

Estudio territorial del modelo de negocio de Mary Kay en Tlaxcala. Una mirada crítica del trabajo feminizado

Territorial study of Mary Kay's business model in Tlaxcala. A critical look at feminized labor

Cindy Pérez Mendieta¹

¹ Universidad Autónoma de Tlaxcala, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias Sobre Desarrollo Regional.
cindy.perez0505@gmail.com

Resumen

El presente estudio analiza el modelo de ventas directas multinivel de Mary Kay en Tlaxcala desde la economía política feminista. Se busca comprender cómo dicho modelo reproduce o transforma las desigualdades de género en el trabajo, al articular el discurso del empoderamiento femenino con las condiciones reales de precarización. Metodológicamente, se emplea un enfoque cualitativo con entrevistas semiestructuradas, grupos focales y análisis documental. Los resultados evidencian que, aunque las consultoras encuentran en Mary Kay una oportunidad económica, el modelo refuerza la división sexual del trabajo, la doble jornada y la informalidad. El análisis revela que el discurso de autonomía y éxito encubre relaciones estructurales de desigualdad, confirmando que la flexibilidad laboral se convierte en un mecanismo de subordinación. Se concluye que la venta directa multinivel constituye una forma contemporánea de trabajo feminizado que sostiene la acumulación capitalista sobre la base del trabajo no remunerado.

Palabras clave: Trabajo feminizado, Economía política feminista, Venta directa multinivel.

Introducción

El modelo de ventas directas multinivel (VDM) ha adquirido relevancia en el contexto del capitalismo global al ofrecer alternativas de empleo a mujeres en condiciones de exclusión laboral. Mary Kay, una de las principales empresas del sector cosmético, se presenta como un espacio de empoderamiento económico. No obstante, estudios como los de Morales (2016) y Barragán (2023) han demostrado que esta modalidad reproduce dinámicas de precariedad, informalidad y autoexplotación. Desde la economía política feminista (Agenjo Calderón, 2021; Federici, 2004), este trabajo propone analizar cómo el modelo Mary Kay en Tlaxcala articula trabajo, género y territorio. El enfoque busca evidenciar que la aparente flexibilidad laboral esconde procesos de feminización del trabajo que sustentan la acumulación de capital sobre la base de tareas reproductivas invisibles.

Materiales y Métodos

El estudio utiliza un enfoque cualitativo feminista basado en el análisis crítico de la economía política. El diseño corresponde a un estudio de caso del modelo Mary Kay en Tlaxcala. Las técnicas de recolección de información incluyen entrevistas semiestructuradas a consultoras de distintos niveles jerárquicos, grupos focales para recuperar experiencias colectivas, observación participante en reuniones y análisis documental de materiales corporativos (Presta & Giavedoni, 2023). El análisis de los datos se efectuará mediante una triangulación interpretativa, combinando análisis del discurso y categorización temática, en diálogo con los postulados de la economía política feminista (Blazquez, 2010; Brunet & Santamaría, 2016).

Resultados y Discusión

Los resultados preliminares evidencian que las consultoras de Mary Kay perciben el trabajo en la red multinivel como una vía hacia la independencia económica. La participación de aproximadamente 3.1 millones de personas en la venta directa en México, reconocida por la AMVD y la WFDSA, debe analizarse en el marco de las condiciones estructurales del mercado laboral nacional. No obstante, esta aparente autonomía se encuentra mediada por estructuras patriarcales y capitalistas que reproducen desigualdades de género. En la práctica, la flexibilidad laboral fomenta la autoexplotación y la incorporación del espacio doméstico como una extensión del trabajo productivo (Federici, 2004; Mies, 2007). Las mujeres transforman su tiempo, su hogar y sus vínculos sociales en capital productivo, sin acceso a un salario digno ni a derechos laborales reconocidos (Arruzza & Bhattacharya, 2020). Según la ENOE, en julio de 2025 la Población Económicamente Activa ascendió a 62.5 millones de personas, con una tasa de participación femenina significativamente menor que la masculina, lo que refleja la persistente desigualdad de género en el acceso a empleos formales y bien remunerados (INEGI, 2025). En este contexto, en Tlaxcala predominan altos niveles de informalidad, y Mary Kay se presenta como una oportunidad aparente que, en realidad, refuerza las desigualdades estructurales de género.

Asimismo, se observa que las narrativas de empoderamiento y éxito personal funcionan como mecanismos de disciplinamiento ideológico (Torres Oviedo & Misoczky, 2015). El discurso empresarial responsabiliza a las mujeres por su éxito o fracaso, invisibilizando las condiciones materiales que limitan su autonomía (Cortez, 2021). En consecuencia, el trabajo de las consultoras se ubica en la intersección entre la producción mercantil y la reproducción social, donde las fronteras entre ambas esferas se difuminan.

Conclusiones

El análisis territorial del modelo Mary Kay en Tlaxcala permite concluir que la venta directa multinivel constituye una manifestación contemporánea del trabajo feminizado. Aunque las consultoras desarrollan redes de apoyo y construyen identidad laboral, el sistema reproduce desigualdades de género al trasladar los costos laborales y reproductivos hacia las mujeres. Desde la economía política feminista, se evidencia que el discurso de empoderamiento empresarial legitima la precarización y oculta las relaciones de explotación estructural. Por tanto, el estudio invita a repensar las políticas de empleo y género, reconociendo el valor económico y social del trabajo feminizado como condición para una verdadera justicia laboral.

Bibliografía/Referencias

- Agenjo Calderón, A. (2021). *Economía política feminista*. Los Libros de la Catarata.
- Arruzza, C., & Bhattacharya, T. (2020). Teoría de la reproducción social: Elementos fundamentales para un feminismo marxista. Archivos.
- Barragán, M. (2023). Condiciones laborales, cotidianidad y conciliación de madres trabajadoras en empresas multinivel en la ciudad de Puebla en el contexto de la pandemia del COVID-19 [Tesis para obtener el grado de maestría], Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Blazquez, N. (2010). Epistemología feminista: temas centrales. En N. Blazquez Graf, F. Flores Palacios & M. Ríos Everardo (Coords.), *Investigación feminista: Epistemología, metodología y representaciones sociales* (pp. 21–38). UNAM.
- Brunet, I., & Santamaría, C. A. (2016). La economía feminista y la división sexual del trabajo. *Culturales*, 4(1), 61–86.
- Cortez, M. (2021). Trabajo flexible y género en la venta directa: un análisis crítico del marketing multinivel. *Revista de Estudios Laborales*, 13(2), 45–63.
- Federici, S. (2004). Calibán y la bruja: Mujeres, cuerpo y acumulación originaria. *Traficantes de Sueños*.



- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2025). *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- Mies, M. (2007). Patriarchy and accumulation on a world scale – revisited. *International Journal of Green Economics*, 1(3/4), 268–275.
- Morales, M. (2016). Transformación de la participación laboral femenina desde la venta directa multinivel: Un análisis de redes a partir de los grupos de venta en Tlaxcala. [Tesis de maestría]. El Colegio de la Frontera Norte.
- Presta, S. R., & Giavedoni, J. G. (2023). Mutaciones socio-técnicas y extensión de la forma-emprendimiento en el capitalismo actual. *Trabajo y Sociedad*, (41), 441-458.
- Torres Oviedo, M., & Misoczky, M. C. (2015). El emprendimiento como dispositivo ideológico. *Revista de Administración Contemporánea*, 19(6), 703–719.

