

**XIV Congreso Internacional de Análisis Organizacional**

**Educación Superior y Desarrollo Sustentable**

**Influencia de las Dinámicas de Género en la Reconfiguración de la Cultura e  
Identidad Organizacional. Caso de Estudio: Grupo Asis**

Mesa Temática: Género y Organizaciones

Modalidad: Protocolo de Investigación

Autora: Carla Selene Rodríguez García

[lunazul9@hotmail.es](mailto:lunazul9@hotmail.es)

Universidad Autónoma Metropolitana

Unidad Iztapalapa

San Rafael Atlixco No. 186, Col. Vicentina, Iztapalapa, 09340, México

01 (55) 5804 4600

Guanajuato, Gto.

De 8 al 11 de noviembre de 2016

## **Influencia de las Dinámicas de Género en la Reconfiguración de la Cultura e Identidad Organizacional. Caso de Estudio: Grupo Asis**

### **Resumen**

El modelo económico del neoliberalismo, así como la globalización envuelve, modifica y manipula tanto estructuras como procesos tangibles como intangibles en la concepción del trabajo, cuestiones que afectan a las organizaciones de diversos rubros, incluyendo el de los servicios; tal es el caso de los centros de contacto telefónico o Call Centers. Donde es interesante el análisis sobre aquellos aspectos culturales y de identidad que conllevan una relación de trabajo en y hacia los trabajadores, en especial a un sector muy importante y que ha sido representativo en las últimas décadas, tal es el caso, de las mujeres, por tanto el presente trabajo intenta describir los elementos de género que tienen influencia en la manera en que se va gestando la cultura organizacional así como la identidad dentro de un centro de trabajo. Por elementos o dinámicas de género son tomados en cuenta los conceptos como el de rol, estereotipo, desigualdad, poder, discriminación, exclusión, violencia. Para de esta manera obtener datos sobre cómo dichos elementos que se llegan a encontrar en cierta organización pueden llegar a determinar la cultura e identidad de una empresa.

**Palabras clave:** Género, cultura, identidad, organización.

## Introducción

En toda organización existe una identidad, la cual distingue a una organización de otra, y que involucra su cultura; dicha cultura forma parte del interés de los estudios organizacionales en su afán por comprender las dinámicas de la organización que se llevan a cabo en los centros de trabajo, estas dinámicas se pueden entender como *la interacción de estructuras, procesos, sistemas de información y las relaciones humanas en el contexto de las organizaciones, donde se describe la cultura de la organización y el impacto en las personas* (ITESM, 2016) además de que de ellas surgen las dinámicas de género, que especifican la acción de determinados grupos, como en el caso de las mujeres, donde están presentes elementos como desigualdad, flexibilidad, percepciones específicas, entre otras, de ahí lo relevante de analizar la influencia de las dinámicas de género en la construcción de la cultura e identidad en la organización.

El fenómeno cultural interactúa con otras disciplinas, es decir, presenta una visión multidisciplinaria; que resultan ser una posibilidad de encuentro entre varias disciplinas (Montaño, 2005, p. 26) y permiten un mayor análisis hacia su objeto de estudio, es decir, hacia la misma organización. La visión sociológica, administrativa, antropológica, económica, entre otras, ayuda a encontrar diversas explicaciones hacia el fenómeno organizacional, tanto de sus problemáticas, retos, decisiones, actores, entorno, relaciones, reconfiguraciones, cuestiones de interés para un estudio con ayuda de diversas visiones.

De ahí lo importante de estudiar las dinámicas que se llevan a cabo dentro de estas organizaciones. Por lo cual el objetivo de este trabajo es dar una aportación a los estudios organizacionales por medio de una visión constructivista de las organizaciones de servicios, en específico de los centros de llamadas comúnmente denominados *call center* y comprender la influencia de las dinámicas de género en la reconfiguración y manejo de la identidad organizacional de las operadoras telefónicas en este centro de trabajo; producto de la flexibilización que ha traído consigo la globalización y el modelo neoliberal, así como el papel de la mujer que se ve envuelto por la desigualdad social y laboral.

La importancia de estudiar la identidad como parte de la cultura en una organización es porque representa la forma en cómo se adquieren las creencias, comportamientos, simbolismos, ideología por los miembros de un grupo, que hace que se sienta parte de esa cultura. Lo cual produce razones ideológicas que pueden generar una mayor motivación a los empleados que las razones materiales (Cheney y Christensen, 2001 en Preciado Hoyos, 2009). En el modelo económico actual, el neoliberalismo se incrementa la flexibilidad laboral, en la cual se encuentran los centros de llamada, además de que éstos se manejan en el campo de la economía digital, la cual considera la intersección entre los avances tecnológicos y la innovación en los procesos de negocio en las empresas (Zysman y Weber, 2000). Esta flexibilización afecta al entorno laboral, en especial a las mujeres, las cuales han experimentado una de las transformaciones sociales y económicas más importantes y sostenidas de las últimas décadas (CEPAL, 2013. p.16). Por lo que se considera importante estudiar la identidad laboral de las

