

“ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LAS PERSONAS QUE
DESARROLLAN EL NEGOCIO DEL SISTEMA MULTINIVEL DE LAS
ORGANIZACIONES HERBALIFE Y AMWAY UBICADAS EN PASTO-NARIÑO, EN EL
AÑO 2011”

NANCY MERY CUARÁN TREJO

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PASTO
2012

“ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LAS PERSONAS QUE
DESARROLLAN EL NEGOCIO DEL SISTEMA MULTINIVEL DE LAS
ORGANIZACIONES HERBALIFE Y AMWAY UBICADAS EN PASTO-NARIÑO, EN EL
AÑO 2011”

Presentado por:

NANCY MERY CUARÁN TREJO

Trabajo de tesis para optar por el título de
Profesional en Administración de Empresas

JULIO IGNACIO GARZÓN

Asesor:

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PASTO
2012

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el Trabajo de Grado son responsabilidad exclusiva de su autor.”

Artículo primero del acuerdo N. 324 de octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Concejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACION

Firma del presidente de tesis

Firma del jurado

Firma del jurado

San Juan de Pasto, Marzo 2012

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi Asesor el Profesor Julio Ignacio Garzón por su apoyo incondicional para el desarrollo de este proyecto de investigación, a mis Profesores por sus enseñanzas, a las personas que conforman las organizaciones de Herbalife y Amway en la Ciudad de Pasto por su colaboración y contribución en la realización de este proyecto final de grado.

DEDICATORIA

A DIOS

Por ser mi guía... y manifestarse en todo lo que desea que conozca...

A mis Padres Nelson y Digna

Por ser mi fortaleza y la razón para que haya alcanzado este sueño, que también fue su sueño.

A mi Hermano

Por ser mi gran amigo

A mi abuela

Por ser mi otra madre.

Nancy Cuarán

RESUMEN

El presente estudio es un análisis del impacto socioeconómico de las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel en las organizaciones Herbalife y Amway, ubicadas en la Ciudad de Pasto en el año 2011, para concebir y promover conocimiento sobre la tendencia de hacer negocios en el Sistema Multinivel como una opción de desarrollo personal y financiero, esto se realizó a través del cumplimiento de objetivos específicos, donde se contemplan aspectos como: la identificación del Sistema de trabajo de las organizaciones Herbalife y Amway; la presentación de información y análisis de variables entre las que se encuentran, el perfil demográfico, la situación económica y social de las personas que realizan el negocio en estas organizaciones; también se realiza un paralelo y una tipificación de las organizaciones Multinivel que hacen parte de esta investigación; así mismo se presenta un comparativo entre el sistema Multinivel y Tradicional, llegando a deducir ventajas y desventajas del Sistema, en esas condiciones, se plantea la metodología para elegir una Compañía Multinivel y una guía práctica como herramienta para conocer y desarrollar este tipo de negocios.

Se realizó una investigación de campo mediante la aplicación de un cuestionario que se aplicó a 269 personas, "distribuidores independientes", a las cuales se logro llegar gracias al apoyo de los líderes de las organizaciones Herbalife y Amway en la Ciudad de Pasto.

Dentro de los resultados sobre el sistema de trabajo se logro determinar que las organizaciones objeto de estudio promueven su plan de mercadeo Multinivel a través de sistemas de capacitación enfocados en la comercialización, formación de la red de negocio y el desarrollo de habilidades como el liderazgo, para fortalecer así, la construcción de equipos de trabajo íntegros que se apoyan mutuamente para lograr resultados en las metas propuestas en este negocio.

Los entrevistados consideran la importancia del Sistema Multinivel como una oportunidad de negocio independiente por razones como la autonomía, horario propio, ingresos ilimitados, desarrollo personal, servicio y apoyo a otras personas, se puede hacer conjuntamente con otras actividades.

Las personas de la organización de Herbalife en Pasto se concentran en dos niveles principales dentro del plan de mercadeo. El primer nivel en descuentos por volumen de ventas personales y en el segundo nivel personas con descuentos y reconocimientos. Amway en Pasto presenta un nivel más, que trata sobre las bonificaciones por desempeño de la organización personal.

Se han construido redes de negocio personales en promedio de 10 a 20 distribuidores bajo línea. Los ingresos por ventas directas al mes, están contemplados entre \$200.000 y \$1.000.000 de pesos y los ingresos percibidos mensualmente a través de la red de distribuidores están entre \$0 y \$2.000.000 de pesos. Se llega a deducir también que el

nivel de ingresos no está determinado o es dependiente del nivel de estudios alcanzado y tampoco tiene relación directa con el tiempo en años realizando el negocio.

Se llegó a reconocer varios puntos semejantes entre Herbalife y Amway que permiten resaltar características organizacionales que proyectan en común. Las similitudes de estas compañías radican principalmente en el Sistema de mercadeo o plan de mercado.

Entre las diferencias más importantes entre el sistema empresarial multinivel y tradicional se encontró mayor impacto del sistema multinivel sobre aspectos como, la retribución económica a corto y largo plazo, fácil incorporación a las organizaciones, brindan un Sistema de negocio ya diseñado, "estabilidad laboral", capacitación constante sobre el negocio y desarrollo personal, mejores reconocimientos personales.

Con la información alcanzada se logró presentar una guía práctica para generar orientación y conocimiento sobre el Sistema de negocios Multinivel y determinar los aspectos necesarios a tener en cuenta al momento de elegir una Compañía Multinivel a la cual afiliarse con la idea de que sea una verdadera fuente formal de negocio.

ABSTRACT

This study is an analysis of the socioeconomic impact of people who develop the business of Network Marketing System on Herbalife and Amway organizations located in the city of Pasto in 2011, to develop and promote knowledge on the trend of doing business in the Multilevel System as an option for personal and financial, this was done through the implementation of specific objectives, which cover aspects such as system identification work of organizations Herbalife and Amway, reporting and analysis of variables between those found, the demographic, economic and social situation of the people doing business in these organizations also performed a parallel and a definition of MLM organizations that are part of this investigation, likewise presents a comparative between the system and traditional MLM, reaching deduct advantages and disadvantages of multilevel system under these conditions, we propose a methodology for choosing an MLM company and a practical guide as a tool to learn and develop this business, in this guide are criteria on the multilevel system in order to present economic opportunities available to people looking for alternative sources of income and personal development.

We conducted a field investigation by applying a questionnaire applied to 269 people, "independent distributors", to which I make it through the support of the leaders of Herbalife and Amway organizations in the city of Pasto.

Among the results of the work system it was determined that the organizations under study promote their multilevel marketing plan through training systems focused on marketing, network formation and business development skills such as leadership, and strengthening, building intact work teams who support each other to achieve results in the goals proposed in this business.

Respondents consider the importance of multilevel system as an opportunity for independent business reasons such as autonomy, own schedule, unlimited income, personal development, service and support to others can be done in conjunction with other activities.

The people in the organization of Herbalife in Pasto focus on two main levels within the marketing plan. The first volume discount level in personal sales and on the second level people with discounts and rewards. Amway in Little Rock has a level, which deals with performance bonuses for personal organization.

Networks have been built personal business on average 10 to 20 dealers in line. Revenues from direct sales per month, are included between \$ 200,000 and \$ 1,000,000 pesos and income received monthly through the dealer network are between \$ 0 and \$ 2,000,000 pesos. They also get to deduct the income level is not determined or is dependent on educational attainment and has no direct relationship with time in years doing business.

He came to recognize several similar points between Herbalife and Amway that highlights organizational characteristics that project together. The similarities of these companies are mainly in the marketing system or marketing plan.

Among the most important differences between the multi-enterprise system and traditional system found greater impact on issues such as multi-level, financial rewards in the short and long term, easy addition to the organizations, provide a business system as designed, "job security" , constant training on business and personal development, improved personal recognition.

With the information obtained it was possible to present a practical guide to generate guidance and knowledge on MLM Business System and determine the necessary aspects to consider when choosing an MLM company to which affiliate with the idea that it is a true source formal business.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	21
CAPITULO I.....	23
ASPECTOS METODOLÓGICOS SEGUIDOS EN LA INVESTIGACIÓN.....	23
1.1 TEMA	23
1.2 TITULO.....	23
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	23
1.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	24
1.6 OBJETIVOS	25
1.6.1 Objetivo General.....	25
1.6.2 Objetivos específicos.....	25
1.7 JUSTIFICACIÓN	26
1.8 MARCO REFERENCIAL	27
1.8.1 Marco teórico.....	27
1.8.2 Marco histórico..	35
1.8.3 Marco legal.....	36
1.8.4 Marco contextual.	38
1.8.5 Marco conceptual	40
1.8.6 Metodología de la investigación.....	42
1.8.7 Método de investigación	43
1.8.8 Tratamiento de la información	44

1.8.9 Definición de variables.	45
CAPITULO II.....	46
ANTECEDENTES DE LAS ORGANIZACIONES MULTINIVEL AMWAY Y HERBALIFE	46
2.1 ANTECEDENTES DE HERBALIFE	46
2.1.1 Historia.	46
2.1.2 Perfil Corporativo.....	47
2.1.3 Visión de la compañía. “cambiar la vida de las personas”	49
2.1.4 Productos y resultados.	49
2.1.5 Oportunidades de negocio y plan de mercado Herbalife..	49
2.1.6 Plan de Mercado de Herbalife	51
2.1.7 Ética de distribución	53
2.2 ANTECEDENTES DE AMWAY	54
2.2.1 Historia.....	55
2.2.2 Perfil Corporativo.....	56
2.2.3 Visión y valores de la compañía.	58
2.2.4 Productos y resultados..	59
2.2.5 Oportunidad de negocio y plan de mercadeo de Amway.....	59
2.2.6 Ética de distribución.	69
CAPITULO III.....	71
ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA	71
3.1 RECONOCIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES HERBALIFE Y AMWAY EN PASTO, A TRAVÉS DE LA ENTREVISTA Y LA OBSERVACIÓN.....	71
3.1.1 Sistema de trabajo de las organizaciones Herbalife y Amway en Pasto.	71
3.1.2 Etapas en el ciclo de vida del negocio Multinivel para Herbalife y Amway.....	76

3.1.3 Aplicaciones prácticas en el Sistema Multinivel Herbalife y Amway durante el proceso de capacitación.....	79
3.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA EN LOS CUESTIONARIOS.....	80
3.2.1 Síntesis de la metodología utilizada para la elaboración de la encuesta.....	80
3.2.2 El cuestionario de captación.....	85
3.2.3 El procedimiento de captación.....	86
3.2.4 El procedimiento para el procesamiento de los datos.....	86
3.3 ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS OBTENIDAS EN LA ENCUESTA	86
3.3.1 Respuestas obtenidas en la parte I de la encuesta “perfil personal” ..	86
3.3.2 Respuestas obtenidas en la parte II de la encuesta “aspectos previos a la participación como distribuidor independiente del Sistema Multinivel” ..	94
3.3.3 Respuestas obtenidas en la parte III de la encuesta “formación y desarrollo personal en la organización”	101
3.3.4 Respuestas obtenidas en la parte IV de la encuesta “aspectos sobre el desarrollo del negocio”	113
3.3.5 Respuestas obtenidas en la parte V de la encuesta “aspectos actuales dentro de la organización”	141
3.3.6 Datos relevantes de la aplicación de la encuesta para Amway.....	152
3.3.7 Datos relevantes de la aplicación de la encuesta para Herbalife	156
3.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS EN LA OBSERVACIÓN	159
3.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE CAMPO Y DOCUMENTAL	161
3.5.1 Interpretación de fundamentos teóricos en comparación a la información extraída de la investigación de campo.	161
3.5.2 Métodos de motivación que influyen en el desempeño.....	162
3.6 PARALELO ENTRE LAS COMPAÑÍAS HERBALIFE Y AMWAY.....	163

3.7 TIPIFICACIÓN ORGANIZACIONAL DE HERBALIFE Y AMWAY	165
3.8 PARALELO ENTRE LAS COMPAÑÍAS DEL SISTEMA MULTINIVEL Y TRADICIONAL	166
3.9 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS ORGANIZACIONES HERBALIFE Y AMWAY EN LA CIUDAD DE PASTO	169
3.10 IMPACTO SOCIOECONÓMICO.....	175
3.10.1 Impacto social.....	175
3.10.2 Impacto Económico	175
CAPÍTULO IV	177
CONOCIMIENTO DEL SISTEMA MULTINIVEL COMO UNA OPCIÓN FORMAL DE NEGOCIO	177
4.1 METODOLOGÍA PARA LA ELECCIÓN DE UNA COMPAÑÍA MULTINIVEL	177
4.1.1 Guía analítica para la selección de una empresa de Multinivel.....	179
4.2 DISEÑO DE GUÍA PRÁCTICA PARA EL CONOCIMIENTO Y DESARROLLO DEL NEGOCIO DEL SISTEMA MULTINIVEL	189
CONCLUSIONES.....	215
RECOMENDACIONES	217
BIBLIOGRAFÍA	218
NET GRAFÍA.....	219
ANEXOS	221

ÍNDICE DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Bonificación de rendimiento.....	61
Tabla 2. Reconocimientos, incentivos y distintivos de Amway.....	62
Tabla 3. Edad.....	88
Tabla 4. Datos relevantes de la encuesta: “Perfil demográfico”	93
Tabla 5. ¿Cuál era su percepción sobre la Empresa de Multinivel?.....	95
Tabla 6. Datos relevantes de la encuesta: “Aspectos previos a la participación como distribuidor independiente del Sistema Multinivel”	100
Tabla 7. ¿Cómo califica los siguientes factores de entrenamiento dentro del Sistema de capacitación?	106
Tabla 8: Datos relevantes de la encuesta “Formación y desarrollo personal en la organización”	111
Tabla 9. Posiciones del Multinivel Herbalife y Amway alcanzados en la Ciudad de Pasto	115
Tabla 10. ¿Le ha sucedido alguna de estas situaciones?.....	118
Tabla 11. ¿A cuántas personas asciende su organización personal?.....	123
Tabla 12. ¿Cuál es el ingreso promedio al mes en ventas personales?	125
Tabla 13. Correlación entre nivel de ingresos y estudios.....	127
Tabla 14. Resumen correlación nivel de ingresos y estudios.....	130
Tabla 15. ¿A cuánto ascienden los ingresos promedio mensual, generados por su organización personal?	131
Tabla 16. Relación tiempo e ingresos de la organización personal.....	132

