Su función principal es el liderazgo, la división del trabajo poco elaborada y toma de decisiones centralizadas. Incentiva el deseo por la autorrealización a través de un mensaje seductor y dirigido a sujetos sumisos.
Burocrática	Basada en reglas impersonales y racionalidad instrumental, los miembros solo la ven como una fuente de ingreso.
Cooperativa	La idea de interiorización de los fines sociales fundamenta el sentido y participación de sus miembros. El trabajo es entendido como una forma de incidir en los problemas sociales, por lo tanto la división del mismo es poco formalizada.
Tecnocrática	Retoma elementos carismáticos, sustentados en el saber especializado y una racionalidad burocrática, con el plus de la tecnología.
Estratégica	Es el prototipo de la empresa privada internacional, donde incorpora el involucramiento total del individuo en la organización. De tal forma que la estructura es flexible, pero dirigida al trabajo en procesos para eliminar lo que pueda mermar el desempeño.

Fuente: Elaboración propia basada en Montaña (2007).

El origen de la estructura data del miedo a la incertidumbre de: lo ambiguo, caótico, desordenado y conflictivo; este hecho se gesta debido a que esos conceptos orbitan muy cerca del de *libertad*, y esa palabra representa amenaza. Esta tajante resolución es consecuencia de la necesidad de tener el control todo el tiempo y de todas las cosas, por lo tanto la ciencia administrativa diseñó modelos formales para mantener contenida a la organización empresarial, y que no se vea comprometida la producción y la eficiencia (Montaña 2007). Por lo tanto, existen muchas interpretaciones de lo que es una estructura, en la **Tabla 6** se desdénan solo tres como ejercicio ilustrativo para contextualizar al lector.

Tabla 6.- Concepto estructura

Autor	Definición de estructura	Características
Hall (1996)	Las estructuras son una construcción de algunos actores organizacionales, y el resto de personas pueden o no estar de acuerdo con los términos definidos. El diseño de la estructura puede ser una imitación de otra que cuenta con aceptación por el gremio al que pertenece la organización. Están en constante renovación y rediseño.	Se ven afectadas por el contexto y la cultura
Hodge; Gales (2003)	Marca al modelo de sistemas abiertos como el origen teórico de la estructura La estructura organizativa describe la coordinación dentro de la organización La toma de decisiones, la mano de obra y la normatividad son pilares sustanciales de su esencia	La contingencia y contexto organizativo
Mintzberg (2005)	La estructura se define a partir de los términos en los que se desarrolla el trabajo	Adaptación, control y normatividad

Fuente: Elaboración propia a partir de Hodge; Gales (2003), Hall (1996) y Mintzberg (2005)

En otras palabras, la configuración de la estructura organizacional no es un hecho inocente y desvinculado con los propósitos formales de la organización, es decir, la generación de un modelo que coordine las funciones de cada área de la organización tiene una intención que obedece al cumplimiento de las metas organizacionales. Desde este razonamiento, la forma en la que se organiza el trabajo de los sujetos organizacionales propiciara una reconfiguración continua de este proceso. Por lo tanto, se encuentra en un permanente estado de adaptación según su función. En la **Tabla 7** se explican las tres funciones recurrentes que (Hall 1996) propone.

Tabla 7.- Enfoque clásicas de la estructura

Función	Descripción	Medio de ejecución
Primer función	Las estructuras tienen la intención de elaborar productos organizacionales y alcanzar objetivos organizacionales	Planeación estratégica
Segunda función	Las estructuras se diseñan para minimizar, o por lo menos regular, la influencia de las variaciones individuales sobre la organización. Las estructuras se imponen para asegurarse de que los individuos se ajustan a los requisitos de las organizaciones, y no viceversa.	Manuales de puesto y procesos
Tercer función	Las estructuras son el ambiente donde se ejercita el poder (también las estructuras fijan o determinan que puesto tienen poder en primer lugar), donde se toman decisiones (el flujo de información que entra en una decisión está determinado en gran parte por la estructura) y donde se desarrollan las actividades de las organizaciones	Organigrama

Fuente: Elaboración propia a partir de Hall (1996).

Estas funciones nos ilustran al menos tres niveles de interés en las organizaciones, el primero relacionado con la naturaleza de producción, y del logro de objetivos a través de una planeación; el segundo se encuentra vinculado con el ambiente que rodea a las organizaciones, debido a que de este medio se pueden filtrar acciones que perturben el comportamiento de los sujetos organizacionales; y el tercer nivel se enfoca a las relaciones sociales en el interior de la organización, en el que intervienen fundamentalmente el ejercicio de poder, donde se puede propiciar grandes conflictos que posteriormente necesitaran tratarse desde estrategias no necesariamente ligadas a un beneficio económico.

2.3 Liderazgo carismático y Compromiso

La relación entre el concepto de liderazgo y compromiso emana de la dominación carismática propuesta por Weber, lo cual permite convertir una acción comunitaria libre en una asociación racional, haciendo de esta parte de la base que sostiene la explotación industrial capitalista. Desde esta perspectiva se entiende a la dominación como: una

instrucción que un individuo que da a otro, y que el segundo sujeto aceptación y ejecuta, y que por voluntad propia no hubiera realizado. En este sentido Weber (2002), propone tres tipos de dominación legítima, es decir que son aceptadas y reconocida por los sujetos organizacionales. La primera es la dominación legal, seguida de la dominación tradicional y por último la dominación carismática. A pesar de que la dominación como tema resulta muy interesante de analizar, en este caso la que se requiere puntualmente es la carismática, debido a que todo el poder se encuentra reunido en la figura de una sola persona, un agente gerencial; este sujeto es poseedor de poderes sobrenaturales (*Carisma*) y facultades fantásticas que lo hacen especial ante el resto de sujetos, produciendo una emoción seductora que genera devoción (*liderazgo*) Weber (2002).

Los seguidores de esta especie de mesías tienen un sentimiento de responsabilidad ante las tareas que se le asignan (*compromiso*), por lo tanto hace lo que sea necesario para cumplir las expectativas que el líder carismático le manifiesta. Este comportamiento en algunas ocasiones se antepone a los deseos personales de los sujetos que obedecen, este como resultado de la habilidad del líder con los diversos procesos comunicativos que establece, lo cual se implanta como parte de la vida cotidiana, haciendo casi imperceptibles sus efectos a largo tiempo. No obstante, si la figura del líder quiere ser remplazada se puede romper “el encanto” Weber (2002).

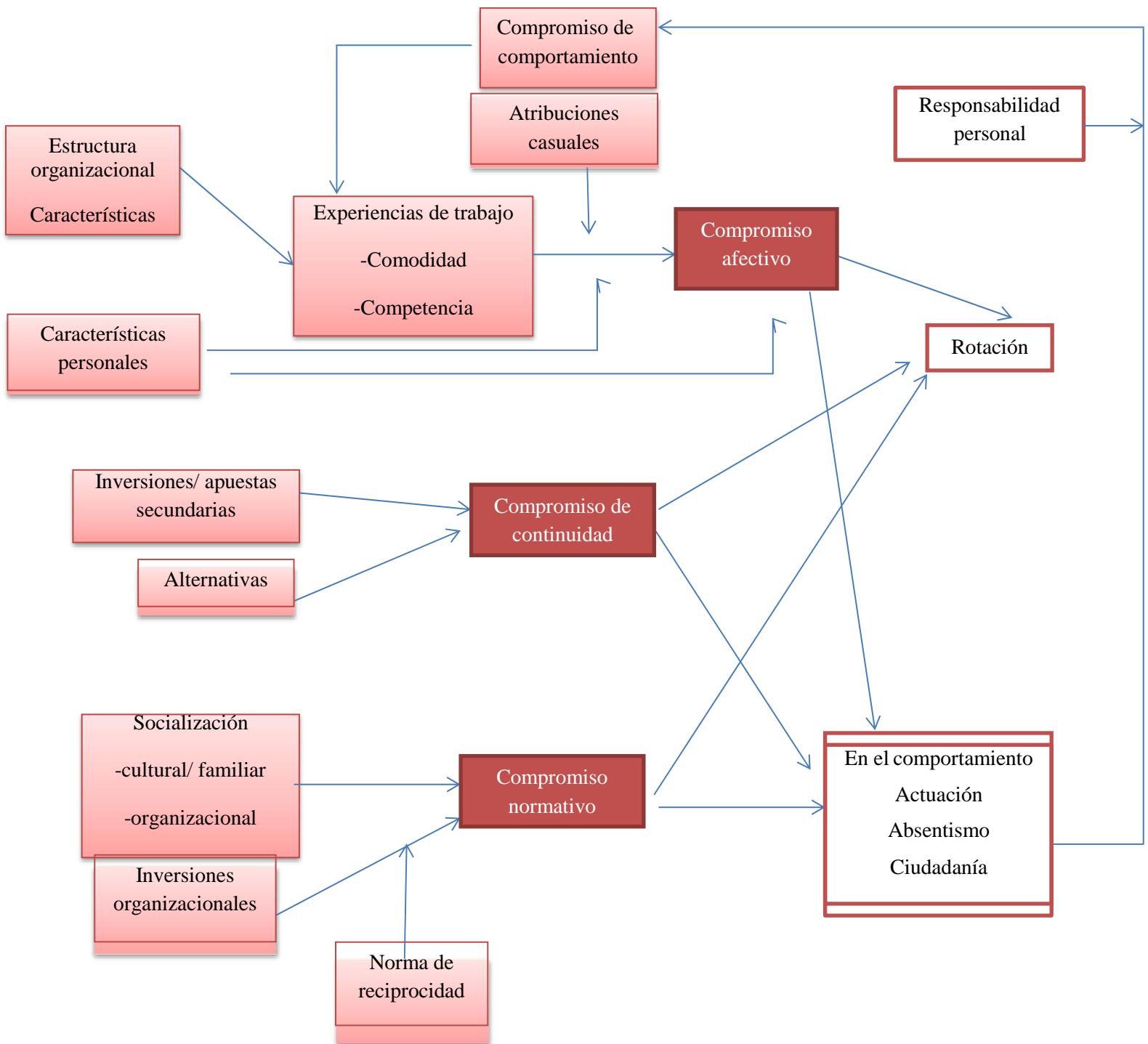
Postura que se comparte en las investigaciones actuales como en la investigación: *Charismatic leadership among nursing professionals: an integrative review*, en la que sus autores: De Moura, Hayashida., Bernardes, Ariane y Gabriel (2019) puntualizan al liderazgo carismático como una habilidad significativa para quienes son profesionales de enfermería, ya que ellos se enfrentan a situaciones de crisis y cambios, en donde las

emociones humanas están muy sensibles, por lo que hacen un llamado a generar más investigación al respecto.

En la misma dinámica está: *Charisma, collectives, and commitment: hybrid authority in radical feminist social movement organizations* de Cheryl (2018), que inicia su investigación preguntándose ¿Porque los individuos participan en los movimientos sociales? Sin importar que la acción colectiva en ese grupo conlleva un gran riesgo; la conclusión a la que llegan es que ese tipo de organizaciones promueven una autoridad fusionada con el carisma, lo cual promovieron la acción colectiva y el compromiso, por la carga ideológica que transmitían a través del lenguaje. Esta cualidad resalta su viabilidad para desarrollar grupos masivos como los movimientos feministas.

Para el caso específico de las organizaciones de venta directa el compromiso al que se hace alusión es al compromiso organizacional, definido por Meyer y Allen (1991) como “un estado psicológico que caracteriza la relación ente una persona y una organización y una organización” de este estado, depende la toma de decisiones de los sujetos, sobre todo las relacionadas con su permanecía en la misma. Estos mismos autores especifican que este compromiso posee tres componentes sustanciales: el *afectivo*, el cual crea una relación emotiva con la organización; de continuación, que da sentido al sujeto para no terminar su relación con la organización; y el normativo, que hace que la permanecía se vea como un acto de reciprocidad obligatorio. En la **Figura 3** los Meyer y Allen (1991) explican la relación que tiene cada elemento con otros elementos organizacionales con los que se arraiga el compromiso.

Figura 3.- Modelo de compromiso organizacional de tres componentes



Fuente: Meyer y Allen (1991), P. 68

A partir de la propuesta de Meyer y Allen se puede vislumbrar la importancia del entender al trabajo como una experiencia en sí mismo, y que no solo dependen de elementos económicos-salariales. Los otros elementos que enriquecen la experiencia también vinculan con componentes emocionales flexibles, que posibilitan el *compromiso de comportamiento* alineado a la estructura de la organización; esta perspectiva es retomada por los estudios sobre el trabajo no clásico, en este mismo contexto lo que Meyer y Allen denominan como *características personales y atribuciones causales*, para el caso específico de las organizaciones de la venta directa puede estar relacionado con el liderazgo carismático, de ahí la importancia de retomar el análisis del trabajo dentro de los estudios de la organización.

Relación con el trabajo clásico y no clásico

De acuerdo con De la Garza (2013) los conceptos de trabajo, mercado y capitalismo han estado entrañablemente ligados desde el siglo XX, por la idea de relación equitativa entre salario y fuerza de trabajo; esto deja fuera del esquema al autoempleo, trabajo comunitario ya al trabajo no remunerado del hogar. En otras palabras, para que exista una relación laboral tiene que existir un trabajador y un empleador que pague por el uso de su fuerza de trabajo, para la generación de plusvalía, y uno de los sectores en los que más se reconoce este tipo de relación laboral es en la manufactura, es decir en la creación de productos tangibles. El concepto que define esta modalidad laboral es: *trabajo clásico*, el cual implica la fabricación de productos físicos, la jornada de trabajo, las áreas de trabajo, además de la relación con las actividades externas como el tiempo con la familia o el tiempo de ocio De la Garza (2013).