trabajadoras, en estos centros de llamada; es porque representa una de las nuevas formas de organización en el trabajo y que es determinada por la precariedad laboral, la cual es señalada como motivo de preocupación porque representa el mayor desafío de las sociedades contemporáneas, al tratarse de un nuevo régimen de organización del trabajo y de integración profesional basado en la inseguridad social (Castel, 2003 y Paugam 2000 en Guadarrama, Hualde y López, 2012. p. 215). Además que vista desde la perspectiva organizacional, involucra elementos a analizar que se integran a la organización, como elemento clave; la tecnología de la información, contando con aspectos muy variables, como horarios, jornadas, etc., donde se ven envueltos los temas de cultura, identidad, simbolismos, con nuevas prácticas y rutinas en la organización, así como el tema de género. El trabajo tiene tres temas relacionados, tales como; Cultura, género e Identidad, pero enfocándose principalmente en este último, ya que los dos primeros permitirán una mayor referencia sobre el tema. La identidad se busca abordar tomando en cuenta aspectos sociales y laborales, para obtener mayor profundidad a nuestro análisis organizacional. Lo que se pretende comprender es crear un modelo bidireccional de enlaces entre la identidad de la mujer trabajadora hacia la organización, así como de la organización hacia la mujer trabajadora. Para observar elementos de creación de identidad, por parte de la organización y la recepción de la misma, por parte de la trabajadora.

En la primera parte del presente trabajo se describe un contexto que muestra la situación que se vive hoy en día, enmarcado por la globalización, el neoliberalismo y como consecuencia la flexibilidad del trabajo, la precarización y

feminización del trabajo. Se toca el tema sobre las organizaciones postmodernas, las formas de organización que afectan los centros de trabajo y a sus miembros. En la segunda parte se presenta el marco teórico que es erigido por los tres temas eje del trabajo: cultura, género e identidad de los cuales se desarrolla sus antecedentes y sus teorías relevantes. Ya en la tercera parte se muestra la metodología empleada para la realización de la investigación, para finalmente en la cuarta parte señalar el estudio de caso, el cual trata del *call center* llamado “Grupo Asis”.

## **Problema de Investigación**

### **Flexibilidad laboral, globalización y neoliberalismo.**

El mundo del trabajo ha sido testigo de la inserción de nuevas formas de realizar las actividades productivas en el mundo entero, gracias a la globalización y su lógica capitalista, que apoyado en las Tecnologías de la información y la comunicación, han modificado la realización del trabajo, y han generado el fenómeno de la flexibilización laboral, la cual tiene implicaciones en los contratos, los espacios físicos, jornadas de trabajo, temporalidad de los puestos de trabajo, entre otros. La flexibilidad laboral afecta la vida de los individuos y ha adoptado diversos significados, como lo describe Blossfeld et al (2005):

La flexibilidad se puede considerar numérica, por contratos temporales o despidos; funcional, empleados polivalentes y reacomodo de tareas a las necesidades cambiantes; salarial, ajustan de salarios; temporal, horas variables, jornadas laborales; y cuando las empresas externalizan el trabajo, contratando los

servicios de otras empresas (Blossfeld et al 2005 citado por Pastor, J. I. M., & Bernardi, F, 2011, p. 383)

Otra distinción de la flexibilidad la da Edgell (2006) y las describe en cuatro tipos: “flexibilidad *contractual*, los autónomos; la *espacial*, el teletrabajo; la *temporal*, empleos temporales, y la total, *empleos informales*. Además agrega la forma de subempleo, el trabajo a tiempo parcial” (2011, p.383).

Se han generado cambios importantes en la forma de trabajo a nivel global, cambios que van desde políticos, económicos, culturales, sociales y por supuesto en la forma de organizar el trabajo; dando pie a trabajos no tradicionales, aquellos que Reygadas (2011) señala como trabajos atípicos, los cuales ensamblan una nueva relación entre empresas, empleados y consumidores (Reygadas, 2011, p. 22). Dichas nuevas prácticas, se desarrollan a nivel global y son cada vez más frecuentes. Pero el problema no es que existan trabajos atípicos, sino que éstos llegan a ser precarios, en el entendido que precario se considera un trabajo sin contrato, inestable, sin seguridad social, violatorios a los derechos laborales, con poca o nada de negociación colectiva (Reygadas, 2011). A la propia institución no le interesa el costo que deba pagar el individuo (físico, psicológico) con tal de cumplir con su actividad primaria (Santos, 2011, p. 124).

### **La organización posmoderna.**

La Organización se considerada un espacio social complejo que enmarcan diversa lógicas de acción, tales como la política, afectiva y racional, entre otras (Montaño, 2004, p. 6), de la misma manera Montaño (2004) muestra que la

organización puede tomar diversas modalidades institucionales como por ejemplo, el de una empresa, escuela, hospital, municipio. Al hablar de organización, es importante señalar que tipos de organización hay, en este tema Montaña (2004) describe los siguientes: la gran empresa; la pequeña empresa, con la característica de ser poco estructurada, además de ser afectada con facilidad por la cultura; los grupos empresariales, los cuales concentran su capital por medio de acciones estratégicas); los municipios, agencias Estatales; las universidades; sindicatos (Montaña, 2004, p. 31).