Tabla 17. Porcentajes relevantes de relación entre nivel de ingresos por la organización personal y el tiempo desarrollando el negocio.	136
Tabla 18. Datos relevantes de la encuesta “Aspectos sobre el desarrollo del negocio” .	138
Tabla 19. ¿Cuántas horas al día dedica al negocio?	142
Tabla 20. Comparación de la pregunta 9 actividades realizadas antes de ingresar al Sistema Multinivel y la pregunta 27 actividad principal actualmente.	144
Tabla 21. ¿Qué tipo de incentivos recibe por parte de la organización?	146
Tabla 22. Datos relevantes de la encuesta “aspectos actuales dentro de la organización”	151
Tabla 23. Datos relevantes de acuerdo a los niveles alcanzados en el plan de mercadeo de AMWAY	154
Tabla 24. Datos relevantes de acuerdo a los niveles alcanzados en el plan de mercadeo de HERBALIFE	157
Tabla 25. Paralelo entres las Compañías Herbalife y Amway	163
Tabla 26. Paralelo de las compañías del Sistema Multinivel y Tradicional.....	167
Tabla 27. Ventajas y desventajas del Sistema Multinivel	170
Tabla 28. Ventajas y desventajas de las Compañías Herbalife y Amway	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Esquematización de conceptos básicos en Multinivel	29
Gráfico 2. Cuadrante del flujo del dinero	33
Gráfico 3. Plan de mercado Herbalife.....	53
Gráfico 4. Etapas en el ciclo de vida del negocio de vida para Herbalife Y Amway	78
Gráfico 5. Estimativo proporcional de los niveles alcanzados en el plan de marketing de la Compañía Amway	83
Figura 6. Estimativo proporcional de los niveles alcanzados en el plan de marketing de la Compañía Herbalife.....	84
Gráfico 7. Género.....	87
Gráfico 8. Edad.	88
Gráfico 9. Estado civil.....	89
Gráfico 10. Nivel de estudios.....	90
Gráfico 11. Estrato económico	91
Gráfico 12. Religión que profesa	92
Gráfico 13. ¿Cuál era su percepción sobre la Empresa de Multinivel?	95
Gráfico 14. Razones consideradas para ingresar al negocio del Sistema Multinivel.	97
Gráfico 15. ¿Cuál era su ocupación antes de conocer la organización Multinivel en la que trabaja?	99
Gráfico 16. ¿Ha sido, o es empleado?	101
Gráfico 17. ¿Considera que formar su negocio como distribuidor independiente es mejor opción que ser empleado?	102

Gráfico 18. ¿Cómo definiría su trabajo en la organización?.....	104
Gráfico 19. ¿En qué lugares desarrolla su trabajo?	105
Gráfico 20. ¿Cómo califica los siguientes factores de entrenamiento dentro del Sistema de capacitación? HERBALIFE	107
Gráfico 21. ¿Cómo califica los siguientes factores de entrenamiento dentro del Sistema de capacitación? AMWAY	108
Gráfico 22. ¿Cuál es la habilidad que más ha desarrollado por apoyo de la organización?	110
Gráfico 23. ¿Cuánto tiempo lleva realizando el negocio? (en Pasto).....	113
Gráfico 24. ¿Le ha sucedido alguna de estas situaciones?	118
Gráfico 25. ¿De dónde obtiene el dinero para realizar sus pedidos?	119
Gráfico 26. Ventajas que le ofrece este trabajo	121
Gráfico 27. ¿Cómo considera la situación de ventas el año pasado?	122
Gráfico 28. ¿A cuántas personas asciende su organización personal?	123
Gráfico 29. ¿Cuál es el ingreso promedio al mes en ventas personales?	125
Gráfico 30. ¿A cuánto ascienden los ingresos promedio mensual, generados por su organización personal?.....	131
Gráfico 31. ¿Con que regularidad hace pedidos?.....	137
Gráfico 32. ¿Cuál es su actividad principal actualmente?.....	141
Gráfico 33. ¿Cuántas horas al día dedica al negocio?.....	143
Gráfico 34. Las capacitaciones que recibe por parte de la organización son:	145
Gráfico 35. ¿Qué tipo de incentivos recibe por parte de la organización?	147
Gráfico 36. ¿Considera que la organización lo ha ayudado a mejorar su situación económica, familiar y social?	148
Gráfico 37. ¿Por qué considera que hay distribuidores que no logran permanecer en este negocio?.....	150

Gráfico 38. Resumen ventajas y desventajas del Sistema Multinivel	174
Gráfico 39. Matriz del contenido de la metodología – Guía analítica	180
Gráfico 40. Componentes de un negocio Multinivel	188
Gráfico 41. Lineamientos de la metodología para la elección de una Compañía Multinivel 190	
Gráfico 41. Ser, Hacer y Tener	211

ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A: Formato de encuesta	222
Anexo B: Formato de entrevista	225
Anexo C: Formato observación indirecta.....	227
Anexo D: Afiliados activos de ACOVEDI	228
Anexo E: Carta de solicitud dirigida a las organizaciones multinivel en pasto.....	229
Anexo F: Pasos para apertura de sucursales extranjeras.....	231

INTRODUCCIÓN

La situación económica de una Nación, País, o Región sufre modificaciones drásticas que no resultan siempre ser positivas en la sociedad. La trayectoria del capitalismo ha manejado una connotación salvaje, donde gran parte de los negocios se mueven a través de los dueños de empresas privadas, que con sus estrategias de trabajo buscan ejercer control para todo su entorno y donde el talento humano a pesar de ser uno de los recursos determinantes del éxito a llegado a ser parte de un segundo plano, de esa manera las oportunidades se restringen, aparte de hablar del desempleo, son muchas las insatisfacciones que este ámbito provoca, las necesidades económicas y sociales son latentes para gran parte de la sociedad cuando únicamente se hacen las cosas para sobrevivir.

Surge entonces un momento en el que la reflexión y las alternativas se requieren de forma inmediata. Es aquí donde se generan preguntas, ¿Existe alguna alternativa que pueda subsanar las lesiones de un entorno en el que la crisis laboral afecta de forma directa a la estabilidad emocional de los seres humanos, ¿Existe alguna alternativa que además de contribuir a recobrar la confianza en sí mismo ayude a mejorar la situación económica de las familias? ¿A caso, el sistema del multinivel es el enfoque equilibrado de capitalismo, que busca ver crecer al ser humano?. Al encontrarse en un momento como el antes descrito, en la búsqueda de respuestas a las preguntas antes planteadas, surge la idea de realizar una investigación en dos organizaciones que aparentemente contribuyen a resolver una parte, de este gran problema. No se trata de dar prioridad a ningún sistema, tradicional o multinivel, pero se hace indispensable reconocerlos de manera objetiva. Esta investigación se inclina puntualmente en conocer el sistema multinivel para entender sus acciones y efectos en el contexto de investigación, llegando a determinarse como una alternativa válida que cubre insatisfacciones sociales y económicas.

Herbalife y Amway, son compañías internacionales que ocupan para la distribución de sus productos el Sistema Multinivel. Ambas operan en la Ciudad de Pasto. Los productos que promueven ayudan físicamente al ser humano a mejorar su nutrición interna y externa, Amway además, comercializa productos del hogar. El sistema multinivel, abarca el área de distribución directa, enfocada a la construcción de un negocio independiente, mediante un equipo de trabajo que se capacita y se apoya mutuamente.

Para la recopilación de la información se utilizo la observación, cuestionarios, entrevistas semi-estructuradas y la investigación documental. Para el procesamiento de la información se cuantificaron los resultados obtenidos en los cuestionarios y se analizó la información adquirida durante la observación. La información documental se utilizó para fundamentar la información de campo y darle formalidad y sustento. Finalmente se llegó a una interpretación de los datos para alcanzar los objetivos propuestos.

El trabajo se desarrolló en cuatro capítulos como sigue:

En el capítulo I se contempla la estrategia metodológica seguida para realizar la investigación y se presenta como la base para seguir el desarrollo del proyecto al explicarse los antecedentes generales del sistema multinivel y hacer referencia a algunas definiciones para el avance del proyecto.

En el capítulo II se incluye una breve recopilación de información referente a los antecedentes históricos y perfil corporativo de Herbalife y Amway. También se incluyeron sus sistemas de recompensas comúnmente conocidos como planes de mercado.

En el capítulo III se incluye la información recopilada durante la investigación de campo, aquí se analizan los resultados de los cuestionarios que se aplicaron a los distribuidores, las entrevistas a los líderes de cada organización objeto de estudio y la observación indirecta, todo esto orientado a conocer el sistema de trabajo de Herbalife y Amway tanto en sus actividades de capacitación, como en sus herramientas de comercialización y formación del negocio, además de identificar variables sociales y económicas de las personas que desarrollan el negocio del sistema multinivel. En este capítulo también se presenta un paralelo y una tipificación de las organizaciones objeto de estudio y se resaltan características del sistema Multinivel y Tradicional llegando a deducir ventajas y desventajas en el Sistema Multinivel producto de esta comparación. Esta información permite llegar a conclusiones sobre el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del sistema multinivel de las organizaciones que hacen parte de esta investigación, dando así cumplimiento a la primer parte del objetivo general.

Finalmente, el capítulo IV contempla dos aspectos principales, en primer lugar se presenta la metodología para elegir de manera adecuada una empresa del Sistema Multinivel, y en segundo lugar se da a conocer una guía práctica que sirva de herramienta para conocer y desarrollar el negocio del Sistema Multinivel. Con la presentación de este capítulo se da cumplimiento total del objetivo general.

CAPITULO I

ASPECTOS METODOLÓGICOS SEGUIDOS EN LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se contempla la estrategia metodológica seguida para realizar la investigación y se presenta como la base para seguir el desarrollo del proyecto en el contexto de la investigación

1.1 TEMA

“Sistema Empresarial Multinivel”

1.2 TITULO

“ANÁLISIS DEL IMPACTO SOCIOECONÓMICO EN LAS PERSONAS QUE DESARROLLAN EL NEGOCIO DEL SISTEMA MULTINIVEL DE LAS ORGANIZACIONES HERBALIFE Y AMWAY UBICADAS EN PASTO-NARIÑO EN EL AÑO 2011”

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway ubicadas en la Ciudad de Pasto-Nariño en el año 2011, que permite concebir y promover conocimiento sobre la tendencia de hacer negocios en el Sistema Multinivel como una opción de desarrollo personal y financiero?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el Sistema de trabajo de las organizaciones del Sistema Multinivel, Herbalife y Amway que operan en la Ciudad de Pasto-Nariño?

¿Cuál es el perfil demográfico de las personas que desarrollan en negocio del Sistema Multinivel de las organizaciones objeto de estudio?

¿Cuáles son los datos de las variables económica y social de las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel?

¿Cuál es el paralelo y la tipificación de las organizaciones Herbalife y Amway conformadas en la Ciudad de Pasto?

¿Cuáles son las características del Sistema tradicional y Multinivel que permiten hacer un paralelo entre los dos Sistemas?

¿Cuáles son las ventajas, desventajas del Multinivel dentro del contexto regional como una de las alternativas de ingresos?

¿Cuál es la metodología para elegir una Compañía Multinivel y la guía práctica como herramienta para conocer y desarrollar el negocio del Sistema Multinivel?.

1.5 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Sistema Multinivel ha mantenido durante largo tiempo un carácter de informalidad frente al trabajo; en el sector empresarial su reconocimiento es débil y genera bastante escepticismo a la hora de hacer parte de una de estas organizaciones. Sin embargo, la incursión de muchas de ellas en distintos países del mundo ha hecho que la credibilidad de este sector empresarial crezca paulatinamente. Cada vez más personas son las que se unen a estas redes con el propósito de conseguir oportunidad de ingresos y ocupación, así mismo forjar habilidades de emprendimiento desarrollándose personalmente y por ende desarrollar a su equipo de trabajo, en aspectos como ventas, liderazgo y excelentes relaciones familiares y sociales. Las organizaciones del Multinivel proyectan la construcción de un estilo de vida, a través de un negocio propio. La acogida que ha proyectado este Sistema es global y por lo tanto Nariño no es la excepción, ya que en la actualidad es partícipe de estos esquemas, sin embargo es importante reconocerlos y analizarlos claramente para evidenciar la incidencia socioeconómica que se ha generado en las personas que desarrollan este negocio, dentro de unos parámetros ya propuestos y así originar conocimiento claro y certero sobre la forma de hacer negocios que propone el Sistema Multinivel.

En la Ciudad de Pasto el sector empresarial cuenta con organizaciones que trabajan con venta directa de productos o servicios y que se confunden con Sistemas de venta directa Multinivel, es claro que no se han identificado las organizaciones que tienen características particulares para promover un negocio con sus “distribuidores” a través de ellas. No se caracterizan con particularidad sus rasgos hasta tal punto de conocer cuál de las organizaciones de venta directa proporcionan una oportunidad real de negocio y si su Sistema es fácil o no de incorporar como una alternativa de trabajo formal.

Las organizaciones Multinivel vinculan un sin número de personas, las cuales generan expectativas frente a la oportunidad de obtener un estilo de vida distinto al de ser empleado, con ingresos extra y tiempo libre, ello desarrollando un negocio formal, su propio negocio, con una red de personas que estén dispuestas a trabajar con el mismo objetivo; son diversas las personas que se encuentran trabajando en estas organizaciones, y a la vez con distintas situaciones, pero a ciencia cierta no se ha obtenido información clara de las mismas, por esa razón se excluye y se pasa por alto la incidencia del Sistema empresarial Multinivel, tanto en el ámbito social como económico, porque no se ha indagado a profundidad sobre quién y qué acontece el desarrollar actividades propias del Sistema Multinivel.

Las empresas que durante muchos años han sido consideradas como tradicionales en el funcionamiento de sus áreas, en sus Sistemas de marketing, con canales de distribución complejos y costosa inversión en publicidad están explorando nuevos canales de distribución y uno de los vehículos utilizados es la de venta directa que permite comodidad, asesoría y construcción de redes sociales, estos cambios se promueven guiados bajos esquemas de comercialización que impactan en el crecimiento organizacional como lo demuestran las organizaciones que hacen parte del Sistema

Multinivel. Bajo esa situación se hace necesario ajustar varias cosas de las organizaciones Multinivel para obtener un patrón de referencia y reconocer en realidad cuales son las ventajas y desventajas de hacer parte de una organización que maneje estos Sistemas de distribución y sobre todo de venta directa Multinivel, pues estos Sistemas proyectan salir del esquema de venta directa únicamente, avanzando a la construcción de beneficios para aquellas personas que deseen emprender la construcción de un negocio propio, entonces, se hace valido clarificar información que se distorsiona cada vez que se habla de un Sistema Multinivel, por el hecho de ignorar lo positivo o negativo del tema.