Desde la Sociología industrial, se comenzó a estudiar la relación laboral de los sujetos con las formas de trabajo clásicas ya descritas en el párrafo anterior, y lo que se salía de esa modalidad era considerado como trabajo atípico; pero a finales del siglo XX y lo que va del siglo XXI, la Sociología del trabajo ha retomado el análisis de características culturales y cognitivas de lo *a típico* de lo laboral, que se sustenta en componentes subjetivos, lo que recibe el nombre de *trabajo estético*, línea de investigación con gran auge en su campo De la Garza (2013). No obstante, la consideración de lo informal, no estructurado, sin seguridad y atípico como componentes del trabajo, aún quedaba la disyuntiva si en este rango también entran los servicios o si necesitaba un concepto específico para empezar a teorizar sobre esta actividad.

Los economistas definen como *producción de intangibles* al trabajo no clásico y a los servicios, pero no profundizan en estudiar sus características y la diferencia de la capacidad de producción de lo tangible y lo intangible. De la Garza (2013). A consecuencia de esta complejidad para estudiar el trabajo, De la Garza aporta tres formas de trabajo no clásico: interactivo, producción de símbolos sin intervención del cliente y el trabajo que requiere del cliente para que reciba el servicio, mismos que se ejemplifican en la **Tabla 8**; en esta tipología se combinan aspectos de la producción inmaterial referida por Marx y elementos del trabajo clásico.

Tabla 8.- Trabajo no clásico

Trabajo no clásico		
Tipo	Característica	Ejemplo
Interactivo	Lo que se vende es la interacción y la logística de esa interacción	Servicios funerarios
Producción de símbolos sin intervención del cliente	La codificación simbólica o lingüista para ser comercializada	Isotipos, imagotipos, entre otros
El trabajo que requiere del cliente para que reciba el servicio	El cliente revisa la mercancía, la prueba, la transporta al área de caja, paga por ella e inclusive la empaqueta	Centros de autoservicio cosmético

Fuente: Elaboración propia basada en De la Garza (2011) y (2013)

En todos los tipos de trabajo no clásico existen elementos emocionales, estéticos, cognitivos y éticos. Sin embargo, en cada situación destacan uno más que otro, dependiendo de la naturaleza del caso. No obstante, al reconocimiento de elementos no relacionados directamente con la producción tangible, no se pretende desestimar la posibilidad de que en proceso exista algún tipo de dominación sobre los obreros, orquestada principalmente por el ápice estratégico de las organizaciones y aplicada por los agentes gerenciales. Ejemplo de esto es el trabajo cognitivo como el que se desarrolla en la venta directa y que De la Garza define como:

Este “*general intellect*” si es público y externo al proceso productivo, pero tiene que ser interiorizado para ser parte de la fuerza de trabajo y de su valor, es social, pero tiene que encarnar en el trabajo vivo para ser productivo. Aunque en las condiciones actuales cuando este es suficiente para trabajar, se trata de las actividades menos calificadas de los servicios De la Garza (2013, Pp. 30).

3. Metodología y Tipo de Investigación

Establecer una estrategia que oriente las pericias del investigador en su actividad, a través de un sentido lógico como el método científico, con la impronta de alcanzar una cobertura eficaz y efectiva de los objetivos planteados; mientras se fortalece la coherencia del conocimiento producido con este esfuerzo, para alcanzar a realizar una aportación relevante, al menos al campo de conocimiento de procedencia es lo que se entiende como *metodología* (Aguilera, 2013). En cuanto a la metodología que se ha utilizado, se eligió una perspectiva *cualitativa*, de corte histórico descriptivo, por el recurrir al análisis de documentos; por ende, en este capítulo se abordan las características de esta estrategia, con la finalidad de proporcionar al lector un campo explicativo que lo oriente en el proceso que se ha desarrollado.

Previamente a esto es necesario recordar que esta investigación se desarrolla en el campo de conocimiento de las ciencias sociales, donde la investigación social que se desarrolla es una forma de conocimiento que se identifica por la construcción de evidencia empírica, la cual se distingue por tener tres pilares fundamentales que soportan dicha evidencia: el marco teórico, los objetivos y la metodología; estos pilares no tienen niveles jerárquicos que limiten su interacción, por el contrario, en la ejecución de la investigación se piensan en conjunto. Se hace mención de este hecho, porque la metodología se compone del conjunto de procedimientos o métodos para la construcción de la evidencia empírica ya mencionada y es susceptible de modificaciones imprevistas pero necesarias.

De acuerdo con el manual de metodología del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) publicado desde el 2005, se reconoce que en las Ciencias Sociales

existen dos paradigmas metodológicos: el cualitativo y el cuantitativo. Así mismo, es pertinente aclarar que cuando se hace referencia al sentido lógico de la metodología, lo que se pretende explicar es que no existe una estrategia universal que sea útil para cualquier tipo de investigación, debido a que las condiciones de cada caso son diferentes entre uno y otro; es decir que cada trabajo responde a una lógica interna de investigación (Dalle, Boniolo, Sautu y Elbert; 2005).

Las variaciones que posibilitan el acercamiento a la problemática según sean sus particularidades, es lo que denominamos método y es una serie de pasos que el investigador delimita en el proceso de generación de conocimiento de acuerdo a sus alcances de aportación; cada paradigma metodológico tiene sus métodos específicos según su naturaleza epistémica, mismos que le permiten atender los objetivos de investigación fijados y dependientes de marco teórico elegido previamente (Dalle, Boniolo, Sautu, Elbert; 2005).

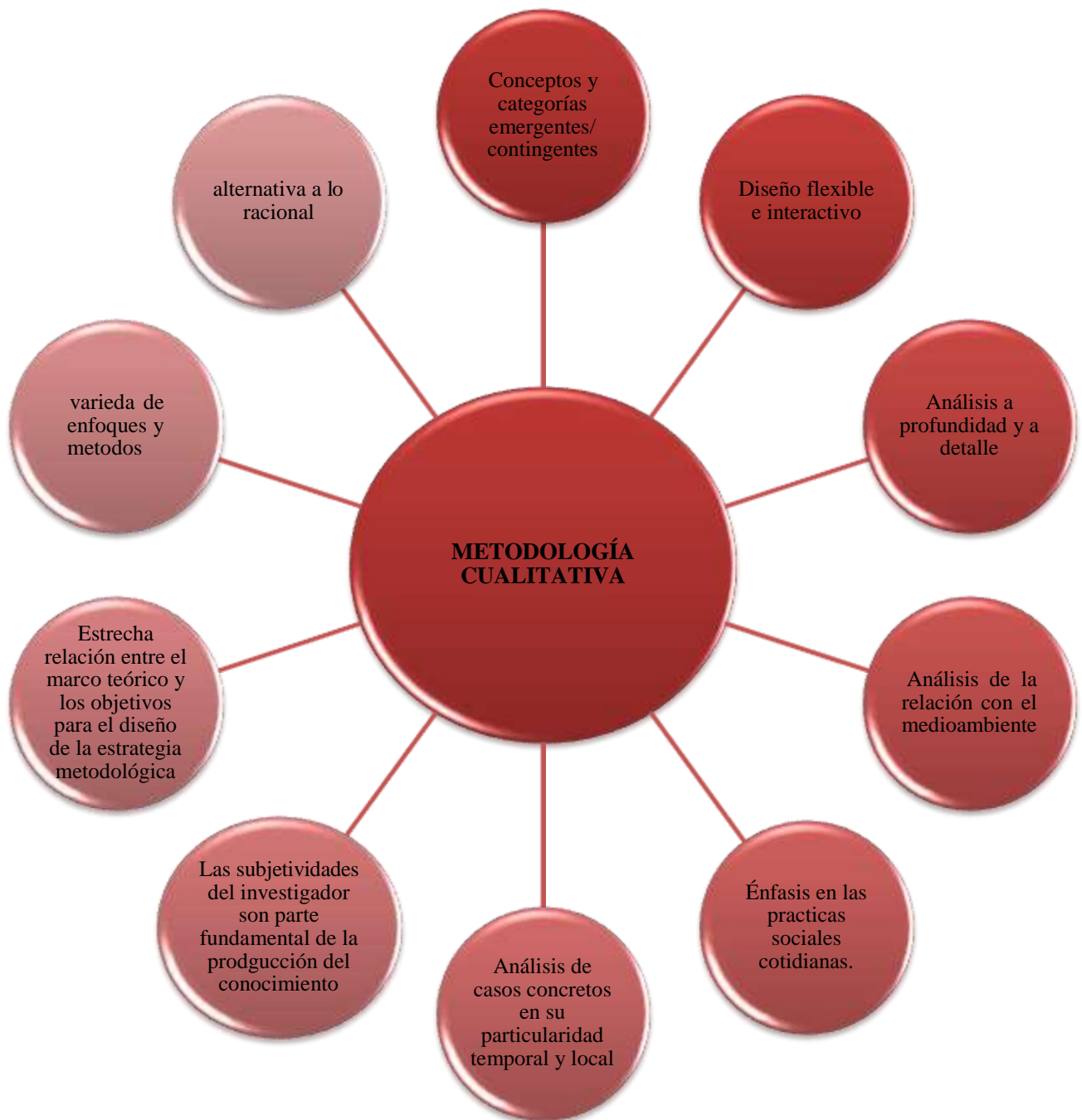
3.1 Enfoque cualitativo

En la metodología cualitativa no existe un consenso entre los autores que se han propuesto caracterizarla, esta falta de uniformidad también alcanza a la nomenclatura que conceptualizar a las herramientas y métodos para acercarse al conocimiento en la investigación. Sin embargo, esto es coherente con el propósito de resolver interrogantes concebidas a partir de las anomalías (lo que se queda al margen de la normalidad) de la investigación naturalista; diferenciándose de lo cuantitativo al preferir la explicación y comprensión antes que el propósito de indagar, resaltando el papel personal que el

investigador adopta, para descubrir el conocimiento y no construido (Álvarez- Gayou 2003).

Como reflexión de estas posturas, se puede resaltar que la metodología cualitativa promueve una dinámica interpretativa de investigación, desde un tratamiento comprensivo y abierto a la configuración del objeto de estudio; a partir de la diversidad de posibilidades para recabar datos (Flick 2004), a diferencia de la cuantitativa que conserva tendencia a una lógica experimental, estandarizada y cuantificadora. En la **Figura 4** se realiza el esfuerzo por puntualizar las características fundamentales de la metodología cualitativa que han sido relevantes para esta investigación, por fortalecer el reconocimiento de la importancia de los marcos referenciales interpretativos como base para explicar el caso del liderazgo carismático y el compromiso en la Venta Directa.

Figura 4.- Características de la metodología cualitativa



Fuente: Elaboración propia basada en: Dalle, Boniolo, Sautu, Elbert, (2005); Flick, (2004); Vasilachis, (2006); Noguero, Fernando (2002).

3.1.1 Marcos referenciales interpretativos

Para escoger el o los métodos a utilizar en una investigación cualitativa, se debe atender a que marco referencial al que corresponde, y si este es coherente con la postura teórica adoptada. Álvarez- Gayou (2003), menciona que en este paso es cuando mayor confusión existe, por lo que retoma la propuesta de Thomas Schwandt al clasificar los marcos interpretativos en dos grandes grupos: los constructivistas y los interpretativos. Los constructivistas a pesar de interesarse por la experiencia humana y cómo la viven los sujetos, se guían por la siguiente premisa: “la verdad objetiva resulta de la perspectiva [...] el conocimiento y la verdad son creados por la mente, y no descubiertos por ella” Álvarez- Gayou (2003). Por otro lado, los interpretativos se orientan a comprender el significado de los fenómenos sociales, posicionándolos en un polo opuesto a la explicación científica de las ciencias naturales.

A raíz de esta diferenciación: Flick (2002), Álvarez- Gayou (2003) y Cresswel (2009), reconocen algunos métodos que desde su perspectiva consideran alineados a las características del marco referencial interpretativo, en este ejercicio sus consideraciones no son idénticas, sin embargo, concuerdan al señalar a la fenomenología y la etnografía dentro de este marco; mismos que se explican a continuación, junto con el interaccionismo simbólico por sus peculiares aportes.

3.1.1.1 Interaccionismo simbólico

Este paradigma concibe que los actos realizados por una persona, se ejecuten de acuerdo a una base de significados compartidos por la interacción con otros seres humanos; además que como principio metodológico mantiene una perspectiva que busca conocimiento

verificable de la vida de los grupos humanos y su conducta. Desde esta postura es necesario que el investigador esté presente en el lugar donde se lleva a cabo la interacción., por lo que la ubicación del espacio físico de este fenómeno debe ser resultado de una etapa previa de exploración, donde sea el investigador el que descubra el sitio y no sea inducido por terceros; a partir de lo anterior se puede buscar relaciones teóricas que aporten un marco conceptual para abordar el fenómeno. De acuerdo con Álvarez- Gayou (2003), este paradigma se sostiene en tres premisas fundamentales:

Los seres humanos actúan respecto de las cosas basándose en los significados que estas tiene para ellos, los significados de tales cosas derivan de la interpretación que la persona tiene con otros seres humanos, y los significados son manejados o modificados por medio de un proceso interpretativo que la persona pone en juego cuando establece contacto con las cosas Álvarez- Gayou (2003, pp. 65).

Es decir, la base del interaccionismo simbólico expresado en líneas anteriores está compuesto por dos etapas: la primera es que una persona al tener interacción con otras personas, se ve expuesta a una carga simbólica social, que necesita utilizar para compartir significados a través del lenguaje; mientras que en la segunda etapa la misma persona se apropia parcialmente de esa carga simbólica, a partir de un proceso de resignificación, lo que genera referentes simbólicos dependientes de los factores pragmáticos. Estas características de este proceso no se aplican de automáticamente, sino que se va deconstruyendo y reconstruyendo constantemente.