Estas organizaciones han cambiado por la misma dinámica del modelo neoliberal, que ha traído consigo modelos organizacionales a seguir, que son adoptados en las organizaciones de diversos rubros y se hace presente en lo que Rios (2003) menciona como la búsqueda de la eficiencia y la competitividad. Lo que indica que se ha dado grandes reestructuraciones dentro y fuera de la organización, a nivel macro y micro, siguiendo la guía de la oferta y demanda, y al mismo tiempo generando a su paso grandes desigualdades económicas, sociales, de género, entre otras.

### **Formas de organización.**

Las nuevas formas de Organización emergen y son resultado de la transición del capitalismo industrial al capitalismo postindustrial, resultando la flexibilidad de la postburocracia y la organización tecnocrática (Heyderbrand, 1989 en Tunal S. 2005. p.13). También Heyderbrand menciona que hay seis características de las estructuras postindustriales: el tamaño de la fuerza de trabajo, es relativamente

pequeño; objeto del trabajo orientado a prestar servicios, no a la producción de mercancías; medios de producción de naturaleza postindustrial determinada por la cibernética, el control numérico y la robotización; división del trabajo, un trabajo polivalente, participativo y de formas anárquicas; control del trabajo, descentralizado, y propiedad y control, retorno a pequeñas empresas con la identificación de clanes familiares y neopatrimoniales (Heyderbrand, 1989 en Tunal S. 2005. p.14).

Estas nuevas formas de organización traen consigo desigualdad en diversos ámbitos, como en el caso del trabajo, donde existe datos que demuestran la desigualdad en los centros de trabajo, en especial en el caso de las mujeres, que han tenido presencia en el mundo laboral pero que siguen teniendo una seria diferencia respecto a los hombres, en cuestiones de trabajo, un tipo de segregación horizontal, a través de la concentración del empleo femenino en los sectores de actividad con menor prestigio y peores condiciones laborales. Y segregación vertical, expresada a través de la desigual presencia de mujeres y hombres en la jerarquía empresarial, con cuasi nula presencia femenina en las cúpulas directivas (ABAY, 2011 en Torns T. y Recio C. 2012, p. 187).

### **Delimitación**

La dimensión simbólica o cultural contribuye al equilibrio sistémico en general y la eficacia de una organización (Smircich, 1983, p. 340-344) de la misma manera la cultura y los valores de una sociedad, han sido llevados a la empresa, por la función que tiene. En este mundo global y dirigido por una lógica capitalista donde emergen situaciones de desigualdad, pobreza y precariedad surgen el problema

de la falta de recursos económicos para sustentar el hogar, por tanto el nivel de ingresos no cubre con las necesidades de la familia, lo cual genera un factor para que las mujeres busquen trabajo. Aunque esto antes no era bien visto, porque se suponía que la mujer debía quedarse en casa y cuidar a los hijos, esto ya ha cambiado, y ha reconfigurado el papel de la mujer. Pero hay que considerar que no hay cambio de papeles; sino en su mayor proporción hay una doble función, se mantiene el rol que se tenía en el hogar y se adjuntó otro, el del trabajo.

Dentro de las razones que incentivan a la mujer a trabajar hay que determinar diferencias, según las oportunidades y la situación social que le rodea. Se toma en cuenta el primer caso, que parece ser el más común y que es consecuencia del sistema capitalista que limita recursos y crea condiciones de pobreza y precariedad, estamos hablando de la situación de buscar trabajo por necesidad económica, pero que puede ser una forma de realizarse como trabajadora, en el sentido de tener un lugar que para ella le cree sentido y significado. El otro ejemplo es el caso de mujeres de clase media que no necesariamente necesitan el trabajo, pero que les permite obtener un desenvolvimiento personal. A partir de los años 1980 y 1990 la política laboral se relajó para las mujeres profesionales que les permite trabajar después de casarse y/o tener hijos (Brumley, 2014).

Para poder comprender la identidad laboral, se pueden tomar en cuenta como procesos meso, que se encuentra entre las instituciones que regulan las orientaciones laborales de los individuos y lo el nivel micro: propios deseos, sentimientos, percepciones (Guadarrama, 2008. p. 326). El trabajo de la mujer llega a integrar factores personales, sociales, que se concentran en los vínculos

de trabajo. Por tanto su identidad laboral no se limita exclusivamente a los significados relacionados con su profesión u ocupación, su identidad laboral se construye en tiempos y espacios heterogéneos articulados a lo largo de su trayectoria y de los diversos contextos socio-históricos en los que viven y trabajan.