De no obtener el conocimiento sobre el impacto socioeconómico que se genera producto del actuar de las organizaciones tipo Multinivel en la Ciudad de Pasto, se podría decir que: se seguiría desconociendo el efecto que provocan este tipo de organizaciones; se seguiría desconociendo la tendencia y cambio latente de un modelo de negocios que puede ser concebido como una oportunidad si se reconocen sus pro y sus contra, ya que puede ser más accesible, frente a las condiciones restrictivas de iniciar un negocio con un Sistema propio, que implica por lo general amplias sumas de dinero y conocimiento técnico para presentar al mercado un nuevo producto o servicio. En esas condiciones no se estaría promoviendo el conocimiento existente sobre la nueva tendencia de hacer negocios y cómo funcionan los mismos.

Es necesario un análisis del impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway ubicadas en la Ciudad de Pasto, porque de conocer su incidencia a partir de su Sistema de trabajo se pueden evidenciar si son reales o no las oportunidades que proyectan y si influyen positivamente sobre aspectos sociales y económicos de las personas que desarrollan este tipo de negocios, principalmente al tocar variables como la generación de empleo, ingresos, desarrollo de habilidades en ventas, liderazgo, entre otros aspectos. De ser reales estas contribuciones del Sistema Multinivel se podría concebir la alineación de nuevos esquemas de trabajo, ampliando la opción de trabajar no únicamente para otras personas, sino que comenzar por trabajar para sí mismos, a la vez que otros le contribuyen en ese trabajo y así consecutivamente, creando la filosofía de crecimiento colectivo, tanto a nivel personal como financiero.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 Objetivo General. Analizar el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway ubicadas en Pasto- Nariño en el año 2011, para concebir y promover conocimiento sobre la tendencia de hacer negocios en el Sistema Multinivel como una opción de desarrollo personal y financiero.

1.6.2 Objetivos específicos

Identificar el Sistema de trabajo de las organizaciones del Sistema Multinivel Herbalife y Amway que operan en Pasto-Nariño.

Determinar el perfil demográfico de las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel de las organizaciones objeto de estudio.

Obtener datos de las variables económica y social de las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel, mediante la aplicación de encuestas.

Realizar un paralelo y una tipificación de las organizaciones Herbalife y Amway conformadas en la Ciudad de Pasto.

Realizar un paralelo de la características entre las compañías del Sistema Multinivel y tradicional

Describir las ventajas y desventajas del Multinivel dentro del contexto regional.

Plantear la metodología para elegir una Compañía Multinivel y una guía práctica como herramienta para conocer y desarrollar el negocio del Sistema Multinivel.

1.7 JUSTIFICACIÓN

Mediante la aplicación de la teoría y los conceptos básicos obtenidos a través de esta investigación se enfocan claramente aspectos que confluyen dentro del esquema Empresarial Multinivel y de la forma de generar negocios alrededor del Sistema de empresas ya constituidas. Se justifica realizar la investigación en torno a este tema para explicar el impacto socioeconómico que se genera en las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel producto de las organizaciones objeto de estudio que se han conformado en la Ciudad de Pasto, ya que se estaría contrastando la realidad con fundamentos del marco teórico, además se tendrían perspectivas de hacia dónde se dirige el Sistema empresarial Multinivel en esta región y se lograría promover conocimiento fiable acerca de la nueva tendencia de hacer negocios .

Para lograr el cumplimiento de los objetivos de este estudio se hace acopio de técnicas de investigación con instrumentos de recolección de información primaria, como la encuesta, la entrevista semi-estructurada y la observación indirecta. A través de la aplicación de estas y el procesamiento de los datos obtenidos, se busca articular información y conocimiento que permiten acercarse a la realidad del Sistema de trabajo de las organizaciones como Herbalife y Amway, y a la vez, de la realidad social y económica de las personas que hacen parte de estas organizaciones.

Este tipo de investigación permite la interacción entre la universidad de Nariño y las organizaciones Multinivel que son objeto de estudio en esta investigación, bajo esta perspectiva se logra cerrar la brecha que existen entre la academia y la realidad empresarial, acercando conocimientos teóricos que suelen ser elaborados bajo otros contextos, con aquellos que se manifiestan en una realidad empresarial más concreta. Se acude al empleo de técnicas de exploración como encuestas y observación indirecta para su respectivo procesamiento; de esa manera lograr en su conjunto analizar resultados referentes a esta investigación.

Las empresas objeto de estudio se beneficiaran al identificar cual es el comportamiento de sí mismas dentro del Sistema que manejan y como se ha desarrollado el mismo dentro de un contexto específico como el de la Ciudad de Pasto, de esa forma van centrando su actuar de acuerdo a estándares culturales, oportunidades comerciales, formas de trabajo, talento humano disponible, etc. En esas condiciones las organizaciones Multinivel que se encuentran actualmente en la región lograran mantener e incrementar su campo de acción frente al crecimiento que proyectan promoviendo cambios favorables para las personas que gestionan su propio negocio desde allí. Por su parte la universidad de Nariño puede contar con investigaciones en las cuales los conocimientos adquiridos puedan ser utilizados para estudios posteriores y también tomarse como referente para la creación de un modelo susceptible de ser implementado a organizaciones que deseen construir sus procedimiento con aspectos referentes a Sistemas Multinivel, ello a través de los soportes teóricos encontrados a lo largo de esta investigación.

1.8 MARCO REFERENCIAL

1.8.1 Marco teórico

✓ **El Sistema Multinivel.** La industria del Multinivel, Network Marketing, distribución interactiva, ó mercadeo en redes, es una tendencia que existe desde hace más de 60 años, y la empresa que dio inicio a este Sistema de mercadeo se llama NUTRILITE, empresa pionera en la elaboración de complementos nutricionales desde 1920. Es una empresa que hoy pertenece al corporativo Alticor quien también es dueño de Amway, Quixtar, Access, así como de asociaciones estratégicas con más de 450 empresas (como nike, sony, Hitachi, etc.)

La facturación o movimiento de productos se genera de 3 formas fundamentales: por autoconsumo, por venta y por asociar a otras personas con ganas de capacitarse y aprender de la red de mercadeo para ser un empresario del Multinivel¹. El valor agregado del Sistema se debe a que está edificado sobre el concepto de asociación. Ese es el capital máspreciado de la empresa en su conjunto.

La industria del Multinivel ha creado a más del 75% de los nuevos millonarios solo en la última década. De acuerdo a las estadísticas se convertirá en la forma de mercadeo dominante en el mundo².

✓ **Ventajas de los Multiniveles.** Los costos iniciales son mínimos. Al comienzo la inversión en la venta directa es generalmente modesta. Implica para el interesado en participar en el Multinivel, solo el costo de un paquete de ventas. Las compañías desean hacerlo fácil y barato para que las personas comiencen a trabajar con ellas. Lo atractivo de ser miembro de un Sistema Multinivel es la retribución que ofrece por las ventas directas y por las ventas de las personas reclutadas bajo su línea. Cada persona es su propio jefe, por lo que goza de: hay elección de cuándo y cuanto desea trabajar, se fijan

¹ Tomado de: LOAYZA, Luis. 21/05/2011. "Información para Profesionales del Multinivel". <http://publicalpha.com/informacion-para-profesionales-del-Multinivel/>. Consultado el: 19/ 11/2011.

² Tomado de: LOAYZA, Luis. 21/05/2011. "Información para Profesionales del Multinivel". <http://publicalpha.com/informacion-para-profesionales-del-Multinivel/>. Consultado el: 19/ 11/2011.

metas propias y determina como alcanzarlas, gana en proporción a los esfuerzos realizados, se posee un negocio propio con muy poco o nada de inversión de capital, se proporciona entrenamiento y apoyo por parte de una compañía, El Multinivel es un modelo de Negocio que permite no solo ir creciendo económicamente, sino también permite ir desarrollando habilidades personales muy interesantes. Existe variedad de Multiniveles: vitaminas, cosméticos, ropa, libros, internet, etc. Las personas pueden elegir la línea de productos que sea de mayor interés. A demás se puede desarrollar una red de distribuidores, a lo largo del tiempo puede representar ingresos muy sustanciosos e incluso viajes, ganancias residuales y regalías³.

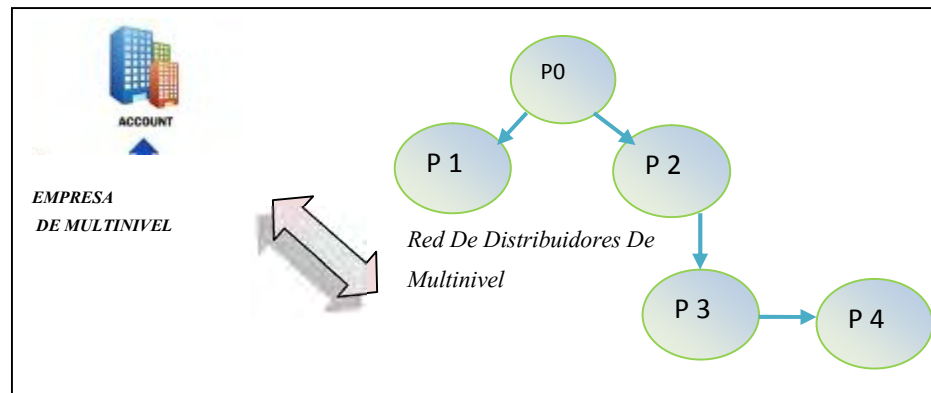
✓ **Desventajas de los Multiniveles.** Los Sistemas usualmente requieren de asistir a reuniones, seminarios y eventos especiales para mantener el espíritu emprendedor. Si no se tiene paciencia, se expone a simplemente perder el tiempo y dinero. De lo contrario, se puede ganar ambos. Existe mucho pseudo-líder dirigiendo redes. Es difícil reconocer quién puede verdaderamente guiar de forma correcta a construir un negocio exitoso. Se requiere cierta inversión en libros, audios y productos que son parte del Sistema. Esto es necesario aunque no siempre se aprecie el beneficio inmediato. Muchas veces los Sistemas requieren que se cumplan ciertas metas mínimas de ventas para obtener los puntos y beneficios, que si no se alcanzan causan cierta frustración en el Empresario Independiente⁴.

✓ **Esquematización de Conceptos Básicos en Multinivel.** El mercadeo en red plantea un modelo de mercadeo directo en el que una persona se asocia con una compañía como distribuidor independiente y recibe una compensación basada en la venta de productos o servicios que mueva su red de marketing. Los productos no van a grandes distribuidores ni almacenes de grandes superficies sino que son los mismos consumidores quienes sirven a su vez de propagandistas y distribuidores de los artículos producidos. A continuación se presenta un esquema en el cual se indica de manera básica del funcionamiento del Sistema Multinivel.

³ Tomado de: AMAYA, Edwin. 14/08/2011. "El Mundo del Mercadeo Multinivel". <http://www.1000ideasdenegocios.com/2007/08/el-mundo-del-mercadeo-Multinivel-mlm.html>. consultado el: 23/11/2011.

⁴ Tomado de: AMAYA, Edwin. 14/08/2011. "El Mundo del Mercadeo Multinivel". <http://www.1000ideasdenegocios.com/2007/08/el-mundo-del-mercadeo-Multinivel-mlm.html>. consultado el: 23/11/2011.

Gráfico 1. Esquematación de conceptos básicos en Multinivel



Fuente: elaboración propia

La empresa Multinivel realiza su distribución y publicidad por medio de personas que se afilian directamente a ella, a través de su respectivo distribuidor, patrocinador, en el que trata de la persona 0 (0), quien auspicia, afilia o ingresa a la persona 1 y 2 (p1 y p2), abriéndose dos líneas, columnas o patas de distribución. De esta forma, p 0 se conoce como patrocinador o auspiciador y a cada una de estas personas que directamente invito a participar se les llama frontal de p 0.

Cuando la persona p 2 auspicia a la persona p 3, esta se convierte en frontal de p 2. Y la red crece cuando p 3 afilia a p 4 como nuevo frontal. Y así sucesivamente cuando cada uno de los distribuidores hace crecer la red. La profundidad de p 0: p 1 y p 2 integran el primer nivel, p 3 forma el segundo nivel y p 4 genera el tercer nivel. Evidentemente a mayor numero de niveles, mayor profundidad tendrá una organización⁵.

✓ **Marketing Multinivel.** El marketing Multinivel (también llamado marketing de redes, mercadeo en red, mercadeo Multinivel, MLM) es un modelo de negocios y una buena muestra del marketing directo en el que una persona se asocia con una compañía padre como independiente o franquiciado y recibe una compensación basada en la venta de productos o servicios personales y de los demás miembros asociados mediante dicha persona. Esto se asemeja a las franquicias en las que se pagan regalías por las operaciones de los franquiciados y las de su área o región⁶. Es una forma de distribución de productos o servicios donde los vendedores, quienes son particulares, ganan dinero por medio de comisiones⁷. El manejo eficaz de la fuerza de ventas es un factor

⁵ MORENO CORTÉS, Irma Angélica. "Metodología para Escoger una Empresa de Multinivel como Opción y Fuente de Aumento de Ingresos en México" (Tesis para obtener el grado de maestría en ciencias con especialidad en administración de negocios). México, D.F.: Instituto Politécnico Nacional. Sección de estudios de posgrados e investigación; 2008 P45. Tomado de: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/title/metodologia-elegir-empresa-Multinivel-como-opcion-aumento-fuente-ingresos-mexico/id/48360289.html. Consultado el: 22/11/2011.

⁶ Tomado de: "Marketing Multinivel" http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_Multinivel. Consultado el: 06/11/2011.

⁷ Tomado de: ALAMO, Jay. 12/11/2011. "Marketing Multinivel". http://www.degerencia.com/tema/marketing_Multinivel. consultado el: 23/11/2011.

determinante del éxito de la empresa, debido a que el cuerpo de vendedores es responsable en forma directa de producir los ingresos primordiales de ésta.

✓ **Marketing Directo.** Entendiéndose al marketing como “un Sistema de acción que aporta a la empresa una serie de variables-herramientas para actuar en el mercado y lograr los objetivos perseguidos. Fundamentalmente estas herramientas son las famosas 4P’s de McCarthy (1974) (Producto, precio, distribución y promoción-comunicación)⁸.

Según KOTLER el marketing directo se encuentra incluido dentro del mix de comunicación, donde La comunicación no solo se refiere a una transacción verbal, puede ser no verbal, pero lo importante es que una persona quiere expresar una idea y otro desea recibirla. Es así que el marketing Directo es importante para las empresas, ya que es el camino de estar alerta a las exigencias de los clientes. Consiste en: “Utilización del correo, del teléfono, o de Internet para comunicarse directamente con determinados clientes o clientes potenciales o solicitar una respuesta directa por partes de los mismos”⁹.