3.1.1.2 Etnografía

Su origen se encuentra en la antropología cultural, por lo que nace como un cuestionamiento frontal a lo cuantitativo, analiza los modos rutinarios de la gente y como le van dando sentido al mundo en su vida diaria y a los significados culturales, como resultado

del análisis del comportamiento humano. El reto más importante para el investigador en este método es analizar un proceso social dentro de un ambiente conocido como si él fuese antropológicamente extraño, y reconocer los supuestos que él mismo ha dado por hecho en su mismo contexto, para resaltar lo sustantivo de lo formal, lo genérico de lo tópico, por ejemplo: observar los actos desviados (desobediencia a la regla-normatividad) ante las reglas, el tratamiento que se le da a las personas desviadas y como se da el desarrollo de la desviación Hammersley; Atkinson (1994).

Desde la perspectiva de Wolcott (1999), la primera pregunta que un etnógrafo se debe formular con respecto a una posibilidad de estudio es ¿Qué está sucediendo aquí? O ¿Qué es lo que las personas de esta situación tienen que saber para hacer lo que están haciendo?; para dar respuesta a estas interrogantes Álvarez- Gayou (2003) menciona que se requiere una observación participante prolongada en el grupo en cuestión. Como resultado de la variedad de grupos susceptibles de análisis, Boyle (1994) ha propuesto cinco tipos de etnografías que se explican en la **Tabla 9**.

Tabla 9.- Tipos de etnografías

Tipo de etnografía	Característica	Ejemplo
Procesal	Analiza procesos sociales	Proceso de sucesión de autoridades ejidales en comunidades agrícolas
Holística o clásica	Se enfoca en estudiar grupos amplios	Observación participante en comunidades Menonitas
Particularista	Grupos en condiciones particulares o en una unidad social	Estudio un grupo de personas homosexuales de la tercera edad
De corte transversal	El estudio se lleva a cabo en un momento determinado del grupo investigado, no relacionado con la cronología histórica	Observación participante en las brigadas de un censo de INEGI
Etnohistórica	Análisis a partir de la importancia de los sucesos históricos del pasado en el presente.	Análisis en un grupo de sobrevivientes del genocidio de estudiantes en 1968 en México

Fuente: Elaboración propia basado en Álvarez- Gayou (2003)

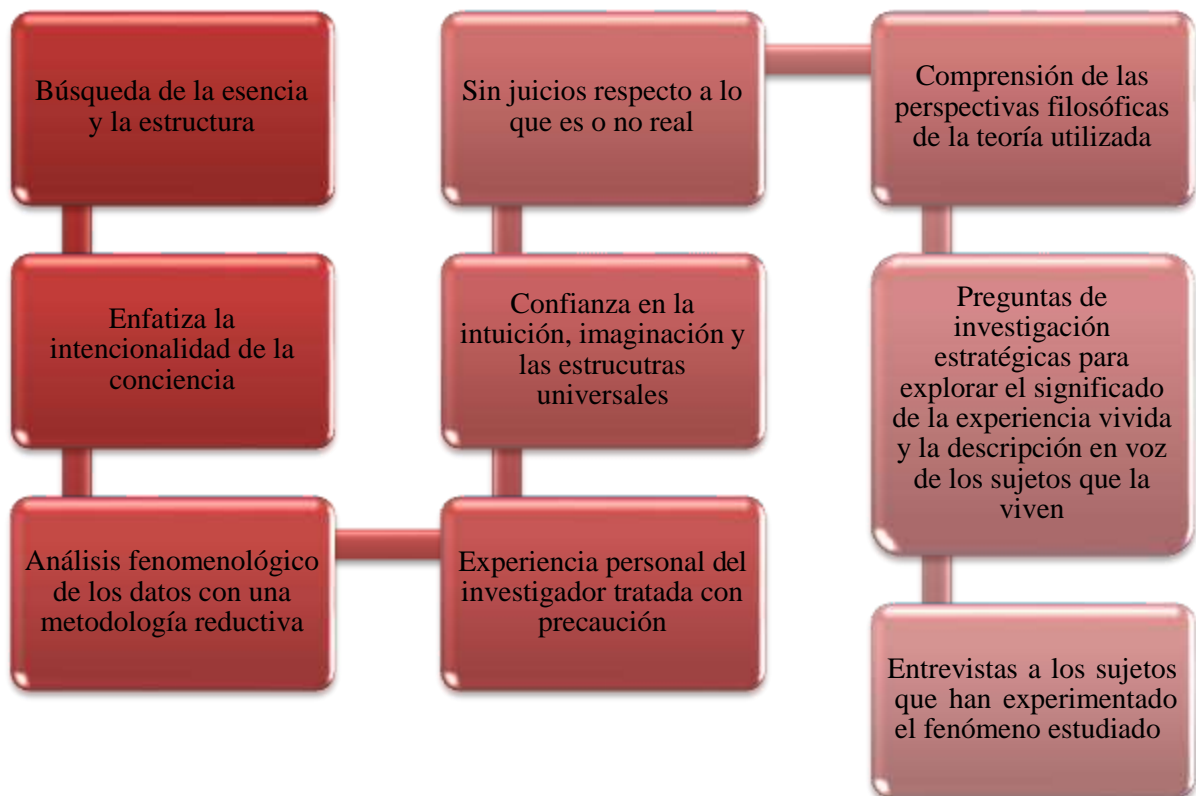
3.1.1.3 Fenomenología

Este método se enfoca en la experiencia personal, a través de cuatro conceptos clave de lo vivido: la temporalidad, el espacio, la corporalidad y la relacionalidad o comunalidad (Álvarez- Gayou 2003). Guiados por dos premisas fundamentales, la primera relacionada con el *cómo* vive una persona el mundo y no como lo piensa; la segunda refiere que las experiencias de las personas solo pueden ser entendidas dentro de sus propios contextos, y no en una recreación de laboratorio, ya que lo fundamental es la relación humana con los objetos, otras personas, sucesos y situaciones cotidianas (Morse y Richards 2002).

Además, desde esta perspectiva se intenta eliminar los elementos causales de la interpretación, cualidad que da viabilidad a este método para estudiar los procesos y estructuras sociales (Behar 2008). El análisis de este paradigma comienza con un investigador sin ideas preconcebidas sobre los sujetos, y abierto a aprehender toda la

información que las personas estén dispuestas a proporcionarle; ya que el análisis de los datos recabados será la base para transformar la experiencia humana vivida, en una expresión textual Álvarez- Gayou (2003). En la **Figura 5** se resume el aporte de Cresswell (1998), sobre las características generales que deben estar presentes en un trabajo fenomenológico:

Figura 5.- Resumen de características generales de un trabajo fenomenológico



Fuente: Elaboración propia basado en Cresswell (1998), citado en Álvarez- Gayou (2003).

3.1.2 Perspectiva histórica descriptiva

La importancia de esta estrategia metodológica es dar seguimiento puntual a los objetivos de investigación que ya han sido delimitados, de tal suerte que el uso de técnicas adecuadas y con una ejecución rigurosa, se garantiza una interpretación y análisis de los datos con una mayor veracidad y precisión. De esta manera el enfoque metodológico condicionara el Qué, Cómo y Dónde investigar López Noguero, Fernando (2002); que permite realizar una reconstrucción histórica del estado del arte en el campo de conocimiento con respecto a la problemática planteada. Por ejemplo: la relación ente el carisma, la estructura y el compromiso. Bajo este razonamiento, el corte histórico, ayuda a vislumbrar y decodificar las relaciones existentes entre los sucesos significativos en el desarrollo de la ciencia, que nos lleven a entender el estado actual de los fenómenos estudiados (Behar 2008) y a alcanzar el nivel de aporte descriptivo al campo disciplinar al estudiar una organización de venta directa.

3.2 Herramientas de investigación

Una herramienta de investigación es un procedimiento específico, que le permiten al investigador extraer información coherente al marco referencia en el que desarrolla su análisis del fenómeno que ha elegido investigar. Estas herramientas son conceptualizadas de muchas formas. Por ejemplo: para Álvarez- Gayou (2003) son métodos básicos e híbridos, mientras que para Cresswell (2009) son procedimientos de colección de datos; sin embargo mantienen la misma esencia. En la **Tabla 10** se presenta de forma general algunos tipos de herramientas tradicionales.

Tabla 10.- Tipos y características generales de las herramientas de investigación

Tipo	Característica	Ventaja	Desventaja
Observación	Es la contemplación del desarrollo de los fenómenos observados, quedando a consideración del investigador si toma participación o no de ellos	El investigador se vuelve una fuente de primera mano, lo que le permite presenciar hechos que pasan desapercibidos los sujetos	El investigador puede ser un factor que modifique el comportamiento del grupo, además que el sentido ético se enfrenta a un dilema de elección entre lo que se puede reportar en la investigación y lo que no
Entrevista	Esta comunicación en dos vías se puede establecer a través de diferentes medios en los que la presencia física no es requisito	Le da la oportunidad al investigador de indagar sobre la información que va obteniendo y que no tenía contemplada	El investigador está en constante riesgo de sesgar los resultados obtenidos
Revisión de documentos	Todos los tipos de documentos, ya sean públicos o privados son susceptibles de ser analizados. No obstante, han sido creados con la intención de que otro/otros los lean, lo cual aporta mucha riqueza sobre las intenciones de comunicación del autor	Permite al investigador esbozar de manera más amplia el marco conceptual del fenómeno	Las fuentes de información pueden ser de difícil acceso, además que el lenguaje utilizado puede estar codificado en términos que el investigador no conoce
Revisión de material audiovisual	Se requiere la posesión física (al menos temporal) de los objetos recolectados, y no el relato de su supuesta existencia.	Promueve que los individuos recuperen recuerdos, sentimientos y relacionados con los artefactos	Tiene un alto grado de dificultad para ser interpretado
Grupo focal	Acto de comunicación democrática	La interacción entre los participantes hace que fluyan los comentarios sobre el tema plantado, lo cual los desinhibe para hablar de confidencias que consideran vergonzosas	El investigador necesita entrenamiento para el manejo de grupos, sobre todo para no generar interferencia entre los miembros y sus participaciones. -Grupo artificial
Cuestionario	Las preguntas son abiertas	Se puede trabajar con grandes grupos de personas al mismo tiempo	El investigador pierde el detalle de las reacciones de los sujetos encuestados al contestar todos a la vez
Análisis de contenido	Busca analizar mensajes y rasgos de personalidad, sus preocupaciones	Se pueden señalar elementos verbales y no-verbales, encontrados	Homologación de los códigos

de lo explícito y lo
implícito por la
ausencia.

Fuente: Elaboración propia basada en Cresswell (2009) y Álvarez- Gayou (2003).

3.2.1 Análisis de documentos

En algunas ocasiones, para aproximarse al estudio del fenómeno elegido se necesitan una combinación de herramientas para analizar mejor sus características y como han sido investigadas en el pasado. En este caso, al tratarse de primera fase de investigación se busca una convergencia de métodos para el análisis del estado del arte. Primero se explicará la base de la que se parte: los estudios históricos descriptivos, seguido de los métodos secundarios: el heurístico, el hermenéutico y el análisis de documentos.

En las Ciencias Sociales la Historia tiene por objeto el estudio de fenómenos y hechos del pasado, que están relacionados con la humanidad y la sociedad. Su función principal es la narración de hechos cotidianos y acontecimientos extraordinarios. Siguiendo los aportes de a Fusco (2009), para que esta disciplina formara parte de las Ciencias Sociales, se tuvo que incorporar el método científico en sus investigaciones; las características que nutrieron esa aportación y que son fundamentales para la convergencia con otros métodos son:

- Recolección y análisis de los datos
- Evaluación de la autenticidad y exactitud de las fuentes
- Síntesis e integración de los datos

Los alcances fundamentales de este corte metodológico son: la descripción, la clasificación y explicación de *cuándo, cómo, dónde* y el *por qué* ocurrieron los hechos investigados; no obstante, los elementos que permite responder esas preguntas, y que le da autenticidad y

exactitud a este tipo de investigaciones son las fuentes de información. Por tal motivo se apoya en la interpretación heurística y en los métodos hermenéutico. Además, como lo señala Fusco (2009), se recurre a sub métodos: cronológico (líneas del tiempo), geográfico (ubicación de los hechos y características locales) y etnográfico (identificación de manifestaciones culturales y de grupos sociales relacionados con los hechos históricos)

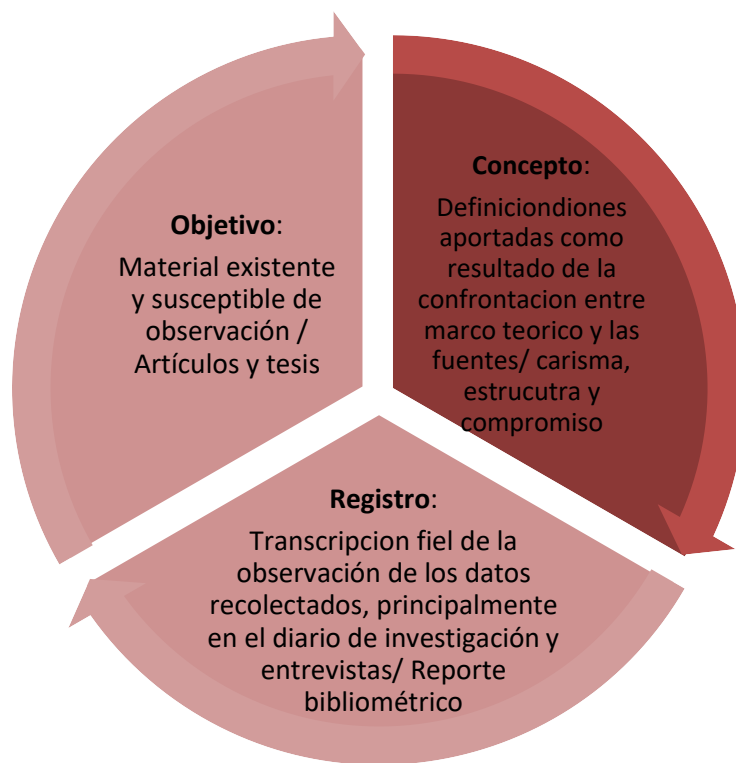
3.2.1.1 Método heurístico

Las investigaciones que obtiene conocimientos de fuentes históricas son analíticas e inductivas, debido a que su base fundamental es la información que recolecta y el tratamiento posterior de la misma para desmenuzarla y ordenarla, con la finalidad de extraer propiedades que pueda ser significativa para los objetivos de la investigación. Siguiendo la lógica del método heurístico Belmonte, 1997 (citado en Fusco (2009), propone las siguientes preguntas guía para evaluar el rumbo de la ejecución del método:

- 1- ¿Qué acontecimiento o qué objeto está observando directa o indirectamente?
- 2- ¿Qué conceptos de los que ya conoce puede relacionar con estos acontecimientos y objetos?
- 3- ¿Qué clase de registro vale la pena hacer?