La identidad forma parte de la cultura en una organización, y puede estar formada por las creencias, comportamientos, simbolismos, entre otros. Hay características que forman parte de la identidad, tales como: socialización, construcción personal, influencia de la cultura, da sentido al ser y al hacer, así como los mecanismos de regulación. La identidad es importante por lo que significa para los individuos, porque como lo menciona Castells M. (1996) son fuentes de sentido para los propios actores y se construyen por ellos mismos, así como las identidades organizan el sentido, y los roles organizan las funciones. La relación entre la identidad y el rol de trabajadora en la mujer, se puede entender a través de la misma concepción sobre identidad, que sugiere Claude Dubar (2000) donde la identidad se genera a partir de los procesos de socialización contruidos a través de la interacción entre individuos e instituciones. Esta investigación busca dar una reflexión acerca de la forma como se reconfigura la identidad laboral en las organizaciones emergentes, en específico de la industria de los servicios de atención al cliente vía telefónica, producto de los modelos de flexibilización en el trabajo y encontrar en sus dinámicas de género la respuesta.

La investigación está delimitada por la descripción y Comprensión de la influencia de las dinámicas de género en la identidad organizacional. Así como señalar la manera en que se crea la identidad organizacional, en el sector

servicios; en específico en un *call center* o centro de llamada de la ciudad de México.

## **Objetivos y Preguntas de Investigación**

### **Objetivo general.**

La importancia de las dinámicas de género, es por el papel que representa la mujer en el trabajo, que ha sido significativo en los últimos años y es afectado por las formas de trabajo impuestas por el modelo económico actual, lo que significa una problemática social que afecta al trabajo y a la propia organización, así el objetivo general del presente trabajo es:

Comprender la influencia de las dinámicas de género en la identidad organizacional, la cual es afectada, por formas de trabajo flexibles y precarias en un centro de contacto telefónico.

### **Objetivos específicos.**

- Describir los aspectos generales de la cultura organizacional y su relación con la identidad.
- Analizar la situación del trabajo de la mujer en un contexto global y neoliberal.
- Entender la reconfiguración de la identidad organizacional en los centros de contacto telefónico.
- Conocer cómo se percibe la identidad organizacional en trabajadoras de *call center*.

- Describir de qué manera es utilizada la identidad por la administración de los centros de contacto telefónico.

### **Pregunta eje.**

¿Cómo las dinámicas de género influyen en la reconfiguración de la identidad organizacional en una empresa subcontractada?

### **Preguntas específicas.**

- ¿Cuáles son los aspectos generales de la cultura organizacional?
- ¿Cómo se relaciona la cultura y la identidad?
- ¿Cuál es la situación del trabajo de la mujer en un contexto global, enmarcado por el neoliberalismo?
- ¿De qué manera se reconfigura la identidad organizacional en los centros de contacto telefónico?
- ¿Cómo se percibe la identidad organizacional en las trabajadoras de *call center*?
- ¿De qué manera es utilizada la identidad por la administración de los centros de contacto telefónico?

## **Relevancia, Pertinencia, Factibilidad y Mapa de Investigación**

### **Relevancia.**

Conocer la construcción de la identidad organizacional, así como el manejo de dicha identidad resulta clave para comprender comportamientos asumidos y

determinados por la propia organización; producto de la flexibilización aplicada por la globalización y el modelo económico neoliberal que crean dinámicas de género en los centros de trabajo. La organización a estudiar es un *call center* o centro de llamada, que es parte de los trabajos emergentes por la introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, lo que lo hace interesante su estudio, además su importancia radica en que es uno de los trabajos que tiene mucha presencia en Latinoamérica y México.

### **Pertinencia.**

La identidad considerada una parte de la cultura en la organización que afecta el comportamiento de los individuos, en este caso, el de las operadoras en el centro de llamadas, es fundamental para el entendimiento del comportamiento de los miembros de una organización, de ahí su relevancia de su investigación para los estudios organizacionales.

### **Factibilidad.**

El lugar donde se pretende realizar la investigación y aplicación de las herramientas metodológicas (contenidas en el apartado tres de este trabajo), será en un centro de servicio de llamadas, denominado grupo Asis, que tiene sus oficinas corporativas en el Distrito Federal: Añil #571 6° piso, Colonia Granjas México, C.P. 08400, México, Distrito Federal, lo cual hace más fácil el poder acceder al mismo. Además de contar con el apoyo de uno de sus gerentes como facilitador de la investigación dentro de la organización. Algo importante de señalar es que la autora de la investigación no ha trabajado en este centro de llamadas,

por lo que no tiene ningún tipo de vínculo que pudiera desviar la información, como el tener concepciones predeterminadas; favorables o desfavorables del centro de trabajo, por lo que se considera factible la aplicación de la investigación en este lugar.