Los conceptos anteriormente comentados son tan importantes que pueden revolucionar la manera de hacer negocios modificando las estructuras de costes de las empresas, la manera en la que se relacionan con clientes y proveedores, los conceptos de fidelización de clientes y de empleados, etc. También puede afectar drásticamente en algunos sectores por los cambios sociales y económicos que puede provocar a la hora de realizar una transacción de un bien o servicio en particular¹⁰.

El concepto de Multinivel surge directamente de la idea de venta directa. La venta del producto final por parte de las empresas es uno de los aspectos fundamentales para el éxito de la compañía.

• **Tipos de venta directa.** Hay diferentes formas de clasificar la Venta Directa, utilizando criterios como la manera de llegar al consumidor o el Sistema de compensación que se emplee, entre otros.

A continuación se presentan las especificaciones según ACOVEDI, para aquello que se denomina “venta directa”¹¹:

✓ Por la forma de llegar al consumidor se presenta los siguientes Sistemas:

- La Venta Directa Persona a persona.
- El Party Plan.
- Catálogo.

✓ Por la forma en que la fuerza de Ventas obtiene ganancias, se tienen los siguientes Sistemas de compensación:

⁸ LAMBIN, J.J, 1991 “Marketing estratégico”, 2ª Edición, McGraw-Hill, Madrid, p.10

⁹ KOTLER, Philip 2000 *Dirección de Mercadotecnia*, Octava Edición Prentice Hill, México, p.616.

¹⁰ NAVARRO, Eduardo. “Negocios en internet y el comercio electrónico”, IMPROVEN CONSULTORES, Segunda Edición. 2002.

¹¹ Página principal de ACOVEDI. Tomado de: <http://www.acovedi.org.co/index.php?id=395>. Consultado el: 22/11/2011.

- Descuento sobre el precio en los productos.
 - Multinivel.
 - Comisión mercantil.
- ✓ En conjunto los tres grandes esquemas que se presentan son los siguientes:
- VENTA PLANA: Ganancia a través de los descuentos sobre el precio de Venta.
 - PARTY PLAN: Medio de venta a través de presentaciones en reuniones de grupo.
 - MULTINIVEL: Estructura de mercadeo que comprende dos o más niveles de empresarios, quienes reciben compensación por las compras efectuadas por las personas que ellos hayan auspiciado, entrenado, motivado y orientado, en adición a las comisiones o ganancias basadas en sus propias compras, bien sea para consumo propio o para la venta al consumidor.

Hay muchas empresas que presumen ser “Multinivel”, sin embargo son empresas de vendedores que ganan principalmente de la venta de sus productos, se pueden identificar fácilmente al ver que ofrecen grandes descuentos por compra de producto, pero bajas comisiones de las compras de las personas que referiste. Por otro lado, el Multinivel o mejor conocido como network marketing permite a los distribuidores generar regalías, y ganar del esfuerzo del equipo y no del individual. El Multinivel es una red de consumo principalmente, que si se desarrolla con estrategias de marketing nos puede permitir alcanzar grados de libertad financiera y de tiempo que pocas actividades pueden ofrecer¹².

✓ **Planes de Compensación para Ventas Directas.** A lo largo de las décadas las compañías han diseñado diferentes planes de compensación para las ventas directas¹³. Existe la ganancia personal por la venta de productos y, adicionalmente, ganancias por la configuración de una red según los siguientes planes de compensación:

- **Plan escalonado:** También se llama Breakaway. Los distribuidores ganan una comisión de sus ventas personales (descuento sobre volumen de ventas) y de las ventas de sus grupos que hay por debajo de ellos, hasta que los igualen en el escalón. Empresas como Herbalife, Amway, Forever Living y Omnilife operan en España, Estados Unidos y otros muchos países, con este modelo
- **Stair-step breakaway:** Es el modelo que utiliza Amway: es igual que el Breakaway pero en este no hay límites de anchura, ni de profundidad.
- **Plan Matricial:** Este plan limita el número de patrocinados que cada persona puede tener en su primer nivel, es decir sus frontales directos. Dependiendo de la empresa, puede haber diferente cantidad de niveles, y diferente cantidad de frontales, y dependiendo del nivel las comisiones varían.

¹²BEDOLLA, Daniel. 20/10/2011. “Venta Marketing Multinivel: Venta directa de Multinivel vs distribución directa”. Tomado de: <http://www.Multinivel.org.mx/marketing-Multinivel-3/venta-marketing-Multinivel/>. Consultado el: 24/11/2011.

¹³ Asociación Mexicana, de Ventas Directas A.C. «Socios Activos» (en español). AMVD. Tomado de: <http://www.libertad-financiera.com.mx/articulos/amvd.html>. Consultado el: 23/11/2011.

- **Plan Binario:** Este plan limita la anchura de cada nivel a dos frontales. La principal ventaja es que no hay escalones o niveles. Los asociados ganan lo mismo de todos sus distribuidores independientemente del nivel en el que se encuentren. Empresas más nuevas como Agel, Monavie y B-Hip, Usana utilizan este plan pues favorece el trabajo en equipo. El plan binario tiene tres tipos:
- **Pata floja:** en donde al representante se le pagan las comisiones por el lado que menos ventas hizo.
- **Binario de compensación 50/50:** en donde la compañía paga a los asociados por ambos frontales, con la condición de las ventas estén equilibradas en partes iguales.
- **El otro tipo de binario es el de compensación 1/3 - 2/3:** funciona de manera similar al 50/50, solo que este es un poco más flexible.
- **Matriz Revuelta:** Todos los miembros del equipo avanzan a la cima del plan de compensación por Sistema giratorio de la matriz.
- **Estructura ascensor o piramidal.** Su legalidad es cuestionada y consiste en un "tablero de juegos" en el que cada distribuidor paga una o más unidades de productos para poder participar o recibir bonificación. Este esquema, es considerado un fraude, dando el dinero al fundador del negocio y dejando en la quiebra a los últimos que llegan.
- ✓ **Enfoques teóricos sobre el negocio del Sistema Multinivel.** El Negocio Multinivel no es una oportunidad de empleo. Es una oportunidad de crear un negocio propio, de generar ganancias crecientes, de no poseer jefes ni horarios, de ganar cada vez más dinero pero al mismo tiempo teniendo cada vez más tiempo libre. Entonces, así como un empleo te brinda seguridad, pero un salario fijo que no aumenta, el Negocio Multinivel te puede llegar a brindar libertad de tiempo y económica, lo que se denomina libertad financiera¹⁴.

El Multinivel de acuerdo con Robert Kiyosaki. El autor del best-seller "Padre Rico, Padre Pobre" presenta una interesante visión acerca de las condiciones para alcanzar el éxito para las personas que piensen ingresar en este negocio.

El Negocio del Multinivel – Es un Activo, no un Trabajo Por Robert Kiyosaki. Asegura que los altos niveles de los Sistemas de Multinivel están disponibles para todos – a diferencia de los Sistemas corporativos tradicionales que permiten sólo a una persona alcanzar el puesto más alto. La razón por la cual la mayoría no alcanza la cumbre es sencillamente porque abandonan demasiado pronto. La mayoría de la gente ingresa sólo para ganar dinero. Si no ganan dinero en los primeros meses o años, se desilusionan y abandonan (y generalmente hablan pestes de la industria). Otros abandonan para buscar otra compañía con un mejor plan de compensaciones, pero ingresar a este negocio para ganar unos pocos pesos rápido no es una buena razón.

¹⁴ Mi Universidad de Negocios en Internet. "Cursos de Negocios Multinivel". 14/11/2011. Tomado de: <http://es.scribd.com/doc/3494697/Negocios-Multinivel-MUNMI>. consultado el: 22/11/2011.

Según Robert Kiyosaki hay dos razones esenciales para ingresar en un negocio de Multinivel o network marketing:

La primera razón es para ayudarse a sí mismo. La segunda razón es para ayudar a otros. Si se ingresa sólo por una de estas dos razones, entonces el Sistema no va a funcionar. El cuadrante del flujo del dinero indica en qué posición se encuentra una persona con respecto al trabajo que desempeña y hacia donde se quiere orientar, los planteamientos aquí propuestos radican del autor Robert Kiyosaki que se ha interesado en dar a conocer un panorama para ubicar a la persona en las ventajas de ser empresario y liderar su Sistema.

Gráfico 2. Cuadrante del flujo del dinero



Fuente: <http://www.yocreomifuturo.com/?tag=ingresos>. Author: Admin // Category: Negocios y Riqueza, Superación Personal. Consultado el: 13/12/2011.

Dentro del **Cuadrante Del Flujo Del Dinero**¹⁵ propuesto por Robert Kiyosaki se tiene que: La primera razón significa que está en el negocio en primer lugar para cambiar de cuadrante – para cambiar del cuadrante E (Empleado) o S (Auto-empleado) al cuadrante B (Dueño de Negocios) o I (Inversionista)

Este cambio es normalmente muy difícil para la mayoría de las personas – debido al dinero. Las personas de los cuadrantes ‘E’ o ‘A’ verdaderamente no van a trabajar si no es por el dinero. Esto es también la causa por la que las personas no logran llegar a la cumbre: Desean con mayor fervor el dinero de lo que desean cambiar de cuadrantes. Una persona de los cuadrantes ‘D’ o ‘I’ trabajará también por el dinero, pero de manera muy diferente. La persona del cuadrante ‘D’ trabaja para formar o crear un activo – en este caso un Sistema de negocio y, la persona del cuadrante ‘I’ invierte en un activo o en el Sistema de ‘D’ para generar más dinero.

¹⁵ Empresate.org. 25/11/2011. Tomado de <http://www.empresate.org/2011/09/25/conoce-sobre-el-cuadrante-del-flujo-del-dinero-de-robert-kiyosaki/>. Consultado el: 24/11/2011.

A un 'D' o un 'I', a veces no le pagan por años y esto, para una persona que está verdaderamente inmersa en los cuadrantes 'E' o 'A' es inaceptable, no es parte de sus valores fundamentales. El riesgo y la gratificación diferida los inquieta emocionalmente. La belleza de la mayoría de los Sistemas de mercadeo por redes es que en verdad no se gana mucho dinero a menos que se ayude a otros a abandonar los cuadrantes 'É' y 'A' y tener éxito en los cuadrantes 'D' y 'I'. Si se enfoca en ayudar a otros a hacer este cambio, entonces tendrá éxito en este negocio.

“El modelo de negocio reconocido como el de más rápido crecimiento en el mundo hoy en día, es el sector de las redes de comercialización y las ventas directas. También es el más controversial. Mucha gente tiene todavía reacciones negativas al respecto, alegando que muchas organizaciones de redes de comercialización son esquemas tipo pirámide. En realidad, el mayor esquema de pirámide del mundo es la corporación comercial tradicional, con una persona en la cima y todos los empleados abajo”¹⁶.

Robert kiyosaki aprecia al negocio tradicional como un negocio propio sin Sistema y al Multinivel como negocio propio con Sistema.

Fracaso en el Multinivel. Existen tres razones principales:

1. No nos gusta vender. No nos gusta acorralar a alguien para convencerlo de que compre un producto o servicio, o para que se afilie también a la compañía.
2. El Plan de Compensación de la compañía, que no esté justamente diseñado y haga muy difícil cumplir sus requerimientos para lograr buenos ingresos.
3. La resistencia, desconfianza y el recelo que muchas personas tienen todavía por esta forma de negocio, y no creer en su legalidad, lo que hace muy difícil la labor del promotor. O también, si es un Multinivel que incluye venta directa la resistencia a que les vendan algo. Se requiere paciencia, trabajo y perseverancia, y recibir un buen entrenamiento.

Una apreciación importante sobre el negocio del Multinivel también es la de Wayne Baker (1995)¹⁷ manifiesta que “el Network Marketing es el proceso activo de construir y dirigir relaciones productivas (una vasta red de relaciones personales y organizativas). El proceso comprende a todos con los que se trabaja (superiores, iguales, miembros del equipo, subordinados y muchos otros). El proceso incluye relaciones con y entre unidades organizativas (departamentos, equipos, funciones, despachos, divisiones, filiales), e incluye también los lazos externos (relaciones con clientes, proveedores, competencia, inversores y comunidades)”. Esta definición abarca un espectro más amplio

¹⁶ Somos Emprendedores: “El cuadrante del flujo de dinero, lo que debemos de enseñar en las escuelas”. Tomado de: <http://www.google.com.co/search?q=imagenes+del+cuadrante+del+flujo+del+dinero&h>. Consultado el: 12/11/2011

¹⁷ D r. Wayne E. Baker, sociólogo en la facultad superior de la Universidad de Michigan Ross School of Business, una de las escuelas de negocios del mundo líder. Él es mejor conocido tanto por sus investigaciones en sociología económica, donde demostró que los mercados financieros operan como redes sociales, y su investigación de la encuesta sobre los valores, donde se documentan los valores Estadounidenses Fundamentales. OURVALUES.ORG. “La Promoción del Dialogo Civil en los Valores Estadounidenses”. Tomado de: <http://www.readthespirit.com/wayne-baker-and-our-values/>. Consultado el: 23/11/2011.

que lo que es tan solo el marketing Multinivel. Aquí Baker lo que trasmite es un sentido de trabajo en red general aplicable a cualquier empresa que dese este tipo de gestión, pero inequívocamente aporta un sentido más amplio al marketing Multinivel y ayuda a entender mejor su *know how*¹⁸.

1.8.2 Marco histórico. La Industria del Network Marketing tuvo sus orígenes en la década de los 40 cuando Nutrilite Products Inc. lanzo a la venta suplementos alimenticios y, diez años después, cuando Amway introdujo la venta de productos para el hogar. Durante los últimos cincuenta años, la industria ha madurado en el mundo de los negocios con el desarrollo de estrategias del uso de un canal de distribución eficiente iniciado por Rich Devos y Jay Van Andel, quienes son considerados los pioneros de las ventas directas a través del Network Marketing que actualmente alcanzan los veinte millones de dólares anuales en los Estados Unidos solamente, siendo movilizadas por ocho millones de personas aproximadamente. Cerca de treinta millones de Networkers¹⁹ independientes venden más de cien mil millones de dólares de una amplia gama de productos y servicios alrededor del mundo, se debe tener en cuenta que el network marketing es una industria muy joven con un futuro promisorio y en expansión²⁰.

Históricamente, la industria ha sido impulsada por el movimiento de productos, abarcando desde categorías tradicionales de cuidado personal, suplementos vitamínicos y nutritivos, productos para el cuidado familiar y del hogar, hasta productos educativos y para el tiempo libre. A partir de la década de los 80, los servicios se transformaron en un componente de crecimiento, particularmente en la industria desregulada de las telecomunicaciones.