Estas preguntas no pueden ser contestadas sin la rigurosa delimitación previa del objetivo, concepto y registro; debido a que cuando se produce conocimiento nuevo, estos elementos son en muchas ocasiones la única ancla que puede librar al investigador del naufragio científico en la inmensidad de información a la que cotidianamente se enfrenta (Fusco, 2009), en la siguiente **Figura 6**, se describen y ejemplifican mejor los elementos

Figura 6.- Relación entre objeto, concepto y registro.



Fuente: Elaboración propia basado en Fusco (2009).

3.2.1.2 Método Hermenéutico

Se fundamenta en que cada interpretación de la realidad es diferente, y esta desigualdad de comprensiones se debe a que entre otras cosas al momento histórico en el que se encuentre el investigador, la tendencia de investigación de la época y la tradición del campo. Es decir, la investigación histórica apoyada en el método hermenéutico reconoce la subjetividad en sus procesos de investigación sin embargo también intenta acercarse en la medida de lo posible a una aproximación objetiva del hecho-objeto de estudio (Fusco, 2009).

La hermenéutica se orienta a la interpretación de documentos, en la búsqueda del sentido original con el que fue escrito y los que no fueron planeados por el autor, pero se encuentran presentes en la interpretación debido a las variaciones de significante en el lenguaje y el tiempo. La hermenéutica en parte, también es el resultado del análisis simbólico por su íntima relación con lo humano y la comprensión de lo subjetivo de la humanidad Behar (2008).

En el intento de convivir entre la subjetividad del investigador y la objetividad de aproximación, se encuentra un constante duelo entre los prejuicios de lo falso y lo verdadero del hecho-objeto investigado, puesto que, al estudiarlo desde una distancia en tiempo, se hace una interpretación desde el presente de lo ocurrido en el pasado, a pesar de que las interpretaciones del presente son producto directo o indirecto de lo sucedido en el pasado.

Pese a que esta constante y robusta confrontación de interpretaciones y prejuicios, resultado del análisis del pasado en el presente, se obtiene como consecuencia la posibilidad de identificar situaciones problemáticas. Este detona que el investigador ejercita su experiencia para construir sus marcos (conceptual, metodológico y teórico) que se ciñan al objeto de la investigación.

3.3 Estrategias para la presentación de resultados

El análisis de los documentos revisados surge de la impronta de rescatar a los autores más reconocidos en el campo de investigación, y comparar las características que posee cada fuente. Esto da como resultado una aproximación a la comprensión de la temática de investigación y un esbozo de las condiciones en las que se encuentra el propio campo de

conocimiento (López, 2002). En este tipo de estudio el investigador se enfrenta a problemáticas recurrentes como: la abundancia y diversidad de material, el acceso restringido a algunos documentos, demanda una gran capacidad de interpretación del investigador y la necesidad de validación a partir del análisis de dos o más fuentes.

Para esta investigación se recolectaron datos de tres fuentes diferentes, las primeras dos repositorios de artículos científicos y arbitrados: *Web of Science* y *Scopus*, reconocidas por su alto nivel de exigencia para la incorporación de textos, además de contar con un alto nivel de citación, lo cual habla del reconocimiento de la comunidad científica internacional. La tercera fuente es *Tesiuami*, una base de tesis universitarias de posgrado, donde se encuentran investigaciones de casi todas las áreas del conocimiento, para este caso fueron consultadas las que se encuentra dentro del campo de los estudios organizacionales, lo cual nos habla de las tendencias académicas de investigación. Los datos recolectados en cada fuente se sometieron a un proceso de análisis, en caso de los repositorios se realizó una revisión bibliométrica y para la base de tesis un mapeo de temáticas y conceptos clave.

Web of Science y Scopus

La búsqueda en estas bases de datos fue mucho más complicada y extenuante, ya que se realizaron varias etapas antes de llegar a la definitiva, una primera etapa comenzó con artículos relacionados con la venta directa y comunicación organizacional, lo cual arrojó una cantidad de datos muy grande, y en la mayoría de los ellos, muy lejana del campo de estudio. La siguiente etapa consistió en realizar una búsqueda que combinara el concepto venta directa con otros relacionados con los productos que comercializa este tipo de organizaciones, por ejemplo: *Cosmetics* y *supplement*, lo resultados de este segundo intento

tampoco se acercaba al campo de conocimiento ni al fenómeno que se pretendía analizar. En un tercer intento se cambió la estrategia, en lugar de buscar por el caso que se pretende estudiar, se diseñó una combinación que remitiera conceptualmente a los estudios de organizaciones: *organizational structure* y *organization*.

La búsqueda se realizó en inglés debido a que ese el idioma más importante para la difusión científica, además de limitarse a los 5 años más recientes a la fecha de la pesquisa, y solo en artículos completos. Por esta razón, los resultados generados excedieron un número razonable para revisarse con precisión, ante esta situación se acotó a partir de las características contenidas en la **Tabla 11**.

Tabla 11.- Características de la búsqueda en repositorios

Característica	Web of science	Scopus
Área de temática	<ul style="list-style-type: none"> • Management • Social sciences interdisciplinary • Sociology • Multidisciplinary sciences • Communication • Anthropology • Psychology multidisciplinary • Social sciences mathematical methods • Psychology experimental 	<ul style="list-style-type: none"> • Ciencias sociales • Negocios, gestión y contabilidad • Multidisciplinario
Palabras clave	No aplica	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura organizativa • Organización • Estructuras organizacionales • Organizaciones • Estructura organizacional

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizada esta acotación, se redujo considerablemente la cantidad de resultados (consultar **Tabla 12**). Sin embargo, se clasificaron por mayor nivel de citación para seleccionar solo los 10 más citados para analizar el abordaje teórico y metodológico de cada uno.

Tabla 12.- Cuantificación de resultados

Web of science				
Palabras clave de búsqueda	Resultados totales sin refinar	Resultados después de refinar		
"organizational structure"	547	197		
"organization"				
Scopus				
Palabras clave de búsqueda	Resultados totales sin refinar	Resultados después de refinar		
"organizational structure"	1936	375		
"organization"				

Fuente: Elaboración propia

Tesiuami

En el caso de las tesis digitalizadas de ***Tesiuami***, que pertenece a la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, la revisión se realizó a partir de la idónea comunicación de resultados y tesis doctorales de los egresados del posgrado de Estudios Organizacionales, relacionadas con el análisis de la estructura organizacional. El total de tesis que se encontraron digitalizadas al 4 de noviembre del 2019, en la sección de esta área disciplinar son 314, de las cuales solo 12 son arrojadas por el sistema al buscar “estructura” como temática. Para efectos de este análisis (ver **Tabla 13**) se han clasificado las recurrencias en cuatro tipos de organización: empresas, no empresas, políticas y educativas.

Tabla 13.- Tesis sobre estructura *Tesiuami*

Tipo de organización	Recurrencias
Empresas	4
no empresas	3
Políticas	2
Educativas	3

Fuente: Elaboración propia

En el caso de otras temáticas como *compromiso* o *compromiso afectivo*, no se encontraron resultados en ninguno de los casos. Para el concepto de *liderazgo carismático* tampoco se encontraron resultados, pero para *liderazgo* el sistema arrojó tres tesis. Sin embargo, no fueron analizadas a profundidad por desarrollarse en pequeñas organizaciones y en su mayoría de índole familiar, características que no comparte con la venta directa.

3.3.1 Resultados bibliométricos

Tesiuami

De la clasificación de la tabla 13, en el rubro de **empresas** están las organizaciones lucrativas a partir de la producción directa bienes o servicios; en este caso se trata de una empresa del sector metal mecánico, una relacionada con turismo y dos con financiadoras que ofrecen micro-créditos. En las **no empresas** se ubicaron a organizaciones que no tienen fines de lucro como un centro de cultura y arte y una cooperativa artesanal. Sin embargo, se insertó un tianguis en este rubro por ser una organización de tipo informal y por lo tanto tiene características que no comparte con una empresa legalmente constituida.

Las **organizaciones políticas** agrupan a las investigaciones en partidos políticos: PRI y PRD, en las que se estudia cómo han sobrevivido a los retos contingentes del contexto y el tiempo. Por último, están las **organizaciones educativas**, que incluye dos investigaciones en instituciones universitarias y otro que no se limitan únicamente a escuelas, sino a la certificación de investigadores altamente productivos en México: SIN. Es decir, que la estructura es un elemento poco estudiado en los Estudios Organizacionales, contrastado con otras temáticas como la cultura o el poder, esto pone en evidencia que ahí existe una beta de investigación importante, sobre todo si se vinculan temáticas que ni siquiera aparecen en el sistema como el liderazgo carismático o el compromiso afectivo.

Web of science y Scopus

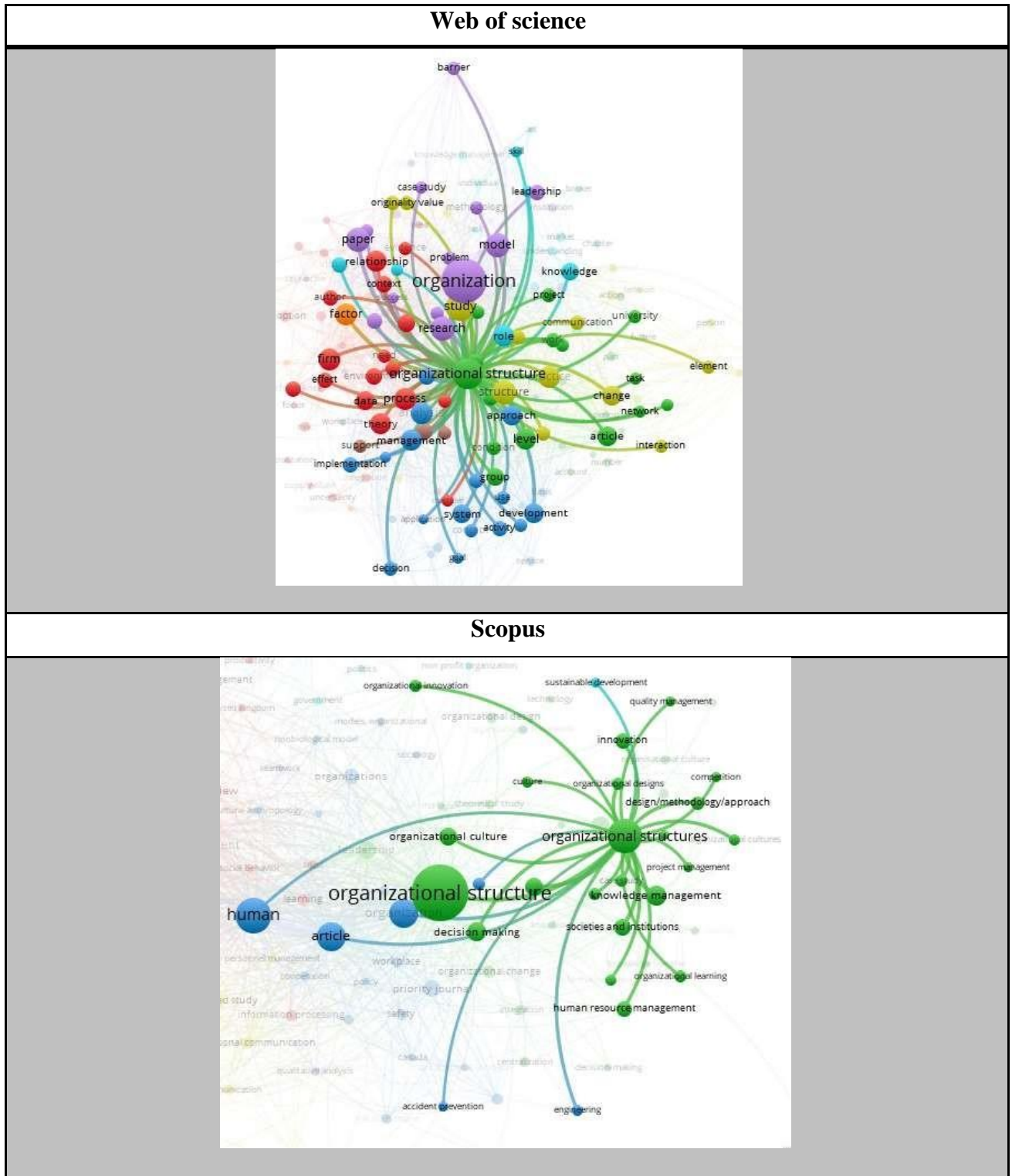
De los descubrimientos más importantes de esta búsqueda ha sido encontrar dos artículos científicos en los que se reflexiona entorno al carisma y el compromiso, pero en una organización con particulares muy diferentes a la Venta Directa, donde la única característica que comparten es que hay una gran cantidad de mujeres entre los sujetos que la conforman, hecho que no es raro ya que las mujeres son casi la mitad de la población en el mundo.