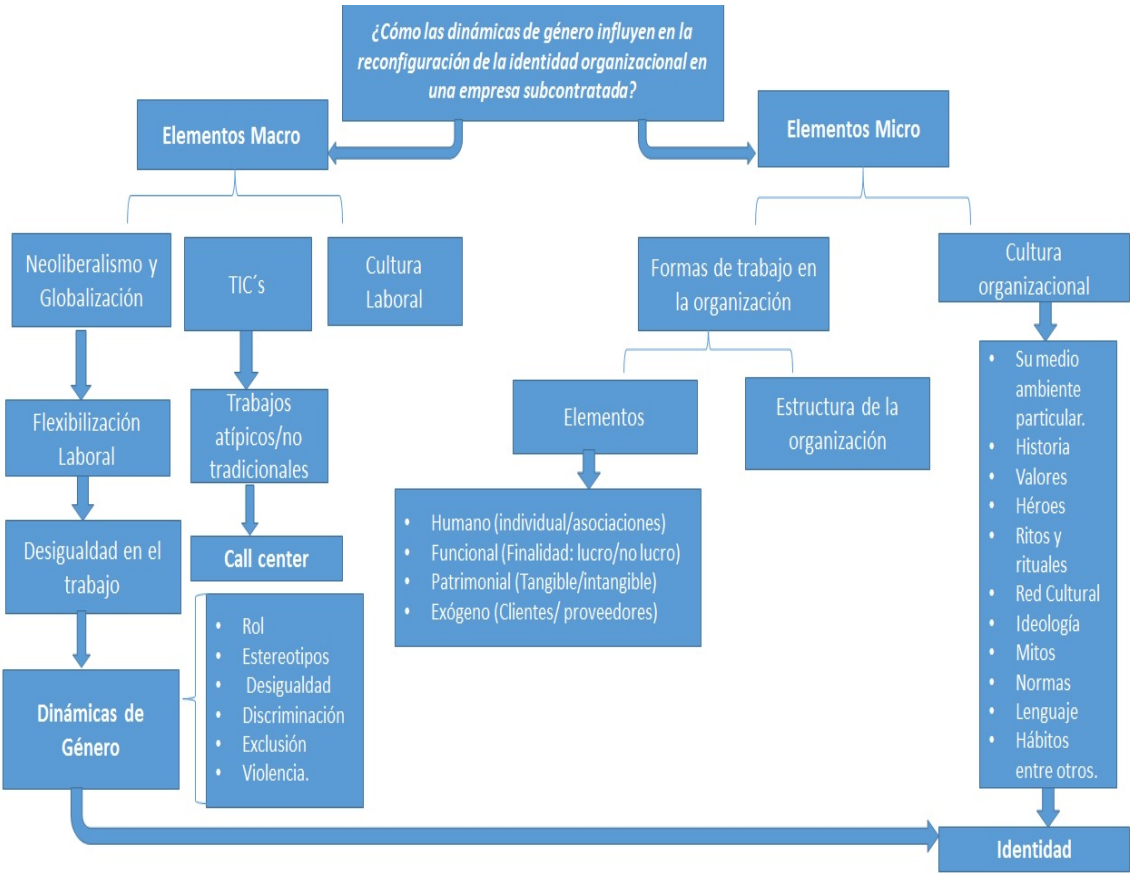


Figura 1. Mapa de la investigación.  
 Fuente: elaboración propia a partir de Sanabria (2003).

## Marco Teórico

### Cultura.

El individuo y la organización, tienen un constante intercambio de elementos culturales, que le den significación, sentido y pertenencia, por lo cual se busca que dichos elementos sean bien dirigidos para lograr el compromiso y la productividad requerida por el entorno.

Los elementos que forman parte de la cultura está integrada por dos aspectos, lo visible, que tiene que ver con creencias, símbolos, normas, ceremonias, discursos particulares, así como también cuenta con una parte que no se ve, la cual representada por valores, temores, ideologías, sentimientos. El análisis cultural que se tiene en determinada parte del mundo requiere para su mayor comprensión de dimensiones, que contemplen aspectos específicos en el trabajo, para poder entender contrastes, similitudes sobre una misma concepción, como las dimensiones que señala Hofstede (2011) tales como la percepción de la distancia del poder, rechazo de la incertidumbre, individualismo y la masculinidad.

Tabla 1.  
*Elementos de la cultura*

El medio ambiente	El ambiente particular de cada compañía determina lo que se debe de hacer para tener éxito.
Los valores	Son creencias y conceptos básicos de una organización

Los héroes	Personifican los valores que hay en la cultura, son como un tipo de modelo a seguir.
Ritos y Rituales	Rutinas programadas y sistematizadas que se utilizan en la vida diaria.
Red cultural	Considerado como el transportador de los valores en la compañía, es el medio de comunicación básica (informal) dentro de la organización; los narradores tienen un importante papel, por el poder que llegan a representar por su función.
Ideología	Conjunto fuerte de convicciones, compartidas apasionadamente por sus miembros, que distingue a la organización de todas las demás.
Mitos	Una teoría del mundo; como interpretaciones de la realidad, se almacenan como construcciones en el cerebro, son simplificadas y parcialmente erróneas (Hedberg y Jonsson, 1977 en Mintzberg, 1999).
Normas de grupo	Normas particulares sobre la forma de

	hacer las cosas, como en el caso de un proceso, el seguimiento de la calidad, entre otras.
Las reglas del juego	Las reglas implícitas para llevarse bien en la organización.
Habilidades especiales	Habilidades particulares de un grupo específico.
Hábitos	Lo que se comparte cotidianamente en sus actividades.
Lenguaje	Como parte de un marco cognitivo, de modelos mentales, importantes para socializar.
Significados compartidos	Entendimientos que resultan parte de la creación de los miembros del grupo, ya que interactúan entre sí.