La revista UpLine, publicó sobre el mercado de la industria, lleva adelante el “Índice UpLine”, que hace un seguimiento del rendimiento financiero de estas compañías de Network Marketing. En el año 1996, este índice mostró un incremento del valor de las acciones de esta industria de más del 63 por ciento, comparado con solo un 33 por ciento del promedio industrial Dow Jones y un incremento del índice Standard & Poor's 500 de 34 por ciento. Esto refleja casi el doble de aumento en la industria del Network Marketing por sobre las corporaciones tradicionales, lo que ha provocado un considerable entusiasmo entre los inversores expertos²¹.

Esta industria se basa en la recomendación de productos y servicios por el simple “boca a boca”, la distribución va directamente del productor al consumidor, lo que elimina los intermediarios y distribuidores que no tienen nada que ver con la producción o el

¹⁸ GARCÍA SÁNCHEZ, María Dolores. “Marketing Multinivel”. Madrid, España. ESIC. P.24. (libro en línea) Tomado de <http://books.google.com.co/books?id=DUMPi9lv8mwC&pg=PA24&lpg=PA24&dq=marco+legal+de+las+empresas+Multinivel&source>. Consultado: 08/11/11.

¹⁹ Un Networker es una persona que manejan negocios Multinivel o redes de mercadeo. VEGA, Oscar. 01/06/2011. Soynetworker.com: “Herramientas y artículos para el networker moderno”. Tomado de: <http://www.soynetworker.com/?p=5>. Consultado el: 22/11/2011.

²⁰ REID René, YARNELL Mark “Su Primer año en el Network Marketing” 2006, p.64.

²¹ Ibíd. Pág. 232.

consumo. Actualmente, el 3 por ciento de la población del Network Marketing gana más de \$93,000 dólares por año y un 56 por ciento gana menos de \$6,000 dólares por año²².

El marketing Multinivel, tuvo durante sus inicios un grave problema de imagen por las dificultades de hacer claras distinciones entre el marketing en red legítimo y los 'esquemas piramidales' o esquemas Ponzi²³, que en muchos países ha sido usada para las estafas piramidales.

Es válido resaltar que desde el año 1990 el Network Marketing (redes de mercadeo) comenzó a formar parte del plan de estudios de la carrera de marketing en la Universidad Illinois de Chicago (UIC), primero en pequeños cursos de verano y más tarde de forma integral hasta nuestros días. Hoy se considera uno de los Sistemas de negocios comerciales más exitosos para cualquier persona que desee tener su propio negocio. Ahora las redes de mercadeo usan diferentes Sistemas para comercializar sus productos y servicios. El Sistema más conocido es el Multinivel. El Network Marketing es una industria vibrante ofreciendo empleo a más de 43 millones de personas en todo el mundo y generadora de ventas por montos superiores a los 75 Billones de dólares. El Network Marketing también es enseñado por la Universidad de Harvard y la reconocida escuela de negocios de Stanford por nombrar algunas de las Universidades que están enseñando este modelo de negocio alrededor del mundo. El fenómeno de los negocios desde casa²⁴.

1.8.3 Marco legal. El Multinivel es un Sistema de venta directa que permite a los particulares convertirse en distribuidores directos de empresas que no utilizan cauces de distribución tradicionales y, por tanto, carece de los gastos asociados a los mismos. La inversión inicial es mínima.

La confusión entre Pirámides y Multinivel se debe a que tienen una estructura parecida. Pero la primera diferenciación es que las primeras son ilegales y no son empresas. En el Multinivel las empresas están legalmente establecidas, y este Sistema está también legalmente aceptado desde que inició. Incluso, en las revistas de negocios para emprendedores se habla del Multinivel como una opción más de tener un negocio propio, y se dan consejos y orientación sobre la manera de trabajar para tener mejores resultados. También existen muchos libros que tratan el tema, tanto electrónicos como en las librerías. El Multinivel es una manera legítima de trabajar. Los resultados dependen de cada persona, ya que se es completamente independiente. La relación que los distribuidores tienen con la empresa es más bien como clientes, no son empleados ni comisionistas, ni a nadie reportan. Además, se puede estar en más de una empresa de Multinivel a la vez²⁵.

El Sistema de marketing denominado "Multinivel" aún no ha sido objeto de regulación por parte de la legislación colombiana, no obstante, es importante valerse para la

²²Ibíd. Pág. 232.

²³ El **esquema Ponzi** es una operación fraudulenta de inversión, que implica el pago de prometedores o exagerados beneficios. Tomado de: http://es.wikipedia.org/wiki/Esquema_Ponzi. consultado: 08/11/11.

²⁴ América Viva Comercializadora Integral S.A. "Los nuevos Profesionales". (Tutorial). México. D.F. Tomado de: http://tuereseljefe.ws/alldescargas/secreto_network.pdf. consultado: 08/11/11.

²⁵ GUTIÉRREZ, Andrik. Emprenderparaganardinero.com: "Lecciones, estrategias y oportunidades". Tomado de: <http://www.emprender-para-ganar-dinero.com/Multinivel-Piramide.html>. consultado el: 23/11/2011.

construcción del marco legal de la legislación Española para dar una definición del mismo, contenida en el artículo 22 de la Ley 7 de 1996, llamada de Ordenación del Comercio Minorista, en el cual se consagran las características de este tipo de comercialización de bienes y servicios²⁶.

- Artículo 22 Venta Multinivel

*"La venta Multinivel constituye una forma especial de comercio en la que el fabricante o comerciante mayorista vende sus productos o servicios al consumidor final a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los consumidores y de los comerciantes y/o distribuidores independientes integrados en la red comercial y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado"*²⁷.

- Regulaciones de Venta directa

1. La venta directa constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un comerciante mayorista vende sus bienes o servicios a través de una red de comerciantes y/o agentes distribuidores independientes, pero coordinados dentro de una misma red comercial y cuyos beneficios económicos se obtienen mediante un único margen sobre el precio de venta al público, que se distribuye mediante la percepción de porcentajes variables sobre el total de la facturación generada por el conjunto de los vendedores integrados en la red comercial, y proporcionalmente al volumen de negocio que cada componente haya creado. A efectos de lo dispuesto en este artículo, los comerciantes y los agentes distribuidores independientes se considerarán en todo caso empresarios a los efectos previstos en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes complementarias.

2. Queda prohibido organizar la comercialización de bienes y servicios cuando:

- a) Constituya un acto desleal con los consumidores conforme a lo previsto en el artículo 26 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal.
- b) No se garantice adecuadamente que los distribuidores cuenten con la oportuna contratación laboral o cumplan con los requisitos que vienen exigidos legalmente para el desarrollo de una actividad comercial.
- c) Exista la obligación de realizar una compra mínima de los productos distribuidos por parte de los nuevos vendedores, sin pacto de recompra en las mismas condiciones.

²⁶ Superintendencia de Sociedades, concepto jurídico 001132 del 6 de enero de 2009. 07/09/2011. Tomado de: <http://www.superfinanciera.gov.co/Normativa/PrincipalesPublicaciones/boletinej/boletin2009/ventas.html>. consultado: 08/11/11.

²⁷ Tomado de: <http://www.oportunidadnoni.com/descargas/Multinivel-Piramidal.pdf>. consultado: 08/11/11.

d) En ningún caso el fabricante o mayorista titular de la red podrá condicionar el acceso a la misma al abono de una cuota o canon de entrada que no sea equivalente a los productos y material promocional, informativo o formativo entregados a un precio similar al de otros homólogos existentes en el mercado y que no podrán superar la cantidad que se determine reglamentariamente.

Si bien dicha modalidad, en principio no contraviene los lineamientos establecidos por la normatividad colombiana alusiva a la captación o recaudo mediante operaciones no autorizadas por la Superintendencia Financiera de Colombia, podría llegar a constituirse en ilegal si es que a través de la misma se configuran los supuestos a los que alude el artículo 6^o²⁸ del Decreto 4334 del 17 de noviembre de 2008²⁹.

Igualmente hay organizaciones mundiales, como la WFDSA, que protegen al consumidor fundada en 1978, la WFDSA es una organización voluntaria, no gubernamental, que representa a la industria de la venta directa en el ámbito mundial como una federación de Asociaciones de Ventas Directas nacionales (AVD). Actualmente existen más de 50 AVD representadas en la Federación y en 1997 las ventas minoristas mundiales de sus miembros se estimaron en más de 80.000 millones de dólares (E.U.A.) mediante las actividades de más de 25 millones de vendedores independientes³⁰.

En Colombia está presente ACOVEDI, que es La Asociación Colombiana de Venta Directa, esta es una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a las principales empresas de Venta Directa del sector, con el objeto de promover actividades de ayuda mutua y de mejoramiento de las mismas, así como de servir de medio de expresión y de defensa de los intereses del gremio, y de generar parámetros y objetivos comunes, e intercambiar opiniones e información. La misión de ACOVEDI es mantener la cultura de la Venta Directa como un Sistema de comercialización conocido y respetado, así como representar a las compañías de Venta Directa para fortalecer y proteger los intereses de los afiliados, actuando con liderazgo, compromiso y equidad para brindar respaldo, protección, participación e información dentro de un marco de ética y buenas prácticas comerciales.

1.8.4 Marco contextual. El futuro del marketing Multinivel es lo mejor de este Sistema, es una forma de mercadeo relativamente nueva (60 años más o menos) que ya está generando grandes sumas de dinero, pero que aún tiene mucho que decir en el ámbito de la empresa y del emprendedor de negocios. 60 años son pocos comparados con los cientos de años con los que cuentan otras formas de mercadeo.

²⁸ La intervención se llevará a cabo cuando existan hechos objetivos o notorios que a juicio de la Superintendencia de Sociedades, indiquen la entrega masiva de dineros a personas naturales o jurídicas, directamente o a través de intermediarios, mediante la modalidad de operaciones de captación o recaudo en operaciones no autorizadas tales como pirámides, tarjetas prepago, venta de servicios y otras operaciones semejantes a cambio de bienes, servicios o rendimientos sin explicación financiera razonable. Tomado de: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto/2008/decreto_4334_2008.html. consultado el: 08/11/11.

²⁹ Ministerio De Industria Comercio Y Turismo." procedimiento de intervención en desarrollo del Decreto 4333 del 17 de noviembre de 2008". 17/11/2010. Tomado de: <http://www.superfinanciera.gov.co/Normativa/PrincipalesPublicaciones/boletinej/boletin2009/ventas.html>. consultado: 08/11/11.

³⁰ "Marketing Multinivel" tomado de: http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_Multinivel. 06/11/2011

La aceptación universal del MLM como herramienta de comercio legítima, e incluso superior, por parte de la economía tradicional, ha acelerado un fenómeno que el futurista Barry Carter (creador del libro riqueza infinita) llama privatización en masa, la privatización en masa ocasiona una transferencia mayorista de la propiedad comercial, que pasa de burocracias corporativas y centralizadas a las manos de millones de individuos autónomos. Aun hay un largo camino por recorrer. Todavía hoy, los medios masivos de comunicación están lejos de reconocer el verdadero impacto del MLM en la economía. Para decirlo claramente, para la mayoría de las personas en el negocio de las noticias, la idea de que gente común - muchos de ellos sin grados académicos - administrando negocios valuados en millones de pesos e incluso de Dólares, resulta amenazante. Pero la gente hoy día no es tan dependiente de un trabajo e ingresos limitados el Multinivel enseña a la gente que uno no tiene que hacer a otros más pobres para hacerse rico³¹.

A medida que la era de la Información se asoma, queda claro que los empleos, tal como los conocemos, se están convirtiendo en algo obsoleto. Anteriormente, los despidos eran vistos como una medida temporaria de reducción de gastos. Las compañías reducían drásticamente sus pagos para sobreponerse a los tiempos difíciles. Pero en cuanto la economía se recuperaba, volvían a contratar a sus trabajadores. Eso ya no sucede. Actualmente, la reducción (downsizing) ocurre por otra razón. Las compañías despiden empleados porque han mudado sus plantas fuera del país, para siempre, o porque la automatización ha hecho innecesario el esfuerzo humano. "La tecnología hace cada vez más eficientes a las empresas - con cada vez menos personas," dice el economista Paul Zane Pilzer, autor de Riqueza Ilimitada, Dinero de otra Gente, y Dios quiere que usted sea Rico. "Las compañías más lucrativas, son las que están reduciéndose mas. Este proceso continuara acelerándose"³². La mayoría de los puestos de trabajo suprimidos nunca volverán, incluso aquellas personas que continúan trabajando, a menudo tienen que transformar su perfil de empleado a contratista independiente. Las corporaciones prefieren autónomos de manera de poder limitar las horas de esos trabajadores a lo necesario y evitar el pago de beneficios. Mientras que el personal permanente se reduce, el personal eventual - aquellas personas que trabajan con contratos, con horarios flexibles o parciales - crece a un ritmo incesante.

Los pronosticadores en economía predicen que en el siglo veintiuno será testigo de la muerte de los empleos, tal como los conocemos. Las grandes corporaciones como AT&T, ya han eliminado todas las categorías de empleos permanentes, los puestos en esa gran empresa ahora son eventuales. Los pioneros de la Era de la Información nos enfrentaremos a un gran desafío. Al no poder apoyarnos en pensiones gubernamentales o corporativas, necesitaremos proveer el sustento a nuestro propio nido con la construcción de negocios fuertes y auto sostenidos.

Ahora bien, la percepción e información que se tiene respecto a las empresas del Multinivel en Pasto es escasa, nula y en ocasiones falsa en cuanto a que se considera como una posibilidad real de ser una forma de conseguir un ingreso del modo que cada

³¹ CANTADOR, Francisco. 28/02/2009. Marketing Multinivel: "El mercadeo del Futuro". Tomado de: <http://www.articuloz.com/marketing-mlm-articulos/marketing-Multinivel-el-mercadeo-del-futuro-794815.html>. consultado el: 24/11/2011

³² VEGA GALARZA, José Luis. La Tendencia del Mercadeo y el Negocio Multinivel. Tomado de: <http://mlm-Multinivel.blogspot.com/2007/08/la-tendencia-del-mercado-y-el-negocio.html>. consultado el: 26/11/2011.

persona necesite o desee, y más aun de construir un negocio propio a partir de ello. Simultáneamente también está la creciente tasa de desempleo, donde aumentan los trabajos informales que proporcionan recursos financieros únicamente para sobrevivir, en general los bajos ingresos y la expectativa de independencia financiera y calidad de vida, ocasionan la búsqueda de oportunidades. De allí vinculación de las personas a diferentes empresas de Multinivel, algunas de las cuales, en realidad no lo son o ni siquiera existen legalmente hablando.