El primer artículo es: *Charisma, collectives, and commitment: hybrid authority in radical feminist social movement organizations* de Cheryl (2018), en este trabajo también se hace alusión al carisma desde la conceptualización de Weber, donde la base fundamental para la acción social es la comunión ideológica; el otro es: *Charismatic leadership among nursing professionals: an integrative review*. De Moura, Hayashida, Bernardes, Ariane y Gabriel (2019), ellos realizaron una revisión del estado del arte que vincula el liderazgo carismático

con la enfermería, y de los resultados que obtuvieron los clasificaron en dos categorías: validación de un instrumento de liderazgo carismático y efectos del liderazgo carismático en el comportamiento orientado a la iniciativa de los seguidores.

Estos hallazgos son consecuencia de los resultados globales de la búsqueda por temáticas, mismos que se procesaron con el programa de análisis de datos *VOSviewer*, en el destaca la relación de los resultados a partir de las recurrencias temáticas, en la tabla 14 se muestra la red de conceptos obtenida de *Web of Science*, en la que sobresale la vinculación de los conceptos: contexto, comunicación, liderazgo, grupos, trabajo y decisión, con estructura organizacional y organización, lo cual indica que otras investigaciones están trabajando con un rumbo parecido a esta. Mientras que en *Scopus*, la vinculación conceptual más fuerte es entre estructura organizacional con lo humano, la innovación, competición toma de decisiones y conocimiento/aprendizaje organizacional; esto se relaciona mucho con la aportación de Enríquez sobre los tipos cinco tipos de estructura organizacional, específicamente con la carismática y la tecnocrática.

Tabla 14.- Redes temáticas Web of Science

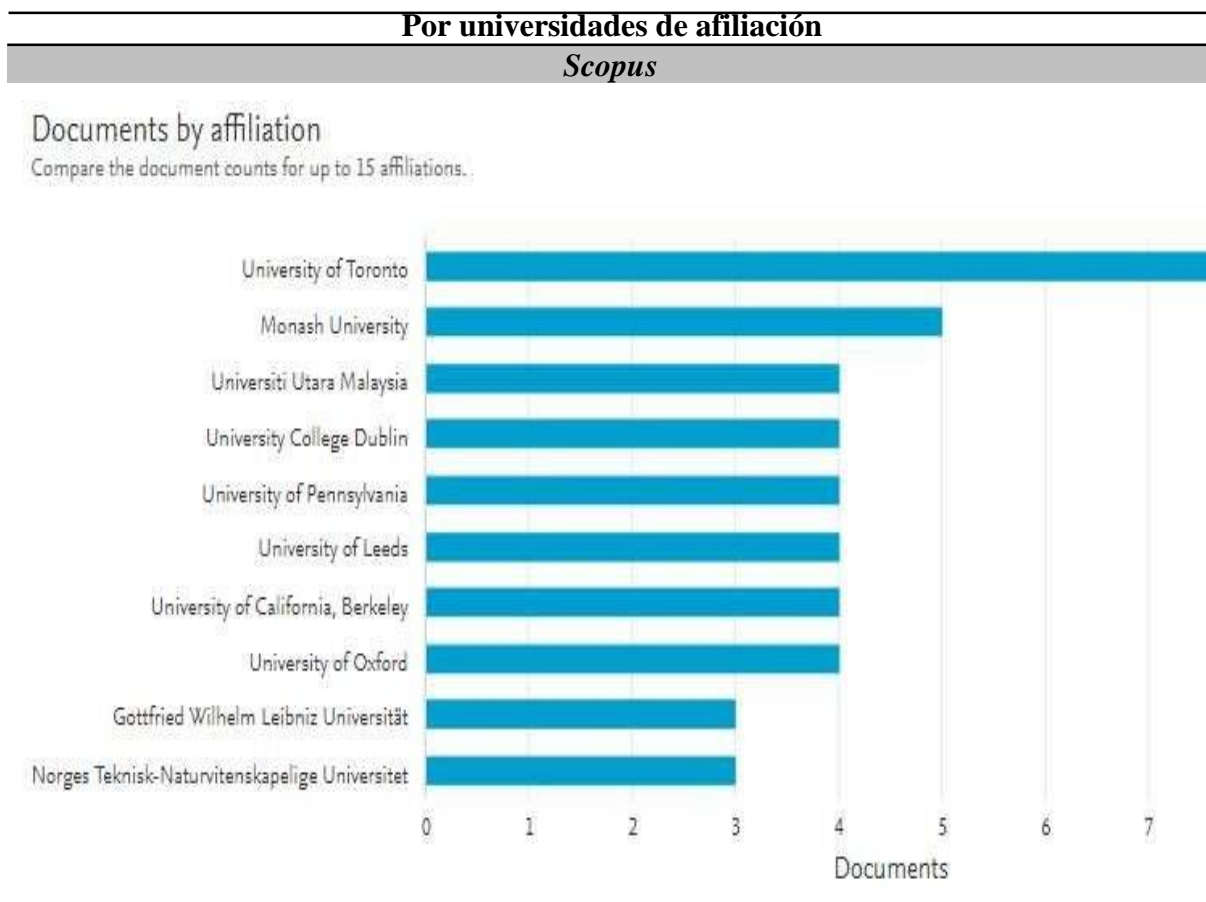


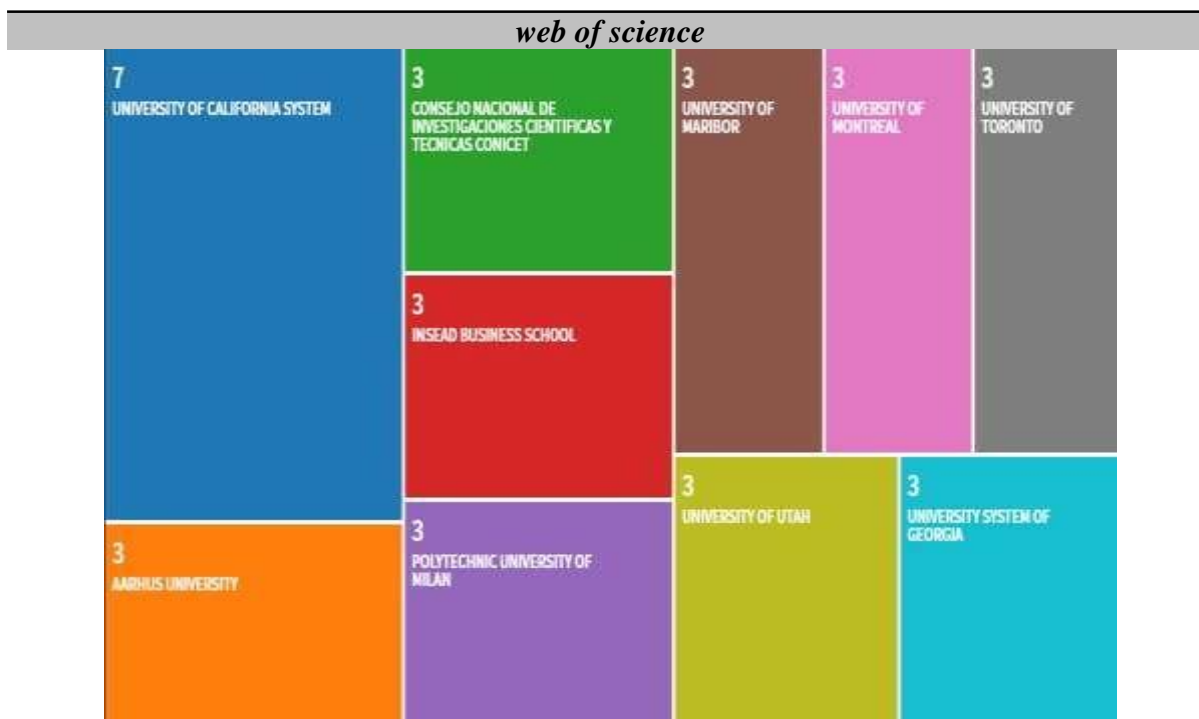
Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Comparativo de los datos obtenidos entre *Web of Science* y *Scopus*

Debido a que los repositorios de artículos contienen más datos sobre los ejes conceptuales buscados, se pudo llevar a cabo un comparativo entre las características bibliométricas de cada fuente. Donde destaca una clara la tendencia teórica y conceptual para aproximarse al liderazgo carismático, a la noción de estructura organizacional y la relación de estos dos con el compromiso generado entre los sujetos de una organización. Este comparativo se encuentra en las tablas de la 15 a la 19, en la cual se graficaron las recurrencias de acuerdo a la base de datos utilizada y el aspecto revisado.

Tabla 15.- Comparativo de métricas en *Scopus* y *Web of Science* por universidades de afiliación



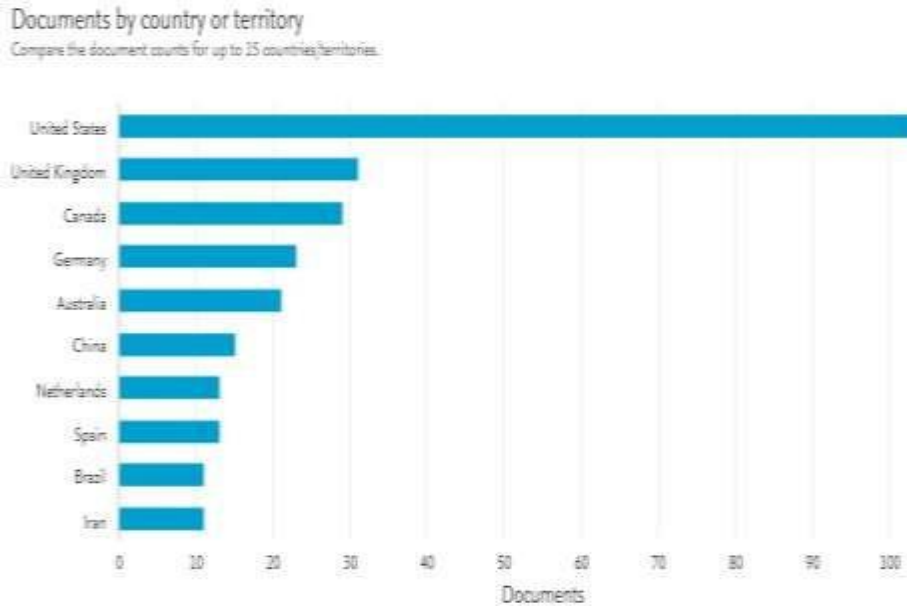


Fuente: Elaboración propia

En el primer rubro esta la **universidad de afiliación**: en la que sobresale la Universidad de Toronto (UT) y Universidad de California. Sin embargo, la presencia de instituciones norteamericanas es muy fuerte, a pesar de eso la universidad Utara Malaysia también está presente, lo cual indica que el interés por temas estructurales y de liderazgo tradicionalmente anglosajón toma fuerza en la periferia. El segundo rubro (**Tabla 16**) está muy relacionado con lo encontrado en el primero, ya que se trata del **país** de procedencia de los artículos; aquí se puede ver claramente como Estados Unidos es la nación que más conocimiento genera en cuanto a organizaciones y estructuras organizacionales como temática principal, seguido por Reino Unido, Canadá y China, esto es coherente con el auge empresarial que han tenido; desde esta métrica llama la atención como India, Irán y Brasil van incorporándose al estudio de estas temáticas, puesto que son punta de lanza manufacturera y también son parte de los ejes empresariales, pero sin tanto reconocimiento.

Tabla 16.- Comparativo de métricas en *Scopus* y *Web of Science* por país

Por país
Scopus



web of science



Fuente: Elaboración propia

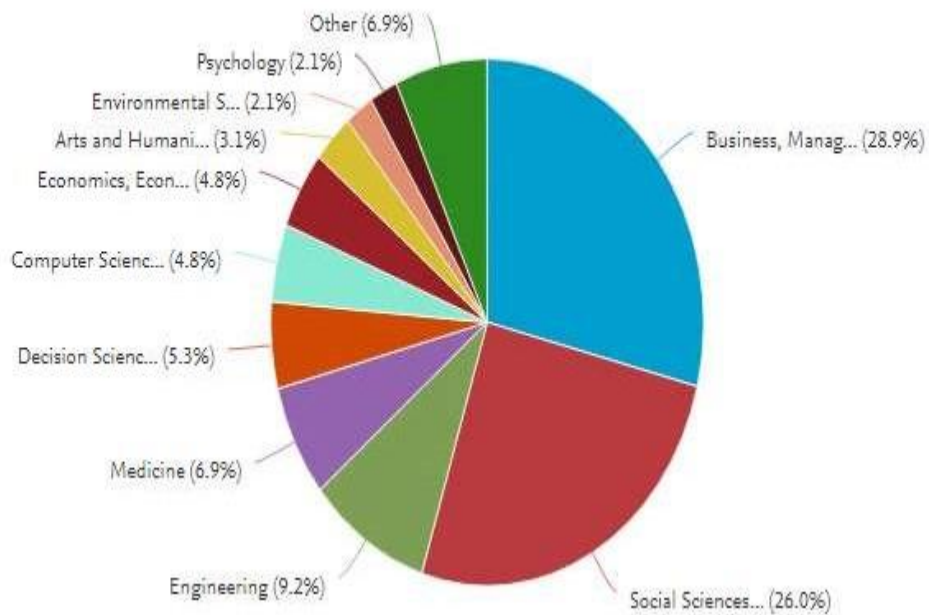
En cuanto al **área disciplinar**, son tres las más recurrentes: Negocios/ administración, Ciencias Sociales e Ingeniería, esto da pauta de pertinencia de esta investigación por estar en el campo de los estudios organizacionales, mismo que están adscritos a las ciencias sociales. Aunque también tiene participación la sociología, tecnología y comunicación, que son paralelas al estudio de la estructura tecnocrática.