Fuente: Recopilación propia con base en Deal y Kennedy (1985, p. 14-16), Mintzberg (1999, p. 332,346), Schein (1997, p. 9-10).

Como parte de los niveles para poder analizar a la cultura, se desglosan los siguientes: las estructuras y procesos organizacionales (conducta, tecnología, arte), visibles pero difícilmente descifrables, considerados como artefactos visibles; Las Estrategias, objetivos, filosofías, relacionados a la adopción de valores; Inconsciente, contiene desde creencias, percepciones, pensamientos, sentimientos, búsqueda tanto de valores y acciones: entender la realidad, el

género, las relaciones humanas, mostrados como supuestos básicos (Schein, 1997, p. 18).

### **Identidad organizacional.**

La identidad forma parte de la cultura de una organización, por tanto es un elemento clave de la investigación de los estudios organizacionales, pues muestran los comportamientos, personalidad, actitudes de parte de los miembros de una organización que lo distinguen de otras. Guadarrama (2008) describe tres ideas sobre identidades laborales en las mujeres:

1. Las identidades laborales de las mujeres no se limitan exclusivamente a los significados relacionados con su profesión u ocupación o con el espacio laboral y la cultura de la empresa. Su identidad laboral se construye en tiempos y espacios heterogéneos
2. La identidad laboral supone una doble transacción entre el proceso de etiquetación de identidades que orientan a las mujeres hacia el trabajo de acuerdo con la definición a priori de sus modalidades genéricas, sexuales, raciales, de clase, étnicas y/o regionales, y el proceso de construcción de sujetos que plantea la modificación de estas orientaciones predefinidas de acuerdo con sus necesidades y deseos.
3. En el caso de las profesiones/ocupaciones feminizadas, esta doble transacción es experimentada por las mujeres como un sentimiento de ambigüedad/ambivalencia entre la aceptación o el rechazo de los

estereotipos heredados y la continuidad o ruptura de sus identidades precedentes.

La identidad laboral femenina está formada por factores personales, sociales, que se concentran en los vínculos de trabajo. Las identidades laborales de las mujeres no se limitan exclusivamente a los significados relacionados con su profesión u ocupación, su identidad laboral se construye en tiempos y espacios heterogéneos articulados a lo largo de su trayectoria y de los diversos contextos socio-históricos en los que viven y trabajan.

### **Género.**

Como parte de la comprensión de la identidad resulta importante conocer acerca de la dinámica organizacional, la cual se ha hecho presente de distinta manera a través de diferentes momentos en la historia, como lo mencionó Ferree y que recuperó Hass (1990): los vínculos entre familia y trabajo forman parte de un sistema único de relaciones sociales “históricamente variable” (Guadarrama 2008. p. 327). Sólo que había una constante, el papel de la mujer no salía del rol principal de esposa-madre. Cuando ya hubo cambios significativos en la dinámica laboral femenina fue a fines del siglo XX e inicios del XXI.

Los cambios en el trabajo se han venido construyendo a través de nuevos elementos como la tecnología, la flexibilidad en el trabajo, mayor participación femenina, incremento de los servicios en comparación al sector productivo, la inserción de trabajos atípicos; como aquellos señalados por (Reygadas, 2011. p. 22) que ensamblan una nueva relación entre empresas, empleados y

consumidores. Cabe preguntarnos, si la mujer ya incursiona en el trabajo ¿En qué puestos de trabajo se nota más su presencia? para dar una luz a este cuestionamiento, Freeman (2001) habla sobre las nuevas formas de feminidad global que emergen como respuesta afirmativa de las mujeres a la demanda de fuerza de trabajo dócil por parte de las empresas transnacionales.

La perspectiva de género aparece en la segunda mitad del siglo XX en las ciencias sociales, y aborda aspectos históricos, dialécticos, multidisciplinarios e integrales sobre las relaciones entre mujeres y hombres (Instituto Jalisciense de las Mujeres, 2008 p. 10). Esta perspectiva abre paso a entender las características de género mencionadas por el instituto Jalisciense de las Mujeres (2008):

- Conjunto de valores, normas y tradiciones que determinan socialmente las actividades.
- Conductas y formas de relacionarse en lo cotidiano.
- Relación con lo que cada sociedad considera como correcto y aceptable en el comportamiento de mujeres y de hombres.
- Pueden cambiar o permanecer sin modificaciones, dependiendo de la época, del lugar, de la cultura y de la sociedad.
- No están relacionadas con la apariencia física de las personas (sexo), sino con su comportamiento, sus actitudes y sus habilidades.
- El género es el resultado de una construcción y una enseñanza social aprendida a través de las principales instituciones de la sociedad (familia, iglesia, escuela, grupos y agrupaciones, diversas instituciones,

entre otras) y que se vuelve propio de las personas al aceptar esas características.