1.8.5 Marco conceptual

Sistemas Empresariales: Esquemas que emplean las organizaciones nuevas o existentes para empezar desde cero o apoyarse en una experiencia previa para guiar sus procesos y actividades.

Tipos de Sistemas empresariales: Sistema Empresarial Clásico: donde la (s) persona (s) desarrolla su Sistema; Franquicias: donde la (s) persona (s) compran un Sistema existente; Sistema Empresarial Multinivel: donde la (s) persona (s) compra (n) y se vuelve (n) parte de un Sistema existente)³³.

Sistema Multinivel: forma de distribución directa, donde las empresas venden directamente sus productos a los consumidores, que a la vez pueden tener un **negocio propio** revendiendo o recomendado el producto a otras³⁴. Es una forma diferente de movimiento de productos y/o servicios, que van por este Sistema directamente desde el Proveedor o Fabricante a los usuarios finales, siendo estos partícipes activos de los beneficios que se obtienen de los consumos personales, siempre que colaboren a la difusión y recomendación para que otros usuarios finales también participen en el MLM.³⁵

Marketing Multinivel (también llamado marketing de redes, mercadeo en red, mercadeo Multinivel, MLM): es un modelo de negocios y una buena muestra del marketing directo en el que una persona se asocia con una compañía padre como independiente o franquiciado y recibe una compensación basada en la venta de productos o servicios personales y de los demás miembros asociados mediante dicha persona³⁶.

Multinivel: Estructura de mercadeo que comprende dos o más niveles de empresarios, quienes reciben compensación por las compras efectuadas por las personas que ellos hayan auspiciado, entrenado, motivado y orientado, en adición a las comisiones o ganancias basadas en sus propias compras, bien sea para consumo propio o para la venta al consumidor³⁷.

³³ LEWIS, Dennis. "Tipos de Empresas". Tomado de: <http://empresa-de-exito.com/179/tipos-de-empresas/.com>. Consultado el: 19/11/11.

³⁴ BEDOLLA, Daniel. 30/10/2011. Sistema De Multinivel: "Empieza ahora Marketing Multinivel". Tomado de: <http://www.Multinivel.org.mx/marketing-Multinivel/Sistema-de-Multinivel/>. Consultado el: 22/11/11.

³⁵ Blog: ¿Qué son Multiniveles? Tomado de: <http://www.Multiniveles.net/inicio.html>. Consultado el: 22/11/11.

³⁶ Tomado de: <http://www.elMultinivel.com/>. Consultado el: 19 /11/2011.

³⁷ ACOVEDI: Asociación Colombiana de Venta Directa. 2010. "Tipos de Venta Directa". Tomado de: <http://www.acovedi.org.co/index.php?id=395>. Consultado el: 22/11/2011.

Esquema Ponzi: una operación fraudulenta de inversión, que implica el pago de prometedores o exagerados beneficios. Esta estafa consiste en un proceso en el que las ganancias que obtienen los primeros inversionistas son generadas gracias al dinero aportado por los nuevos inversores que caen engañados por las promesas de obtener grandes beneficios. El Sistema sólo funciona si crece la cantidad de nuevas víctimas³⁸.

Esquema de pirámides: esquema de negocios que se basa en que los participantes refieran a más clientes con el objetivo de que los nuevos participantes produzcan beneficios a los participantes originales. El nombre de pirámide se da porque se requiere que el número de participantes nuevos sean más que los existentes³⁹.

Sistemas de ventas directas: forma en que se realizan las ventas, estos Sistemas no son rígidos y en la práctica se utilizan mezclas de ellos, pero siempre bajo la característica especial y única de la Venta Directa que es el contacto personal con el cliente

Venta Directa: canal de distribución al por menor, que se expande rápidamente, y que se basa principalmente en ser un negocio que requiere el contacto personal de los Vendedores independientes con el consumidor, por lo que ha sido calificada como un "Negocio de Gente"⁴⁰.

La venta Multinivel: También denominada marketing directo de red. Es un Sistema de distribución y venta directa de productos de consumo y servicios por medio de una red de distribuidores individuales independientes sin establecimiento que venden a sus clientes particulares: familiares, vecinos y amigos. Los distribuidores hacen un proselitismo intensivo para convencer y ayudar (auspiciar) a otros para que hagan lo mismo: vender en plan particular y convencer y auspiciar a otros que se integren en la red. Cada miembro de la red recibe un porcentaje importante de su venta al detalle y un rappel⁴¹ o royalty⁴² de lo que venden todos los que se han incorporado en la red que él ha generado."

Marketing Directo: va directamente al consumidor a través de medios de comunicación gráficos o audiovisuales, sin que se tenga contacto físico. En la Venta Directa el Vendedor comunica directamente el mensaje e influencia en la decisión de compra puede utilizar catálogos, pero el efecto poderoso lo da la presencia física.

Plan de compensación: Es un esquema que utiliza cada empresa Multinivel. El plan de compensación permite al Afiliado conocer cómo y cuánto va a generar en comisiones, cuantos distribuidores va a poder colocar en su red, y de qué forma se van a ir ubicando esos distribuidores en dicha red⁴³.

Organización personal: Porción de red de la que se le permite extraer residuales y comisiones. Incluye a todos los distribuidores ubicados en todos los niveles que están

³⁸ Tomado de http://es.wikipedia.org/wiki/Esquema_Ponzi. consultado el: 22/11/2011.

³⁹ Tomado de: http://es.wikipedia.org/wiki/Esquema_de_pir%C3%A1mide. Consultado el: 22/11/2011.

⁴⁰ ACOVEDI: Asociación Colombiana de Venta Directa. 2010. "Tipos de Venta Directa" Tomado de: <http://www.acovedi.org.co/venta-directa/>. Consultado el: 22/11/11.

⁴¹ En ventas es un **descuento** por volumen en cantidad de producto.

⁴² Regalías por volumen de ventas de su organización (red de vendedores).

⁴³ Mi Universidad de Negocios en Internet. "Cursos de Negocios Multinivel". 14/11/2011. Tomado de: <http://es.scribd.com/doc/3494697/Negocios-Multinivel-MUNMI>. consultado el 22/11/2011.

dentro de su rango de pago. En planes de escalones / ruptura, también incluiría las líneas separadas⁴⁴.

Profundidad: El número de niveles de la organización construida por un “distribuidor”⁴⁵, (red de distribuidores).

Ingresos lineales: es el ingreso obtenido por ventas directas, teniendo en cuenta los porcentajes de descuentos del plan de mercadeo de cada compañía.

Ingresos residuales: son producto del desempeño organización, es decir, son bonos obtenidos mediante el consumo y comercialización de personas que hagan parte de la organización personal (red de distribuidores)

1.8.6 Metodología de la investigación

✓ Enfoque de estudio

- **Tipo de Investigación. Mixto.** Teniendo en cuenta que “éste combina la investigación documental y la de campo; es la comprensión del conocimiento científico y la utilización practica de estos”⁴⁶.

- **Nivel Científico de la Investigación. Descriptivo, exploratorio y explicativo.** Es descriptivo ya que, “tiene por objetivo analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permite detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos”⁴⁷. Partiendo de ello se concibe la idea de apoyarse de este tipo de estudio para focalizar información en función de analizar el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel de las organizaciones objeto de estudio en la Ciudad de Pasto.

Se usara este diseño porque en la actualidad en el contexto de esta investigación solo se encuentran estudios que enfatizan en los Sistemas de negocios tradicionales. No existen casos de investigación que destaquen y proporcionen información acerca del impacto social y/o económico de las organizaciones del Multinivel, Herbalife y Amway, en sus distribuidores de la ciudad de Pasto. La fuente de información primaria (los distribuidores de Herbalife y Amway) se torna como la base para entender de qué manera impacta en él, desarrollar el negocio del Sistema Multinivel.

La metodología del estudio descriptivo, exploratorio y explicativo busca caracterizar situaciones sobre el impacto socioeconómico en las personas que hacen parte de las organizaciones Multinivel objeto de estudio, que se torna como un tema poco estudiado bajo el contexto que se plantea esta investigación, a demás se pretende explicar las

⁴⁴ POE, Richard. Ola 4. *El Network Marketing en el Siglo XXI*, 2001. ISBN 9789879702468, P. 219.

⁴⁵ Ibíd. Pág.219.

⁴⁶ QUIROGA, Esteban. “Investigación y Metodología”. 2007. Obtenido de: <http://www.slideshare.net/EstebanQuiroga/investigacin-y-metodologa>. Consultado el 23/11/2011.

⁴⁷ VÁSQUEZ HIDALGO, Isabel. 12/2005. “Tipos de Estudio”. Obtenido de: <http://www.gestiopolis.com/canales5/eco/tiposestu.htm>. Consultado el: 19/11/2011.

efectos sociales y/o económicos que se generan en las personas que desarrollan este tipo de negocios, producto del Sistema de trabajo de las organizaciones Multinivel Herbalife y Amway conformadas en Pasto-Nariño. La metodología se sustenta en un proceso sistemático articulado en cuatro fases: exploración, fundamentación teórica, investigación empírica y presentación de resultados. La secuencia es pertinente para abordar el trabajo de campo toda vez que parte de una indagación previa y plantea un trabajo cuantitativo a través de un cuestionario que se complementa con preguntas abiertas, estos se aproximan a la investigación de aspectos donde se incluye el perfil del distribuidor, así como aspectos sociales y económicos del mismo.

Para avanzar en la investigación es necesario realizar un acercamiento inicial a las organizaciones de distribuidores independientes de las Compañías Herbalife y Amway que se han conformado para desarrollar un negocio a través de las empresas del Multinivel. Entonces, apoyando este proyecto mediante el método de investigación cualitativa se inicia con un acercamiento previo a la realidad que va a ser objeto de análisis, esto se realiza de la siguiente manera:

- *Fase Exploratoria.* Cuyo objetivo es documentar la realidad que se va a analizar y planificar los pasos más adecuados para realizar la investigación, esto se realizara mediante 2 acciones básicas;

1. Se procede a revisar datos existentes acerca de la permanencia de estas organizaciones en la Ciudad de Pasto. Se toma direcciones y contactos encontrados a través de internet.

2. Observar con antelación la realidad a investigar y, hacer contacto a través de entrevistas (ver anexo C) a líderes ("informantes clave") de cada una de las organizaciones que gestionan el desarrollo de este tipo de negocios en la ciudad de Pasto. se procederá a pedir una cita y explicar el objetivo principal de esta investigación

3. Se elabora una carta solicitando autorización para adelantar esta investigación indicando a la organización el fin de la investigación, los métodos que serán utilizados, los datos y el tiempo del cual se tiene necesidad.

4. Paralelamente se solicitara a la Universidad de Nariño una carta de presentación que respalde la investigación. De esa manera se precisa por escrito el acuerdo concluido verbalmente en el punto 3. (Ver anexo D)

1.8.7 Método de investigación

- **Inductivo – Deductivo.** Es inductivo, porque se parte de verdades particulares encontradas en las organizaciones Multinivel ubicadas en Pasto-Nariño que hacen parte de esta investigación, con respecto al impacto socioeconómico generado en las personas han forjado un negocio independiente a través de estos Sistemas, a la vez esta información es analizada con el marco teórico de esta investigación.

Es deductivo, porque a partir de los enfoques del Sistema empresarial Multinivel que contempla aspectos, como libertad financiera por medio de la construcción de negocios

propios y por ende calidad de vida se observa un fenómeno particular como el impacto socioeconómico en las personas que gestionan su negocio independiente con el Sistema existente del Multinivel.

1.8.8 Tratamiento de la información

✓ **Fuentes y Técnicas para Recolección de Información.** Para recolectar la información se utilizan fuentes de información primaria, secundaria y terciaria, surgiendo de está la recopilación de hechos y documentos información precisa para avanzar en la investigación con el tema que se plantea.

La técnica utilizada como medio para recolectar la **información primaria** es la encuesta y la entrevista semi-estructurada. La aplicación de las mismas se realiza en uno de los seminarios o capacitaciones que programe la organización, teniendo en cuenta que es allí donde se encuentra mayor confluencia de las personas que trabajan con estas organizaciones.

La encuesta consta de 5 partes importantes: la primera hace referencia al perfil personal, contiene 6 preguntas cerradas. La segunda parte trata de aspectos previos a la participación como distribuidor independiente del Sistema Multinivel, contiene 3 preguntas cerradas. La tercer parte indaga sobre la formación y desarrollo personal, consta de 6 preguntas (5 preguntas son cerradas y una abierta). En la cuarta parte se trata sobre aspectos sobre el negocio, consta de 10 preguntas cerradas. Y la parte final trata sobre aspectos actuales del distribuidor dentro de la organización Multinivel y contiene 7 preguntas (6 preguntas cerradas y una abierta).

La entrevista busca indagar, a través de los líderes de las organizaciones, sobre aspectos generales de las organizaciones objeto de estudio en la región. Se tendrán en cuenta factores a indagar como:

- Tiempo de permanencia de las organizaciones objeto de estudio en la ciudad de Pasto
- Bajo que parámetros se realiza la delegación de funciones en los centro de apoyo.
- Herramientas de trabajo utilizadas tanto en venta, como en reclutamiento.

Otra técnica que se utilizara para recolectar información primaria es la *observación indirecta*⁴⁸, que se sustenta en el conocimiento que se va creando a través de la interacción con las organizaciones objeto de estudio, principalmente en las capacitaciones y seminarios a los cuales se asistirá. La observación indirecta se guiara bajo tres parámetros: a). lo que se ha visto. b). lo que se ha entendido. c). lo que se ha pensado. (Ver anexo C)

Información secundaria se recurrirá a la investigación ya procesada que se encuentra en los libros, revistas, tesis, artículos, e internet. Tanto a nivel mundial, como Nacional

⁴⁸“La observación indirecta consiste en tomar datos del sujeto(s) a medida que los hechos se suscitan ante los ojos del observador”. Obtenido de: http://www.fuden.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/formet_33262208133517.pdf. Consultado el 19/11/ 2011.

Cabe señalar que hay dificultad para recolectar información procesada sobre las organizaciones Multinivel que se encuentran ubicadas en Pasto-Nariño y por ello hay necesidad de recurrir a información primaria para avanzar con la investigación.

Información terciaria se incluye la asistencia a foros, conferencias y talleres que amplían la comprensión sobre el tema de Sistemas empresariales Multinivel. A la información terciaria se accede por medio de la interacción directa que promueve este tipo de organizaciones a sus distribuidores, ya que una de las actividades realizadas para efectos de esta investigación ha sido, registrarse como distribuidora de estas Compañías.