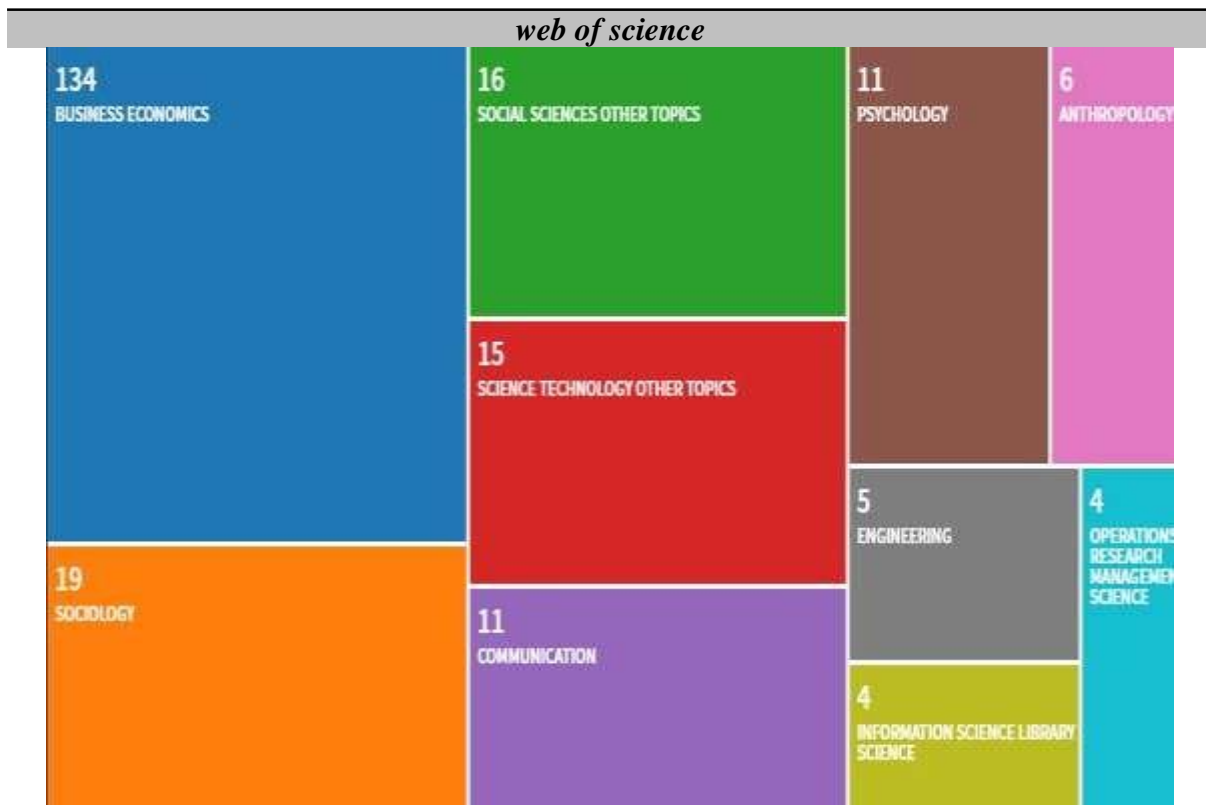
Tabla 17.- Comparativo de métricas en *Scopus* y *Web of Science* por área disciplinar

Por área disciplinar

Scopus

Documents by subject area





Fuente: Elaboración propia

El rubro de **fuentes** refiere a las revistas con mayor cantidad de artículos relacionados con los conceptos de búsqueda: organización y estructura organizacional, de las que más sobresalen son *Strategic Management Journal* y *Organization Science* son revistas que publican investigación que desarrollan temáticas relacionadas con la organización, estrategia y administración. Sin embargo, la revista alemana *Zeitschrift fuer wirtschaftlichen Fabrikbetrieb* (Revista dirigida a la para operación económica de fábrica) enuncia que sus artículos se orientan a la ingeniería de producción y procesos industriales, destacando el papel de la tecnología de producción.

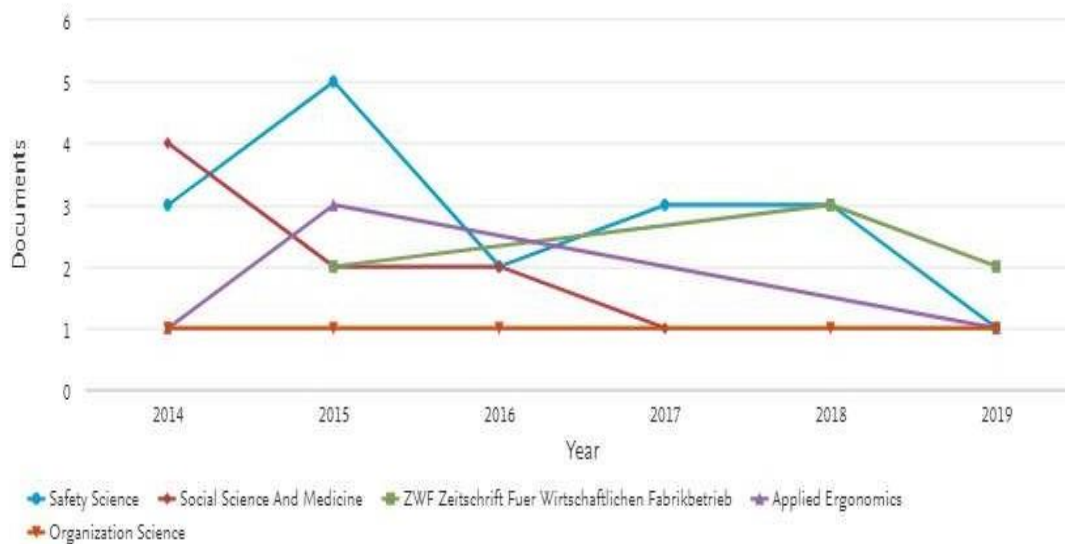
Tabla 18.- Comparativo de métricas en Scopus y Web of Science por fuentes

Fuentes
Scopus

Documents per year by source

Compare los recuentos de documentos para hasta 10 fuentes.

Compare fuentes y vea datos de CiteScore, SJR y SNIP



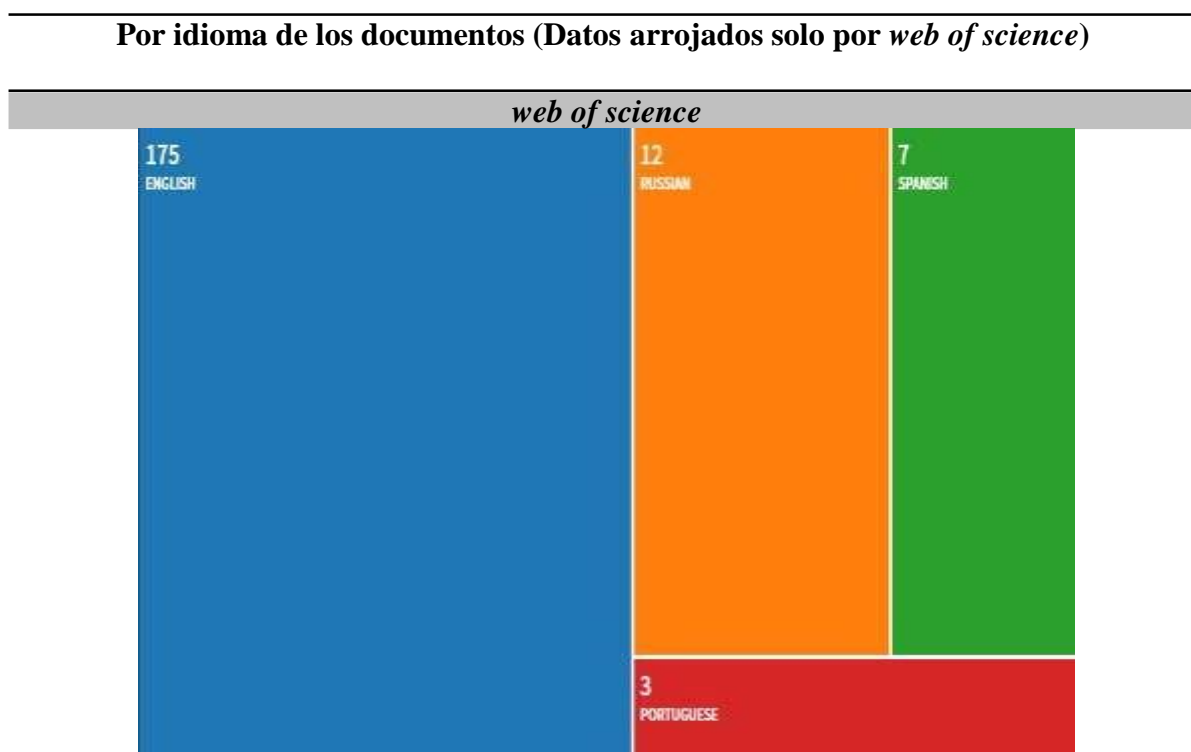
web of science



Fuente: Elaboración propia

Por último, el idioma en el que están escritas las investigaciones, en el que afortunadamente aparece el español, el portugués y el ruso; esto posibilita que se expliquen los fenómenos desde sus propios referentes simbólicos y conceptuales, más allá de que el idioma de la ciencia y las publicaciones importantes sea el inglés (ver **Tabla 19**)

Tabla 19.- Comparativo de métricas en Scopus y Web of Science por idioma



Fuente: Elaboración propia

4. Análisis de una empresa de venta directa

Para abrir el análisis de una organización relacionada con este sector económico, es necesario por esclarecer lo que es y lo que no la venta directa, la asociación de mexicana de venta directa estipula que es un canal de distribución dinámico, a través de la comercialización de productos y servicios de manera directa a los consumidores, en el cual un vendedor independiente o mediador, obtiene sus ganancias a partir de una comisión por la venta del producto. De este modo, su característica distintiva de la mercadotecnia directa o las ventas a distancia es la cercanía y atención personal a los consumidores; en el cual pueden llegar a utilizar recursos tecnológicos e incluso digitales, pero estos no remplazan la atención personalizada del vendedor independiente.

Figura 7: Imagotipo de la WFDSA



Fuente: <https://wfdsa.org/?lang=es>

Gracias a esta peculiaridad tan recursiva, las empresas de venta directa son un ejemplo de organización moderna que han colonizado al mundo, y este canal de distribución minorista es muy socorrido por la diversidad de productos que se pueden comercializar por un solo vendedor independiente; este sujeto prefiere esta actividad por la flexibilidad de horarios y estrategias para su actividad, como la creación de una red de revendedores directos.

Wellness con un 33.2% es la categoría que ha desbancado el 31.2% de *cosmetics and personal care*, como el sector económico con más afluencia en esta modalidad de distribución a nivel mundial. Sin embargo, en México la historia es diferente, pues *wellness* se mantiene en un 30% contra el 46% de *cosmetics and personal care* WFDSA (2019).

En este sentido, México se encuentra en el séptimo lugar del top 10 de mercados con mayores ventas en el mundo, lo cual lo hace el único país latinoamericano considerado en esa lista, y el tercero del continente americano, precedido solo por Estados Unidos de Norte América (segundo lugar) y Brasil (sexto lugar). El mercado mexicano es tan importante para la venta directa entre otras cosas por generar haber generado ventas que rondan los 5 865 millones de dólares en el año 2018, y el número de representantes independientes asciende a los 2 770 000, lo cual refleja un incremento del 1.3% con respecto al año 2017 WFDSA (2019).

Figura 8: Logotipo de Avon Cosmetics.



Fuente: <https://www.facebook.com/AvonMexico/>

No obstante, el origen de la venta directa se remonta a 1886, cuando David H. McConnell creó Avon Cosmetics, como resultado de la venta de libros por cambaceo, en donde al

comprar algún producto se obsequiaba un perfume, pero cuando McConnell se dio cuenta de que la gente le compraba libros solo por quedarse con el suplemento, decidió cambiar de giro. Actualmente esta compañía tiene un catálogo muy amplio de productos comercializados, fabricados por la misma empresa y de terceros, definiéndose a sí misma como:

Avon es un empleador de oportunidad equitativa. Todas las decisiones de empleo son hechas sin importar la raza, color, edad, género, identidad de género o expresión, orientación sexual, estado civil, embarazo, religión, ciudadanía, origen nacional o ancestral, discapacidad física o mental, estado militar, o de cualquier otro tipo prohibido por la ley Avon.mx (2019)

Si bien Avon es la empresa más reconocida a nivel mundial por la comercialización en el sistema de venta directa, no es la única, otro ejemplo es Vorwerk que se fundó el 1883 como una empresa familiar alemana, dedicada a la fabricación de alfombras; pero desde 1930 su actividad principal ha sido la venta directa de electrodomésticos (Thermonix) y cosméticos (Jafra), ambos con presencia en México y en otros 69 países. El grupo Vorwerk reporta tener 36 988 consejeros de ventas y representantes en el sector de electrodomésticos y 573 528 Consultores de JAFRA (Vorwerk 2019).