- El análisis de género demuestra: atributos y deberes simbólicos asignados a su sexo no naturales; no se nace con ellos, por lo tanto se aprenden.
- La construcción de “género” va consolidando una situación generalizada de marginación y discriminación que conduce a la inequidad, limitando la participación de la mujer en la sociedad.
- Género es también un sistema normativo, con reglamentos y sanciones a través de los cuales los comportamientos femenino y masculino son constantemente monitoreados y evaluados.
- El género se puede concretar en la manera como cada sociedad simboliza las diferencias sexuales.

Así mismo es importante destacar donde se expresan los derechos de las mujeres trabajadoras, los cuales buscan la igualdad; en el caso de México, están la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: artículo 4to que indica que el hombre y la mujer son iguales ante la ley, el derecho a decidir el número de hijos; el artículo 5to donde se menciona la libertad de profesión; el artículo 34 que indica la ciudadanía de las mujeres (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 2015).

## Metodología y Tipo de Investigación

La metodología que se pretende utilizar en este trabajo es la cualitativa, que como menciona Quecebo y Castaño (2002) es la investigación que produce datos descriptivos, que contiene las propias palabras de las personas, de manera hablada o escrita, así como la conducta observable, tan importante para poder entender el fenómeno de la investigación. Además de contar con aspectos como estructuras y perspectivas de significado, conexiones de influencia, redundancias y relación con el contexto (Erikson, 1989 en Quecebo y Castaño, 2002, p. 16).

De este modo la metodología que se busca aplicar está compuesta por cinco partes, el hecho social que se pretende estudiar, sus partes a estudiar, el paradigma, variables y las herramientas a utilizar para la obtención de los datos:

- Hecho Social en General: Cómo se da la reconfiguración (construcción) de la identidad y las dinámicas de género que manipulan dicha identidad en las mujeres.
- Partes: trabajadoras, *call center* (organización), usuarios del servicio, tecnología de la información (que permite la reconfiguración de la identidad).
- Paradigma: Desde la perspectiva del constructivismo interpretativo, para poder estudiar la realidad de un lugar específico, entendida como una construcción social y una percepción de la cultura que hay, con la cual se identifique el individuo.

- Variables de influencia: Dinámicas de género (producidas por las dinámicas organizacionales); Identidad; Cultura organizacional.
- Herramientas de investigación: Observación participante, entrevistas.

## Estudio de Caso y Cronograma de Actividades

### Contexto de la organización.

- Nombre de la organización: Grupo Asis
- El logo es representado por una G mayúscula de color verde, que indica la palabra grupo, contiene una línea verde en medio y debajo indica la leyenda crédito cobranza contacto.



*Figura 2.* Logo Grupo Asis.  
Fuente: Grupo Asis (2016).

- Sector económico  
Según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) el cual da una clasificación a cada industria, en Estados Unidos, Canadá y México, los *Call centers* tienen la clasificación: 56142 Telephone Call Centres.
- Tamaño: Tiene cinco centros de contacto en la ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Mérida y Tuxtla.
- Tipo: Corporativo, asociación.
- Ubicación geográfica

Sus oficinas corporativas se encuentran ubicadas en el Distrito Federal: Añil #571 6° piso, Colonia Granjas México, C.P. 08400, México, Distrito Federal.

Principales servicios ofrecidos: Tiene tres servicios generales: Servicios contact center, servicios preventivos de Morosidad y servicios de gestión de cobranza. Desglosados de la siguiente manera (Grupo Asis, 2016):

Sus servicios de contact center:

Servicios de contact center, dando información comercial y ventas

Posventa, donde la Información sobre productos y servicios adquiridos

Gestión de incidencias y reclamaciones, con una gestión sobre reclamaciones de la atención y solución de los problemas

Programas de lo que llaman “Lealtad”, porque incentiva a los clientes, a que sigan utilizando el servicio por medio de incentivos, puntos acumulados, entre otros.

Retención de clientes, utilizado con el objetivo de mantener o recuperar a los que considera sus mejores clientes

Estudios de satisfacción de clientes y realización de estudios de mercado, por medio de encuestas diseñadas por las empresas, que su empresa diseñe, para conocer las preferencias, estilo de vida y necesidades de los clientes.

Servicios Preventivos de morosidad:

Comunicación interactiva de programas de educación financiera hacia los clientes en cuestiones como las características del producto, costos y gastos

de cobranza: establecer fechas de pago, tratar quejas y reclamos oportunamente, diseño e implementación de estrategias del Refuerzo Positivo

Servicios de gestión de cobranza:

Amplia gama de servicios de cobranza como colectores de pago, gestores en terreno, y puntos de recaudo, información tratada con confidencialidad.

Adherencia a los mismos procedimientos éticos y estándares que la empresa promueve para el tratamiento de los clientes (Grupo Asis, 2016).