1.8.9 Definición de variables. Para el presente estudio se han definido como variables las siguientes:

- **Variables dependientes.** Como variable dependiente se toma el Impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema del Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway ubicadas en la Ciudad de Pasto. En el ámbito social los aspectos a tener en cuenta son: perfil de las personas vinculadas a las organizaciones Multinivel, desarrollo de habilidades en ventas y liderazgo, relaciones sociales y familiares. En el ámbito económico los aspectos a tener en cuenta son: oportunidad de generar ingresos y ocupación, y emprendimiento (desarrollo de negocio propio).

- **Variables independientes.** Como variable independiente se tiene el Sistema de trabajo: herramientas de trabajo utilizadas en ventas y reclutamiento, actividades de capacitación, y organización y distribución de funciones en los centros de apoyo.

Se hará el análisis partiendo del hecho de que las primeras son dependientes de las segundas.

CAPITULO II

ANTECEDENTES DE LAS ORGANIZACIONES MULTINIVEL AMWAY Y HERBALIFE

En este capítulo se habla de los antecedentes de Herbalife y de Amway, un poco de su historia, perfil corporativo y de la visión que proyectan. También se incluye el plan de mercado que manejan para entender el programa de trabajo.

2.1 ANTECEDENTES DE HERBALIFE

El conocer cómo y por qué y por quién surge Herbalife y algunas de las razones por las cuales ha crecido de forma acelerada desde su fundación son algunos de los motivos para incluir la siguiente información. Aquí también se analiza el modelo de compensaciones que va asociado a las características del Sistema.

2.1.1 Historia. Herbalife fue fundada por el emprendedor Mark Hughes en California en 1980. Mark Hughes vivió la experiencia de tener una madre que seguía un régimen de dieta tras otro en su esfuerzo por alcanzar el “peso ideal”. Mark sostiene, como un hecho muy importante, que es ésta la principal razón por la que tomó la determinación de crear un método de control de peso basado en la nutrición antes que en la medicina. “Mark conoció al Dr. Bruce Halsted, un médico de renombre mundial de Los Ángeles, California. Al enterarse del interés que tenía Mark en la buena nutrición, el Dr. Halsted lo invitó a un simposio sobre hierbas chinas”⁴⁹.

Hughes murió en el año 2000. En julio de 2002, un grupo inversionista, encabezado por Whitney & Co LLC y Golden Gate Capital, Inc., adquirió la compañía. En abril de 2003, Michael O. Johnson se unió a la empresa como Director Ejecutivo (CEO). Johnson trabajó 17 años en Walt Disney Corporation, culminando su trayectoria como Presidente de Disney International y trajo a Herbalife una amplia experiencia de éxito consolidado como líder y administrador, incluyendo logros significativos en el desarrollo de empresas, operaciones globales, liderazgo de ventas, mercadeo e innovación de producto.

En diciembre de 2004, la compañía efectuó una oferta pública y ahora sus acciones se cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York bajo el símbolo “HLF”. La empresa genera un flujo monetario procedente de sus operaciones de 380,4 millones de dólares en el 2010.

⁴⁹ Información obtenida del “Manual de Bienvenida,” y de “Constructor del Éxito” incluidos en el kit del distribuidor independiente. p.p. 1 y 6, 7 y de la recopilada durante la investigación de campo en diversas reuniones donde se presenta la de oportunidad de negocio.

2.1.2 Perfil Corporativo. Herbalife, es una empresa global de nutrición y venta directa. Sus productos incluyen suplementos alimenticios y productos de cuidado personal. La compañía sigue su objetivo global de “cambiar la vida de las personas” por medio de la comercialización y venta de sus productos a través de una red de 1 millón 900 mil distribuidores independientes que operan en 70 países del mundo. Para aquellas personas que optan por ser distribuidores, la compañía ofrece también una atractiva oportunidad financiera.

✓ **Ciencia.** Herbalife está comprometida a ofrecer los productos de mayor calidad a sus clientes. El departamento de investigación y desarrollo de la empresa combina la experiencia de los especialistas que desarrollan los productos con un equipo altamente calificado de científicos y médicos. El desarrollo y la investigación de producto están bajo la dirección del Director Científico en Jefe el Dr. Steve Henig, Ph.D. Apoyando al equipo está el Consejo Consultor de Nutrición (NAB, por sus siglas en inglés) compuesto por expertos en los campos de nutrición y salud, un Consejo Consultor Científico (SAB, por sus siglas en inglés) compuesto por especialistas respetados a nivel mundial y cuyo trabajo amplía la ciencia de la nutrición, incluyendo al Dr. Lou Ignarro, Ph.D., acreedor del Premio Nobel en Medicina en 1998. Ambos consejos están bajo el mando del Dr. David Heber, M.D., Ph. D., profesor de medicina y salud pública de la Facultad de Medicina de la Universidad de California, Los Angeles (UCLA, por sus siglas en inglés).

Herbalife sigue avanzando en la investigación y desarrollo de los suplementos dietarios por medio de varias alianzas. En 2003, Herbalife otorgó un subsidio al Centro de Nutrición Humana de la Universidad de California, Los Ángeles (UCLA) para establecer el Laboratorio Celular y Molecular Mark Hughes, para que continúe desarrollando investigaciones en el campo de la ciencia de la nutrición humana. Asimismo, la compañía recientemente inauguró un nuevo Centro Científico y de Desarrollo de Producto de 3,000 metros cuadrados en sus instalaciones de Torrance, California. En agosto de 2007, la empresa otorgó un subsidio de investigación al Centro Nacional de Productos Naturales de la Facultad de Farmacología de la Universidad de Misisipi. El subsidio permitirá a científicos del centro identificar y estudiar los químicos biológicamente activos que se encuentran en plantas botánicas, mismos que pueden usarse en el desarrollo de suplementos dietarios y productos de cuidado personal en el futuro.

✓ **Patrocinios Deportivos.** En marzo de 2007, la compañía anunció un patrocinio de cinco años a través de un convenio con AEG, posicionando a Herbalife como el patrocinador presentador del equipo Los Angeles Galaxy. El acuerdo le brinda a Herbalife exposición de su marca en las camisetas a partir de la temporada 2007. La compañía también es el proveedor oficial de nutrición del Club Internacional FC de fútbol de Italia (“Inter”) para la temporada 2008-2009. Como parte del convenio, la bebida isotónica H3O Pro, disponible en toda Europa, se ha convertido en la bebida isotónica del equipo.

Asimismo, la empresa anunció un convenio histórico de cuatro años con la Organización Americana de Fútbol Juvenil (AYSO, por sus siglas en inglés), el cual posiciona a Herbalife como el Asesor Oficial de Nutrición y Proveedor de nutrición y bienestar de esta organización líder en fútbol juvenil. Parecido al convenio establecido con el club de las ligas mayores Los Angeles Galaxy, el patrocinio de AYSO le da a Herbalife los derechos de exposición de marca y logotipo en el frente de las camisetas de AYSO, la primera vez que dicha organización nacional sin fines de lucro hace esto.

De igual manera, la compañía también patrocina más de 50 eventos deportivos y eventos, actividades de bienestar físico, y atletas alrededor del mundo, mismo que define el compromiso de la empresa con fomentar un estilo de vida activo apoyado por la buena nutrición. Entre estos patrocinios se incluyen los equipos de fútbol Deportivo Italia en Venezuela, Universidad San Martín en Perú, la Media Maratón de Bogotá en Colombia, Academia de Fútbol infantil y juvenil Tahuichi Aguilera en Bolivia y todos los equipos de la liga de fútbol menor en Venezuela, entre otras actividades deportivas.

Los triatlones son algunos de los muchos deportes que la compañía patrocina, el cual incluye el patrocinio como presentador del Triatlón de Los Angeles. Herbalife también patrocina a atletas de manera individual y varios de ellos compitieron en las Olimpiadas de 2008 en la China.

✓ **Responsabilidad Social.** La Fundación Familia Herbalife (HFF, por sus siglas en inglés) es una organización sin fines de lucro apoyada por Herbalife Ltd., sus distribuidores independientes, empleados, amigos y familiares. Fundada en 1994 por el fundador de Herbalife Mark Hughes, la HFF está comprometida con mejorar la calidad de vida de la comunidad infantil por medio de la creación de programas y el apoyo de organizaciones no lucrativas en la comunidad que ayudan a alimentar, educar y alojar a niños necesitados. En el 2005, la Fundación Familia Herbalife presentó Casa Herbalife, un programa que ayuda a ofrecer alimentos saludables y nutritivos en conjunto con organizaciones de caridad que trabajan con la comunidad infantil. Este programa obtiene su nombre de Casa Herbalife, un orfanato que la Fundación Familia Herbalife construyó en Brasil en 1998 el cual hasta la fecha, se continúa apoyando. Hoy día cuenta con más de 40 programas Casa Herbalife alrededor del mundo, alimentando a más de 12,000 niños al día.

✓ **Bienestar Del equipo de Trabajo.** Herbalife es una compañía que 'hace lo que predica'. En febrero 2008, fue seleccionada como una de "las empresas más en forma" por la revista Men's Fitness. Se incentiva a los empleados a participar en el programa Wellness for Life (Bienestar de por Vida) para que éstos mejoren su salud por medio de talleres informativos mensuales, bienestar físico, alimentación saludable y participación en eventos patrocinados por la empresa, tales como los triatlones. Asimismo, el programa fue reconocido con el Premio al Éxito por la Asociación de Venta Directa en 2008.

✓ **Liderazgo En La Industria.** Herbalife está afiliada y desempeña una función activa con una gran variedad de organizaciones de la industria, incluyendo la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa, la Federación Europea de Asociaciones de Venta Directa y más de 40 asociaciones de venta directa a nivel mundial, incluido Colombia. Es miembro fundador de la Alianza Internacional de Asociaciones de Suplementos Alimenticios y Dietéticos (IADSA, por sus siglas en inglés) y miembro fundador de la Alianza Europea de Nutrición Responsable (ERNA) y la Coalición para Preservar DSHEA. Herbalife también cuenta con representación en las juntas directivas del Consejo para la Nutrición Responsable (CRN, por sus siglas en inglés) en Estados Unidos y el Reino Unido, así como también la Asociación de Productos Naturales y la

Alianza para la Educación sobre Suplementos Dietarios. Asimismo, está afiliada al Consejo de Productos de Cuidado Personal en la Unión Americana⁵⁰.

2.1.3 Visión de la compañía. “cambiar la vida de las personas”. El manual del distribuidor independiente muestra la visión de Herbalife como aquella que surge de los sueños, metas y ambiciones de todos y cada uno de los individuos que forman parte del equipo Herbalife. Su fundador Mark Hughes plasmó en esta compañía los suyos y enseñó a cada uno de los integrantes de este gran equipo a hacer lo mismo. “Plantearse metas y tener grandes ambiciones⁵¹”.

Algunos de los beneficios que ofrece la compañía, dentro de la visión general descrita en este mismo manual son los siguientes:

- Lograr mantener una buena nutrición, salud y aspecto ideales
- Ganar dinero extra cada mes
- Trabajar desde casa u oficina
- Ofrecer educación a los hijos de los distribuidores
- Trabajar tiempo parcial o completo
- Gozar de libertad personal e independencia financiera
- Lograr crecimiento y reconocimiento personal
- Trabajar con sus amigos y miembros de la familia
- Disponer de tiempo y dinero para disfrutar de lo mejor que ofrece la vida.

2.1.4 Productos y resultados. Actualmente Herbalife ofrece un amplio rango de productos, no sólo para el control de peso, sino también para la mejora de la nutrición en general; el cuidado de la piel y el cabello; y una colección de productos para los niños. Existen más de 150 productos diferentes dirigidos a un mercado masivo y selectivo. También la compañía en la búsqueda de abarcar nuevos mercados y conservar los ya explorados está constantemente lanzando nuevos productos. El énfasis en las hierbas y otros ingredientes naturales y las formulaciones patentadas para uso exclusivo de Herbalife llaman la atención del consumidor por este tipo de productos.

2.1.5 Oportunidades de negocio y plan de mercado Herbalife. Cualquier persona que así lo desee puede unirse al grupo de distribuidores de Herbalife. El potencial crecimiento en Herbalife depende únicamente del distribuidor, esto se dice y se comprueba en el sentido de que la población es muy grande y que un distribuidor puede ampliar su red en función de la capacidad que tenga de convencer y de atender a sus distribuidores de primera, segunda y tercera línea. El efecto multiplicativo de este tipo de Sistema de distribución permite esta característica de no tener un límite determinado. Lo anterior, en sentido técnico. En sentido práctico, la limitación para el crecimiento de la red y en consecuencia del negocio es uno de los elementos más interesante de analizar y uno de los motivos para iniciar esta investigación. Miles de personas que han ingresado a

⁵⁰ Obtenido de la página oficial de Herbalife: www.myherbalife.com. consultado el: 18/01/2012

⁵¹ Información obtenida del manual de bienvenida “Lo Básico del Negocio” incluido en el kit del distribuidor independiente de Herbalife. p.2.

Herbalife como distribuidores independientes han logrado mejoras en su situación financiera, y en su desarrollo personal como profesionales de la venta directa y de la administración de negocios.

✓ **Pasos para obtener el registro como distribuidor independiente en Herbalife.** A continuación se plantean los pasos básicos para obtener el registro como distribuidor independiente y su plan de mercado en cuanto a la forma en la que se obtienen los ingresos en la compañía Herbalife. Para obtener la inscripción es adquirir un paquete Internacional de Negocios el cual incluye algunos productos para consumo del distribuidor, mismos que hacen ver los beneficios, un video de bienvenida, y lo más importante el contrato, el cual debe llenarse y enviarse a las oficinas para que sea registrado. Este trámite lleva algunos días, pero de antemano ya puede realizar compras a través de su patrocinador, que es la persona encargada de guiar al nuevo distribuidor en la construcción del negocio. Una vez que es aceptado el registro en el Sistema, el nuevo distribuidor tendrá un código de acceso a la página oficial de internet de la compañía, donde puede hacer pedidos directamente.

✓ **Descripción de las cinco formas de ganar dinero en Herbalife**

1. *Ganancias inmediatas al menudeo.* Son las ventas que realiza el distribuidor directamente a sus clientes, y estas van del 25% al 50% dependiendo el nivel que el distribuidor haya alcanzado en la organización. Niveles que se explican más adelante.

2. *Ganancias diarias al mayoreo desde un 5% hasta un 25%.* Este porcentaje se obtiene de la diferencia entre lo que un distribuidor Mayorista, que compra a un 50% en mostrador del centro de distribución, y lo que los distribuidores que patrocina este mayorista, pagan por los productos (Estos distribuidores podrán estar comprando sus productos desde un 25% hasta un 42% y después saltar al mayoreo 50% de descuento).