Figura 9: Imagotipo Vorwerk y logotipo de Jafra



Fuente: <https://corporate.vorwerk.com/en/home/> Fuente: <https://www.jafra.com.mx/>

Las inversiones mexicanas no han dejado pasar la oportunidad de incursionar en este sistema de distribución, una de las famosas es el OMNILIFE fundado por Jorge Vergara en 1991; sin embargo, la empresa llevara el nombre de OMNITRION, en el momento de su creación al día de hoy tiene presencia directa en al menos 31 países al redor del mundo. Los primeros productos en ser distribuidos fueron los productos nutricionales, actualmente también ofrece productos cosméticos y para el cuidado personal OMNILIFE (2019). Pese a esta gran expansión, la primera empresa de venta directa con capital mexicano es Arabela en 1990, y desde su fundación se ha dedicado a la producción y comercialización de productos cosméticos y para el cuidado personal, en la actualidad han incorporado otros productos para el hogar que fabrican otras empresas y a sus vendedores independientes les denomina *Damas Arabela*; su expansión en otros países se reduce a 5 localizados en Centroamérica Arabela.com (2019).

Figura 10: Logotipo de OMNILIFE



Fuente: <https://portal.omnilife.com/start>

Al cotejar las nacionalidades donde se genera más conocimiento organizacional relacionado con la estructura organizacional, se identificó son prácticamente los mismos que son considerados como los mercados más importantes de la venta directa en el mundo, este es el caso de: Estados Unidos de Norteamérica, China, Brasil, Alemania y Malasia. Esto nos

habla de que puede existir una relación entre la producción de conocimiento que se aproxime a entender cómo funcionan estructuralmente las organizaciones, con su posicionamiento en el mercado de la Venta Directa.

A pesar de que en solitario, existen investigaciones contenidas en bases de datos tanto universitarias como en repositorios internacionales, ninguna investigación está realizada sobre o en una empresa de venta directa, y tampoco recurren a la vinculación conceptual entre: liderazgo carismático, compromiso y trabajo no clásico, para analizar el impacto de las tensiones estructurales en el comportamiento de los sujetos organizacionales, como los vendedores independientes con la intención de que cumplan con los los indicadores estimados.

Desde los Estudios Organizacionales se cuentan con los fundamentos teóricos para aproximarse a profundidad a explicar los fenómenos descritos en párrafos anteriores en una empresa de Venta Directa, y enfocarse en una realidad local de la periferia, con sus propios referentes interpretativos sin necesidad de forzar la realidad para ser explicada con conceptos que no refieran al suceso en cuestión. Además que por la naturaleza del tipo de organización está abierta al análisis interdisciplinario de la organización, lo cual es fundamental para el estudio de organizaciones con la intención de no perder información valiosa que pudiera enriquecer el campo de estudio.

4.1 Análisis del proceso de liderazgo carismático y compromiso en Arabela.

Contexto del caso

Razón social de la organización: Arabela S.A. de C.V.

Fecha de su fundación: Arabela fue constituida en julio de 1990, sin embargo, fue hasta marzo de 1991 cuando inició operaciones en sus primeras instalaciones, estas se encontraban ubicadas al sur de la ciudad de México. Para el año 2000 se muda a las instalaciones del parque industrial de Toluca.

Figura 10: Instalaciones en Toluca



Fuente: <https://www.google.com/maps/@19.3766016,-99.5716589,3a,37.5y,95t/data=!3m6!1e1!3m4!1sqT-lzCVwiKoSJcpjMtzqJw!2e0!7i13312!8i6656>

Ubicación de instalaciones generales: Calle 3 Norte No. 102 Col. Parque Industrial Toluca 2000, C.P. 50233, Toluca, Estado de México.

Misión: Ser la Empresa de Venta Directa de mayor crecimiento y productividad. Nuestro fundamento serán las Damas Arabela, asegurándonos de superar sus expectativas. Esto lo lograremos a través de excelentes productos, diferenciados en cuanto a precio, calidad y

servicio. Nuestras principales características serán la velocidad y capacidad de respuesta a los cambios del entorno a través de la innovación. Generaremos un desarrollo sobresaliente para nuestros empleados, beneficios económicos para nuestros accionistas y el desarrollo permanente de nuestra comunidad.

Visión: Ser la empresa de Venta Directa que mejor entienda las oportunidades de negocio y las necesidades de nuestros consumidores.

Valores:

- Honestidad
- Humildad
- Confianza
- Altos Estándares
- Trabajo en equipo

Logotipo:

Figura 11: Logotipo de Arabela S.A. de C.V.



Fuente: <https://www.arabela.com/mx/damas.html>

Cobertura: Actualmente distribuye productos en: México, Guatemala, Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica.

Para la realizar este ejercicio fue necesario retomar la estructura del proceso comunicativo de los sujetos vinculados con una zona geográfica de la organización en cuestión, en este caso la zona 6580. La razón de esta estrategia es que liderazgo que recae en un agente gerencial, está relacionado con cualidades consideradas como excepcionales, por ejemplo: la motivación y persuasión de grupos; la capacidad de generar comportamientos de auto sacrificio para alcanzar las expectativas que el líder/ agente gerencial; y sobretodo la capacidad de transmitir una ideología específica a través de mensajes simples, apoyados en figuras retóricas amenas como la metáfora, la hipérbole o la metonimia.

Por lo tanto, se comienza con la interpretación del proceso comunicativo de la campaña “Dama cumplida”(ver **Figura 12**), en la que los datos se recolectan a través de la observación participante y la interacción con: de la gerente de la zona (agente gerencial), los agentes de cobranza, los portadores (repartidores de pedidos a domicilio), el buzón (persona encargada de un punto físico de distribución de pedidos), la gerente de divisional (superior de la gerente de zona), consejeras (ayudantes de la gerente de zona) y algunas damas (vendedores independientes) de la zona 6580 de Arabela.

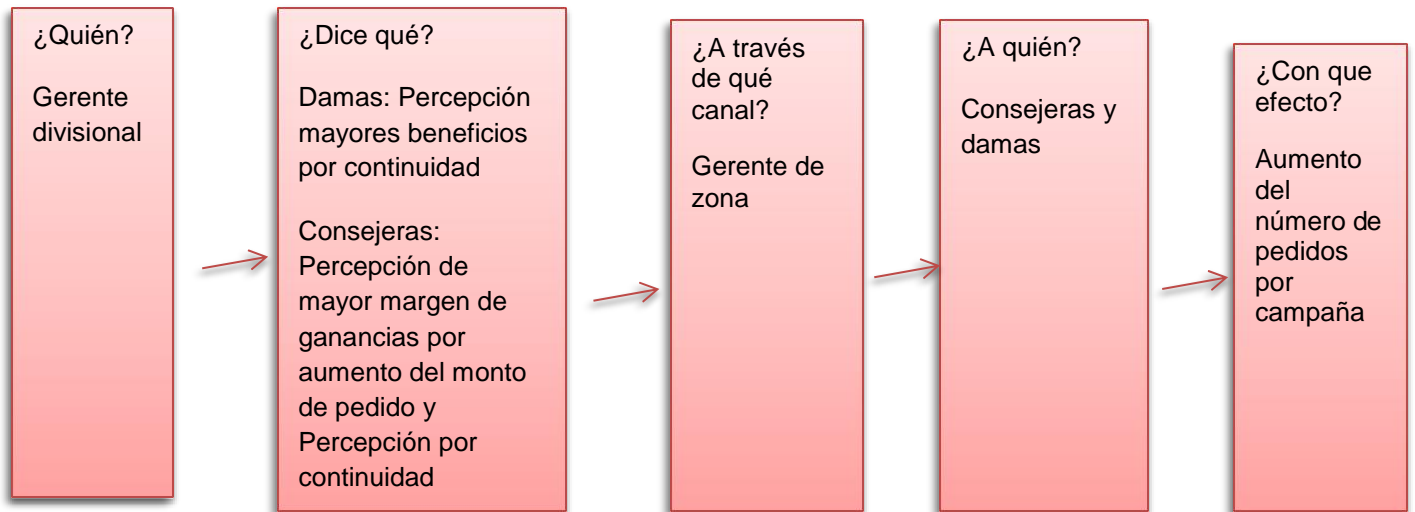
Figura 12. Tarjeta de Dama cumplida

The image shows a 'Dama Cumplida' card. At the top, it has the title 'Dama Cumplida' with a logo. Below the title, there are fields for 'DAMA' and 'NOMBRE'. The main text on the card reads: 'ESTA TARJETA TE ACREDITA COMO GANADORA DEL PROGRAMA DAMA CUMPLIDA DE UN SUPER PAQUETE DE PRODUCTOS, SEALAMENTE COMPLETA TODAS LAS FIRMAS DE PEDIDO DE DAMA AL ENVIAR Y SACAR PEDIDO EN PORTEO. ADEMAS INVITA Y GANA UN PAQUETE EXTRA DE PRODUCTOS AL ACOMPUTAR TODAS LAS FIRMAS DE PEDIDO DE INVITADA. PROMOCION VALIDAD DE C-23 A C-04 DIVISION ILUJERO. NO OLVIDES TU TARJETA AL RECIBIR Y ENVIAR TUS PEDIDOS. PIDE A TU PORTEADOR LA FIRME'. Below this text, there are two sections: 'PEDIDO DAMA' and 'PEDIDO INVITADAS'. Each section contains a 2x4 grid of boxes, each with a clover icon and a code (C-23, C-24, C-25, C-26, C-01, C-02, C-03, C-04). The card is placed on a document with 'CLAVE' and 'TOTAL' visible on the left and right sides respectively.

Fuente: Elaboración propia

Las herramientas teóricas que se retomaron para el estudio de este proceso fue el paradigma de Lasswell (ver **Figura 13**) y las funciones del lenguaje de Jakobson (ver **Figura 14**). Después de esta revisión se concluye que existe una gran necesidad de éxito y reconocimiento por parte de las Damas Arabela, lo cual justifica su comportamiento y desempeño en la organización. Además, permite entender las pautas de infección entre los sujetos de la zona, puesto que se necesita de la eficacia de sus tareas para alcanzar las metas planteadas por el agente gerencial, que a pesar de esta alineadas a las metas del corporativo, en la práctica pone en marcha sus propias estrategias para conseguirlo, basadas en sus seguidores fieles; siendo esto último una de las principales características de su liderazgo carismáticas.

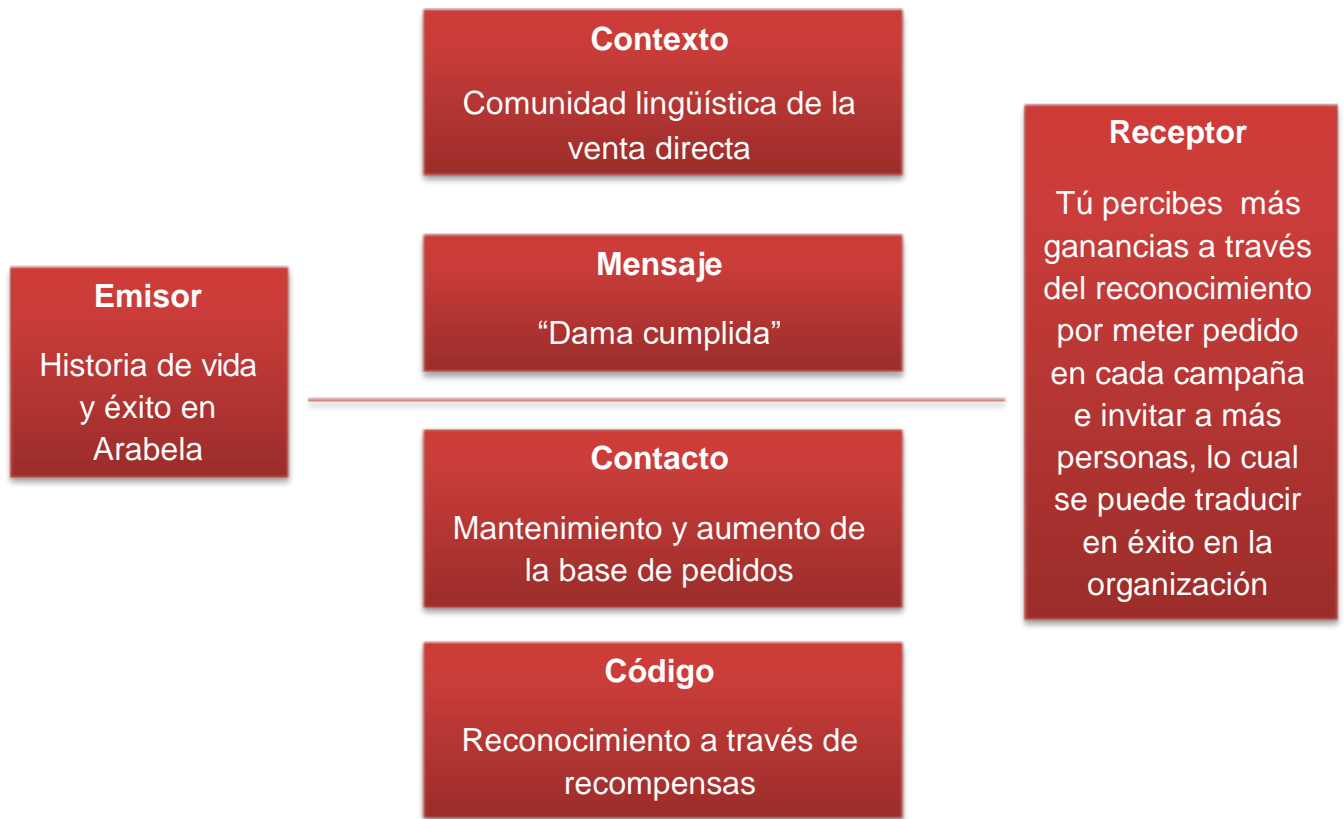
Figura 13.- Proceso comunicativo de la campaña dama cumplida



Fuente: Elaboración propia a partir del paradigma de Lasswell

En la **Figura 13** se puede ver que en toda la división (un territorio más grande que una zona), puede ser una especie de líder para la gerente gerencial. Sin embargo, no necesariamente con sus mismas cualidades carismáticas. No obstante, al estar dentro de una organización más grande, la gerente de zona es subordinada de la gerente divisional, lo cual no limita sus habilidades consideradas como excepcionales ni el fanatismo de sus seguidores; esto es permitido e incentivado por el ápice estratégico de la organización, porque favorece sus intereses mercantiles.