Tabla 2.  
Cronograma de actividades

	<b>Cronograma de Actividades: Tesis Maestría</b>				
	Trimestres lectivos UAMI				
<b>Actividades</b>	<b>16 Primavera</b>	<b>16 Otoño</b>	<b>17 Invierno</b>	<b>17 PrimAveri</b>	<b>17 Otoño</b>
Planteamiento del problema					
Marco Teórico					
Metodología					
Trabajo de campo (Recolección de datos y discusión)					
Presentación y Examen de Grado					

Fuente: Elaboración propia

Este cronograma señala cada una de las actividades que se pretenden realizar para llevar a cabo la investigación, descrita de la siguiente manera:

En el trimestre 16 Primavera: comprende del 9 de Mayo al 6 de Septiembre del

2016, se buscó obtener el planteamiento del problema, así como una parte de la metodología.

En el trimestre 16 Otoño: Comprende del 26 de Septiembre al 15 de Diciembre del 2016, se pretende ir construyendo el marco marco teórico.

En el trimestre 17 Invierno: Comprende del 16 de Enero al 7 de Abril del 2017, se busca consolidar el marco teórico.

En el trimestre 17 Primavera: Comprende del 8 de Mayo al 26 de Julio del 2017, se consolidará el marco teórico, la metodología y se realizará el trabajo de campo.

En el trimestre 17 Otoño: Comprende del 11 de Septiembre al 15 de Diciembre del 2017, se programa la presentación de la investigación.

## Referencias Básicas

Brumley, Krista M. (2014), Now, We Have the Same Rights as Men to Keep Our Jobs': Gendered Perceptions of Opportunity and Obstacles in a Mexican Workplace, *Gender, Work & Organization* Volume 21, Issue 3, Pp. 217-230.

Castells. M (1996) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.1 La Sociedad Red*, Madrid: Alianza. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?id=uADgOfONJgC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

CEPAL (2013). XII Conferencia Regional sobre la mujer de América Latina y el Caribe, *Mujeres en la economía digital superar el umbral de la desigualdad*, *Ministerio de la Mujer*, Núm. 579 pp.16.

Deal, E. Terréense y Alian A. Kennedy (1985) *Culturas Corporativas. Ritos y rituales de la vida organizacional*. México: Fondo Educativo Interamericano págs. 3-39.

Grupo Asis. (2016). Recuperado de <http://www.grupoasis.com.mx>

Guadarrama Olivera. (2008). Los significados del trabajo femenino en el mundo global. Propuesta para un debate desde el campo de la cultura y las identidades laborales, Vol. 26, No. 77. México: El Colegio de México. pp. 321-342.

-----, Hualde y López. (2012) Precariedad laboral y heterogeneidad ocupacional: una propuesta teórico-metodológica. *Revista Mexicana de Sociología* 74, núm. 2. Pp. 216-243.

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1). Recuperado de:

<http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=orpc>

Instituto Jalisciense de las Mujeres. (2008). Mujeres y hombres ¿Qué tan diferentes son? Manual de sensibilización en perspectiva de género. México. Pp. 13. Recuperado el 11 de Julio de 2016 en

<http://cedoc.inmujeres.gob.mx/ftpg/Jalisco/jal04.pdf>

Mintzberg, Henry, Bruce Ahlstrand y Joseph Lampel. (1999). Safari a la Estrategia. Una visita guiada por la jungla del management estratégico, Ed. Granica, Argentina. Pp. 332-358.

Montaño, L. (2004). Los estudios organizacionales en México: cambio, poder, conocimiento e identidad. México: *Gestión y Política Pública* Universidad Autónoma Metropolitana.

Pastor, J. I. M., & Bernardi, F. (2011). La flexibilidad laboral: Significados y consecuencias. *Política y Sociedad*, 48(2), 381-402, 417-419.

Recuperado

de <http://www.bidi.uam.mx:8331/login?url=http://search.proquest.com/docview/915717381?accountid=37347>

Reygadas, Luis (2011), "Trabajos atípicos, trabajos precarios: ¿dos caras de la misma moneda?", en Edith Pacheco, Enrique de la Garza y Luis Reygadas (Coordinadores), *Trabajos atípicos y precarización del empleo*, El Colegio de México, México, pp. 21 – 45.

Sanabria R. (2003). Elementos de la empresa en comercial. Recupero de:

<http://slideplayer.es/slide/4188216/>

Smircich, Linda. (1983). Concepts of culture and organizational analysis, en *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28, Núm 3. pp. 339-358.

Schein, Edgar H. (1997) *Organizational culture and Leadership*, Jossey-Bass, San Francisco CA, págs. 3-27 (Capítulos 1 y 2).

Torns T. y Recio C. (2012). Las desigualdades de género en el mercado de trabajo: entre la continuidad y la transformación. Universidad Autónoma de Barcelona. *Revista de Economía Crítica*, núm. 14 Pp. 178-202.

Zysman, H. y Weber, S. (2000). *Governance and Politics of the Internet Economy. Historical Transformation or Ordinary Politics With a new vocabulary?*  
En Smelser, N.J.; Baltes, P.B. (eds.) *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Elsevier Science Limited, Oxford.