Figura 14.- Funciones del leguaje en la campaña dama cumplida



Fuente: Elaboración propia a partir Jakobson (1988).

Para reforzar las metas comerciales de Arabela, la gerente de zona diseña una estrategia comunicativa: la tarjeta de la Dama cumplida, esta tarjeta cumple diferentes funciones que se orientan a la maximización de sus ganancias y por ende las de la organización, utilizando para este fin la necesidad de éxito y reconocimiento de sus seguidores; además que en caso

de conseguir la meta prometida se reforzara el liderazgo carismático con su grupo, lo cual la dotara de armas convincentes para el reclutamiento de más seguidores (ver **Figura 14**)

De esta manera no importan los canales que utilicen los agentes gerenciales (gerente divisional y gerente de zona) para relacionarse con los vendedores independientes de Arabela, puesto que con campañas como la de Dama cumplida o los regalos de fin de año se consolida su liderazgo carismático, por la atención de las necesidades afectivas y de autorrealización que tienen las Damas. Resultado de esta estrategia se mantienen los niveles de pedidos solicitados y su constancia, generando que se mantengan o incrementen las ganancias de los vendedores, hecho que suelen relacionar con la “buena mano” que tiene la gerente de zona y no con su propio trabajo.

5. Reflexiones finales

El impacto de la sociedad, la economía y la política internacional sobre las organizaciones generó fenómenos que modificaron la configuración burocrática y moderna de la organización; y si le sumamos la presión de estructuras transversales como la innovación en el mercado y el auge tecnológico, origina la aparición de fenómenos organizacionales susceptibles de ser investigados, por ejemplo las tensiones estructurales que han sufrido las organizaciones modernas, para poder adaptarse a un entorno posmoderno, donde el trabajo no clásico, el liderazgo carismático y el compromiso afectivo parecen haber sido algunos de sus aliados estratégicos para subsistir hasta nuestros días.

La relación conceptual antes descrita a pesar de no ser *sui generis*, son pocas las investigaciones que se han propuesto explicarla, y las que existen se quedan limitan a métodos cuantitativos y despersonalizando el comportamiento subjetivo de las personas relacionadas; además que las empresas de venta directa solo han sido contempladas para explicar sus realidades vinculadas con cuestiones administrativas y de innovación tecnológica, pero no se ha interpretado la realidad que viven sus participantes desde sus propios marcos referenciales.

Bajo esta lógica, las empresas de Venta Directa que has sido analizada por otras disciplinas, están ubicadas en zonas donde se concentra la actividad capitalista, y pasa lo mismo con la investigación encontrada sobre la temática analizada; esto expresa el poco o nulo interés en las realidades periféricas, regionales y no urbanas. No obstante, elementos fundamentales de la organización como la estructura, el compromiso o el liderazgo no reportan muchas investigaciones desde el posgrado en Estudios Organizacionales, probablemente ser una temática característica de la administración, sin embargo los estudios de organizaciones no

excluyen estos aspectos de la organización, solo que los estudia a través de lentes teóricos diferentes, unos más críticos y que dan voz a todos los sujetos de la organización, y no solo al ápice estratégico.

5.1 Futuras líneas de investigación

Después la investigación histórico descriptiva, que se realizó en torno a las directrices teóricas relacionadas con las organizaciones de venta directa, y los ejes temáticos planteados para su análisis a profundidad en un ejercicio posterior, alineado a la continuidad en un plan doctoral; por lo que también se intenta proponer una línea de investigación futura, que contemple marcos referenciales interpretativos a través del método etnográfico, para recatar la realidad vivida por los sujetos. Lo anterior apoyado en la herramientas como: observación participante y entrevistas semiestructuradas, y así para recuperar la percepción de los vendedores independientes de las condiciones en las que desarrollan su actividad mercantil como: la flexibilidad laboral del trabajo no clásico y la aprensión ideológica de autorrealización al cumplir con las metas comerciales de la empresa.

Además de explorar como es que una organización moderna que históricamente tiene sus inicios en el siglo XIX, ha sobrevivido hasta nuestros días, en los que van ganando terreno el análisis posmoderno de las organizaciones y las reconfiguraciones de la organización del trabajo. Para conocer el fenómeno antes planteado podría plantearse la siguiente pregunta:

¿Cómo perciben los sujetos de una organización de venta directa la influencia del liderazgo carismático en su comportamiento organizacional?; un posible de objetivo general de investigación que ayude a responder esta interrogante podría ser: analizar cómo es que los vendedores independientes de una empresa de venta directa se comprometen con

los objetivos de la organización, a través del liderazgo carismático de los enlaces gerenciales entre la empresa y los vendedores. Rescatando fundamentalmente la interpretación de dicho fenómeno desde la óptica de los sujetos.

Aunque la relación entre liderazgo carismático y compromiso afectivo, estudiada desde la perspectiva de los vendedores independientes, no es la única posibilidad de análisis de una organización de venta directa; resultaría muy interesante dar respuesta a las siguientes interrogantes relacionadas: ¿Cuáles son los elementos socio-históricos de la empresa de venta que han influenciado el comportamiento de los vendedores independientes?, ¿Cómo se han explicado el fenómeno que vincula del liderazgo carismático, la estructura organizacional y el compromiso desde los Estudios Organizacionales?, ¿Cuál es la fuente que emana el liderazgo carismático y que detona el compromiso de los sujetos organizacionales? y ¿Cómo es la visión de los sujetos organizacionales de una zona de venta directa como construyen el mundo de la vida desde una visión fenomenológica?. Sin duda las organizaciones de venta directa encierran mucho conocimiento organizacional al que deberíamos prestar atención.

6. Referencias

- Aguilera Hintelholher, Rina Marissa. (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios políticos (México)*, (28), 81-103.
- Álvarez-Gayou, José Luis (2003), *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*, Paidós Educador, México.
- Barba Álvarez, A. (2010). Frederick Winslow Taylor y la Administración Científica: contexto, realidad y mitos. *Gestión y Estrategia*, 17-29.
- Barba Álvarez, A. (2013). Administración, teoría de la organización y estudios organizacionales. Tres campos de conocimiento, tres identidades. *Gestión y Estrategia*, 139-151.
- Barba Álvarez, A. (2019). Coloquio en Memoria de Georges Couffignal. *Organizaciones en el México actual*. Ciudad de México: UAM Iztapalapa.
- Barba, A. (2012). Los estudios organizacionales. Una aproximación México. *Estudios interdisciplinarios de la organización*. Revista REIO.
- Bartra, R. (2013). *Territorios del terror y la otredad*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Behar Rivero, Daniel S. (2008), *Metodología de la investigación*. Editorial Shalom
- Bourdieu, P. (2010). El campo científico. En P. Bourdieu, *Los usos sociales de la ciencia* (págs. 11-37). Buenos Aires: Nueva Visión.
- Cheryl A. Hyde (2018). Carisma, colectivos, y el compromiso: la autoridad híbrido en las organizaciones de movimientos sociales feministas radicales, *Estudios movimiento social*, DOI:10.1080 / 14742837.2018.1457519

- Clegg, Stewart R. (1990), *Modern Organizations. Organization Studies in the Postmodern World*, Sage, pág. 176-207.
- Contreras Natera, M. Á. (2015). *Crítica a la razón neoliberal del neoliberalismo al posliberalismo*. Ciudad de México: Edicionesakal.
- Creswell, John W. (2009), *Research Design Qualitative. Quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE, United States of America
- Dalle, Pablo; Boniolo, Paula; Sautu, Ruth; Elbert, Rodolfo (2005), *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. CLACSO, Buenos Aires.
- De la Garza, Enrique (2011). *Trabajo no Clásico, organización y Acción Colectiva*. México, D.F. Plaza y Valdés.
- Escalante Gonzalbo, F. (2015). *Historia mínima del neoliberalismo*. México. D.F.: El Colegio de México.
- Etzioni, A. (1986). *Organizaciones modernas*. Unión Tipográfica Editorial. Hispano-Americana.
- Flick, U. (2002), *Qualitative research – State of the art*. *Social Science Information*, 41 (1), pp. 5-24.
- Flick, U. (2004), *Introducción a la Investigación Cualitativa*, Ediciones Morata S. L., Madrid
- Fusco, Giannina (2009), *La investigación histórica, evolución y metodología*.
- González Casanova, P. (2006). *La comunicación en las ciencias sociales y los conceptos profundo*. En P. y. González Casanova. México.
- Hall, R. (1996). *Organizaciones, estructuras, procesos y resultados*. México: Prentice Hall.

- Hall, R. H. (1983). Organizaciones, estructura y proceso. Madrid: Dossat.
- Hammersley, Martyn y Paul Atkinson (1994) Etnografía: métodos de investigación, Paidós Básica, Barcelona, pp. 15-69.
- Hodge, B. A., & W. Gales, L. (2003). Teoría organizacional, un enfoque estratégico. Madrid, España: Prentice Hall.
- López Noguero, Fernando (2002), El análisis de contenido como método de investigación. En: XXI Revista de educación, 4, Universidad de Huelva, pp. 167-179
- Meyer, J. P.; Allen, N. J. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment, en Human resource Management review, núm 1, pp. 61-98.
- Mintzberg, Henry (2005). La estructuración de las organizaciones. España, Ariel.
- Montaña, L. (2007). Enigmas y laberintos. México: Tinta Negra Editores.
- Moura, André Almeida de, Hayashida, Karen Yukari, Bernardes, Andrea, Zanetti, Ariane Cristina Barboza, & Gabriel, Carmen Silvia. (2019). Charismatic leadership among nursing professionals: an integrative review. Revista Brasileira de Enfermagem, 72(Suppl. 1), 315-320. <https://dx.doi.org/10.1590/0034-7167-2017-0743>
- Name, A. (2004). Los Estudios Organizacionales en América Latina. Prolegómenos de Un Campo de Conocimiento. En L. M. Hirose, Los estudios organizacionales en México. Cambio, poder, conocimiento e identidad. México, D.F.
- Novoa Portela, María Pastora (2017). Crisis económica, cuestionamiento ético al capital en Magallón; Núñez (Coord.), “Ética y capitalismo: una mirada crítica en el siglo XXI” Ciudad de México, UAM.
- Padilla Martínez, A., Hernández Cansino, C., & Ruth Ríos Estrada, S. (2015). Los Estudios Organizacionales en América Latina: un diagnóstico con base en la difusión del campo de estudio en Colombia, Brasil y México. Congreso Internacional de Contaduría,

Administración e Informática. México,D.F.: UNAM.

- Rice, Condoleezza; Zegart, Amy (2018). Managing 21st-Century Political Risk. Harvard business review, May-June 2018. Harvard Business Publishing.
- Vasilachis de Gialdino, Irene (2006). La investigación cualitativa. En: Irene Vasilachis de Gialdino (Coord.), “Estrategias de investigación cualitativa”, Gedisa, Barcelona.
- Weber, Max (2002). Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva. México, D.F. Fondo de cultura económica

Otras fuentes

Arabela:

<https://www.hrratings.com/pdf/Arabela%20Emission%20con%20Garantia%20Marzo%202011.pdf>

<https://www.arabela.com/mx/damas.html>

<https://www.google.com/maps/@19.3766016,-9.5716589,3a,37.5y,95.15h,93.79t/data=!3m6!1e1!3m4!1sqT-lzCVwiKoSJcpjMtzqJw!2e0!7i13312!8i6656>

OMNILIFE:

<https://portal.omnilife.com/start>

VORWERK:

<https://corporate.vorwerk.com/en/home/> Jafra:
<https://www.jafra.com.mx/>

Avon:

<https://www.facebook.com/AvonMexico/>

WFDSA: <https://wfdsa.org/?lang=es>



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

ACTA DE EXAMEN DE GRADO

No. 00141

Matrícula: 2173801166

CARISMA, ESTRUCTURA Y
COMPROMISO: ANÁLISIS DE UNA
ORGANIZACIÓN DE VENTA
DIRECTA.

En la Ciudad de México, se presentaron a las 12:00 horas del día 28 del mes de noviembre del año 2019 en la Unidad Iztapalapa de la Universidad Autónoma Metropolitana, los suscritos miembros del jurado:

DR. ANGEL WILHELM VAZQUEZ GARCIA
DR. JAVIER NERI URIBE
DR. ANTONIO ELIAS ZARUR OSORIO



Bajo la Presidencia del primero y con carácter de Secretario el último, se reunieron para proceder al Examen de Grado cuya denominación aparece al margen, para la obtención del grado de:

MAESTRA EN ESTUDIOS ORGANIZACIONALES

DE: CATALINA SANTIAGO GONZALEZ

CATALINA SANTIAGO GONZALEZ
ALUMNA

y de acuerdo con el artículo 78 fracción III del Reglamento de Estudios Superiores de la Universidad Autónoma Metropolitana, los miembros del jurado resolvieron:

Aprobar

Acto continuo, el presidente del jurado comunicó a la interesada el resultado de la evaluación y, en caso aprobatorio, le fue tomada la protesta.

REVISÓ

MTRA. ROSALBA SERRANO DE LA PAZ
DIRECTORA DE SISTEMAS ESCOLARES

DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE CSH

DR. JUAN MANUEL HERRERA CABALLERO

PRESIDENTE

DR. ANGEL WILHELM VAZQUEZ GARCIA

VOCAL

DR. JAVIER NERI URIBE

SECRETARIO

DR. ANTONIO ELIAS ZARUR OSORIO