3. *Ingreso mensual por regalías hasta un 5% en tres niveles hacia abajo.* Como mayorista ganará hasta el 5% del volumen personal de todos los mayoristas de la línea descendente del distribuidor independiente.

4. *Bonos mensuales de producción.* El termino bonos de producción organizacional equivale a incentivo por desempeño de la organización.

5. *Bonos Anuales.* Un bono a quien más haya logrado en el año en reconocimiento a su rendimiento.

Además tiene las siguientes oportunidades lucrativas, como son: Podrá calificar para vacaciones y Entrenamientos Especiales. Los miembros del equipo Tabulador que califiquen, serán premiados por el esfuerzo y rendimientos realizados. Otras promociones y bonificaciones especiales a lo largo del año. Equipo Tabulador, es el equipo profesional de personas que más objetivos alcanzan dentro de la organización y por lo tanto son los que más beneficios perciben de la compañía en todos los eventos⁵².

⁵² Información obtenida del manual "Plan de Ventas y Mercado y Normas de Negocio". Manual incluido en el kit del distribuidor independiente de Herbalife.

2.1.6 Plan de Mercado de Herbalife

- *Distribuidor*, 25% de los ingresos en ventas al menudeo o venta directa.
- *Constructor de Éxito*, recibe un descuento del 42% en un pedido único de 1000 puntos de volumen que equivalen a desplazar aproximadamente \$2.250.000 pesos moneda nacional sólo o con una organización o red de 1 a 6 niveles.
- *Mayorista*, 50% de los ingresos en ventas al menudeo o venta directa; hasta un 25% de los ingresos en las ventas al mayoreo, que son las ventas que realizan los distribuidores nuevos de la red y que compran a un 25% en mostrador, (Ganancia total de un 50% dividida en dos partes iguales, una para el mayorista y otra para el distribuidor); gana hasta un 5% por los ingresos adicionales por regalías en tres niveles.
- *Mayorista Activo*, este nivel se logra desplazando un volumen de 2500 puntos mensuales durante 3 meses consecutivos en un año. Y se pierde si en el siguiente año no se recalifica a esta posición. Tiene todos los beneficios de un mayorista más entrenamiento y reconocimiento adicional.
- *Equipo del Mundo*, Todos los beneficios de un mayorista más reconocimiento y capacitación especiales.⁶
- *Equipo de Expansión Global*, todos los beneficios de un mayorista más el 2% de Bono de producción organizacional. Califica para vacaciones y entrenamiento especiales.
- *Equipo Millonario*, todos los beneficios de un mayorista más del 2 al 6% de Bono de producción organizacional. Califica para vacaciones y entrenamientos especiales.
- *Equipo del Presidente*, Todos los beneficios de un mayorista más del 2 al 6% de Bono de producción organizacional. Califica para vacaciones y entrenamientos especiales más otras bonificaciones.}
- *Presidente de 20K*, hasta un 6.5% de Bono de producción organizacional.
- *Presidente de 30K*, hasta un 6.75% de Bono de producción organizacional.
- *Presidente de 50K*, hasta un 7% de Bono de producción organizacional
- *Presidente de 60K*, mancuernillas y collar de oro blanco y diamantes.
- *Presidente de 70K*, anillo con sello de oro blanco y diamantes.
- *Equipo del presidente ejecutivo*, 1 miembro del equipo del presidente completamente calificado en línea directa en cualquier línea de la organización

- *Equipo del presidente mayor*, 2 miembros del equipo del presidente completamente calificados en línea directa en cualquier línea de su organización.
- *Equipo del presidente ejecutivo internacional*, 3 miembros del equipo del presidente completamente calificados en línea directa en cualquier línea de la organización.
- *Equipo del presidente ejecutivo máximo*, 4 miembros del equipo del presidente completamente calificados en línea directa en cualquier línea de la organización.
- *Club del Chairman*, 5 miembros del equipo del presidente completamente calificados en línea directa en cualquier línea de la organización.
- *Circulo de fundadores*, 10 miembros del equipo del presidente completamente calificados en línea directa en cualquier línea de la organización.

A continuación se representa de forma gráfica y resumida el plan de mercado para distribuidores independientes de Herbalife, tal como aparece en la p.3 del manual “Plan de Ventas y Mercadeo, y Normas de Negocio”.

Gráfico 3. Plan de mercado Herbalife.



Gráfico tomado del “Manual Plan de Ventas y Mercadeo y Normas de Negocio” que se encuentra en el kit de registro de Herbalife. P. 3

Es importante mencionar que el Volumen es un elemento clave en el plan de mercado y es la base para calificar y pasar a los siguientes niveles. A cada producto Herbalife se le asigna un valor de puntos de volumen, que es igual en todos los países, a excepción del paquete internacional de negocios, material informativo y las herramientas de venta.

2.1.7 Ética de distribución. Dentro del manual de “Plan de ventas y Mercado y de Negocio” se encuentran las Normas de conducta y políticas de distribución de las cuales se mencionarán algunas solo con el fin de recalcar que aunque es evidente que todas las compañías deben cumplir con ciertas normas básicas, esta compañía incluye en la información documental que otorga a sus distribuidores un documento especialmente dedicado a establecer y dejar claras las normas a las que se está sujeto al momento de aceptar ser distribuidor independiente y que no por ser distribuidor independiente, como

su nombre lo dice, se puede o se debe omitir el respetar las conductas que se han establecido en este. Dicho lo anterior se listan algunas de las normas incluidas en el manual anteriormente mencionado

- ✓ Ningún Distribuidor Independiente representará o dará a entender que en el plan de ventas y mercado de Herbalife, existen franquicias o territorios exclusivos.
- ✓ Ningún distribuidor independiente o persona que lo apoye en la distribución ofrecerá, alentaré o intentará de cualquier manera inducir a otro distribuidor independiente Herbalife a quien él no haya personalmente patrocinado a unirse a otras empresas o a comprar o vender productos o servicios que no sean los productos Herbalife.
- ✓ Los distribuidores independientes de Herbalife, deben observar todas las leyes locales, estatales y federales y los reglamentos que se aplican a sus actividades comerciales Herbalife, y no participarán en ninguna práctica comercial que pudiera desacreditar o dañar la imagen o reputación de Herbalife.
- ✓ Ningún distribuidor independiente hará nada que perjudique la reputación e imagen de la compañía, sus productos, distribuidores independientes, marcas o nombres comerciales.
- ✓ Ningún distribuidor independiente exhibirá los productos Herbalife en establecimientos de venta al menudeo, incluyendo salones de belleza, peluquerías, gimnasios, farmacias, almacenes o casas de venta de alimentos para la salud, almacenes, ferias comerciales, fiestas, mercados al aire libre, convenciones, escuelas, carros de vendedores, o cualquier otro lugar que Herbalife considere que es un establecimiento de venta al menudeo.
- ✓ Un distribuidor independiente que tenga una oficina privada, podrá vender los productos Herbalife en su oficina siempre y cuando no haya productos en exhibición. Se permite tener folletos o material informativo de Herbalife sobre un mostrador o mesa⁵³.

2.2 ANTECEDENTES DE AMWAY

Establecida en Ada, Michigan, Amway es un líder global en ventas directas, con más de tres millones de Empresarios Independientes (Independent Business Owners - IBO) en más de 80 países y territorios alrededor del mundo. Amway fue fundada en 1959.

Amway atiende a Empresarios Independientes en Canadá, EE.UU., Puerto Rico, varios territorios y naciones islas en los Océanos Pacífico, Atlántico y Mar Caribe. Como todas las afiliadas de Amway, Amway ofrece la oportunidad para que personas tengan su negocio propio basado en la venta de productos y compartir luego esa oportunidad con otros que harán lo mismo. Amway apoya a los Empresarios Independientes con un eficaz plan de compensación, carteras de productos de calidad en salud, belleza y otras categorías de productos del consumidor, además de productos de mercadeo, entrenamiento y educación, para ayudarlos a tener éxito. Los Empresarios

⁵³ Información obtenida del manual "Plan de Ventas y Mercado y Normas de Negocio". Manual incluido en el kit del distribuidor independiente de Herbalife.

Independientes (IBO) son también apoyados por aquellas comunidades que ya han creado exitosamente negocios AMWAY.

2.2.1 Historia. En 1950 se manifiestan vínculos de Amistad y Oportunidad. La historia comienza con dos amigos en el oeste de Michigan que soñaban con una mejor vida para sus familias. Jay Van Andel y Rich DeVos lanzaron su negocio en la década de los 50 vendiendo Suplementos Alimenticios NUTRILITE® de puerta en puerta. Lo que descubrieron sobre 50 años atrás sigue siendo cierto - la gente y las relaciones están en el corazón de cualquier negocio exitoso. Al desarrollar confianza con sus clientes, su negocio de vitaminas creció.

Sobre cómo operan sus negocios. Incorporaron the American Way Association en 1959, la cual existe aún como la IBOAI⁵⁴ en Norteamérica. Para el año 1959 Rich, Jay y algunos socios buscaron ideas nuevas de productos para expandir sus esfuerzos. El resultado fue el primer producto de cuidado del hogar de Amway, el cual se conoce hoy como el Limpiador Multi-usos L.O.C.® (Limpiador Orgánico Liquido) se trata del primer producto de limpieza concentrado Biodegradable y sin riesgos para el medioambiente. Fue una historia de éxito en ventas instantáneo, descubriendo un nuevo mundo de oportunidad.

En 1960 Nace un Modelo de Negocio. Rich y Jay deseaban compartir su éxito recién descubierto con otros que compartieran sus valores y visión. Ellos desarrollaron un modelo de negocio único que le permitiría a otros a unirse a Amway y compartir los beneficios de un negocio en expansión. Se convirtió en modelo de recompensa y reconocimiento que continúa siendo desarrollado en mercados de Amway alrededor del mundo.

En 1970 Crecimiento Global. Persuadidos por los valores, bondad y el potencial de la oportunidad de negocio, más y más personas se convirtieron en parte de la familia Amway. Para mediados de los años 70, los camiones de Amway estaban viajando más de 5.23 millones de kilómetros al año, entregando productos a millones de Distribuidores.

La compañía creció más allá de los mares, abriendo mercados en ocho países en tres continentes. Amway abrió operaciones en Australia en 1971, seguido rápidamente por Reino Unido, Hong Kong y Malasia. Amway Japón Limited (AJL), fundada en Tokio en 1979, se convirtió rápidamente en uno de los mercados más grandes de Amway. En 1980 Más de mil millones y Creciendo. El compromiso de Amway con la salud y la nutrición llevó a la compañía a ser pionera en los Sistemas de tratamiento de agua, con resultados muy exitosos.

En 1990 Asuntos de Familia. Siguiendo los pasos de sus padres, Steve Van Andel y Dick DeVos siguieron los pasos de Jay y Rich como Presidentes para Amway, construyendo y continuando el éxito de sus padres. Durante los años 90 se observó una expansión

⁵⁴ The Independent Asociación Internacional de Empresarios (IBOAI) es la principal organización defensora de América del Norte los Empresarios Independientes (IBO) afiliados a Amway. La IBOAI asesora a Amway en todos los aspectos del negocio en América del Norte, de productos y promociones a las operaciones y las directrices de negocio. La IBOAI y Amway se dedica a asociarse para lograr el éxito con su participación, apoyo y participación. Tomado de: <http://www.iboai.com/Default.asp>. consultado el: 9/01/1012

continúa con un estimado en volumen de ventas minoristas alcanzando los \$5 mil millones.

Actualmente Amway permanece siendo un negocio internacional multimillonario próspero, mejorando la vida de las personas y representando oportunidad y esperanza en más de 80 mercados y territorios internacionales, su familia global incluye más de 3 millones de Distribuidores Amway. El gigante de las ventas directas, alcanzó \$1,000 millones de dólares en ventas mensuales durante Junio del 2011, rompiendo la marca de los mil millones de dólares en un solo mes por primera ocasión en los 52 años de historia de la compañía.

2.2.2 Perfil Corporativo. Amway se caracteriza por el espíritu emprendedor de sus dueños y fundadores Rich DeVos y Steven Van Andel, quienes visualizaron en Amway la oportunidad de crear una empresa que brindara el beneficio de otorgar ingresos adicionales a millones de personas, a través del novedoso Sistema de Mercadeo Multinivel, modalidad de la Venta Directa.

➤ **Ciencia.** Actualmente, aparte de sus oficinas centrales en Ada, Michigan, que es hogar de más de 300 científicos de investigación y de desarrollo, equipos de desarrollo de productos y personal de apoyo de negocios globales, Amway tiene centros de fabricación globales, en Buena Park, California, Lakeview, California, y Guangzhou, China. También cuenta con cuatro centros de cultivo orgánico y natural para sus productos de salud en Lakeview y Trout Lake en USA, EL Petacal, México; y Fazenda Planalto Grande, en Brasil. Con 47 años y 80 países Amway es una de las compañías locales más grandes del mundo⁵⁵.

➤ **Patrocinios deportivos**⁵⁶

- **Orgulloso asociado de los Red Wings de Detroit.** Amway Norteamérica lanzó un nuevo y emocionante patrocinio que asociará el nombre de Amway con una de las marcas icónicas más queridas en el mundo del deporte - los Red Wings de Detroit.

- **Amway patrocina los Earthquakes de San José.** El fútbol es un pasatiempo nacional alrededor del mundo que incita niveles altos de pasión y lealtad a equipos por parte de los espectadores y fanáticos por igual. En los EE.UU. Amway se alista como patrocinador de las playeras de los Earthquakes de San José.

- **Orgulloso patrocinador del Amway Center.** El nuevo complejo deportivo y de entretenimiento Amway Center en Orlando, Florida, EE.UU., hogar para el equipo de la Asociación Nacional de Baloncesto (NBA) Orlando Magic, abrió con una ceremonia de corte de cinta en el 2010. Amway es el patrocinador oficial con derechos de nombre del Amway Center.

⁵⁵ Tomado de: "Manual de Referencia Amway". Manual incluido en el kit de registro de Amway.

⁵⁶ Página Oficial de Amway: <http://www.amway.com/acerca-de-amway/campanas-y-patrocinios/patrocinios>. Consultado el: 12/01/2011.

- **Orgullosa asociada de John Tesh.** Los consejos inspiradores de John Tesh han motivado a millones a través de su premiado programa radial. Ahora sus productos Intelligence For Your Life™ (exclusivamente a través de Amway) fomentan alimentación y vida saludable.

- **Patrocinios Artistry.** Los cosméticos y productos de cuidado del cutis ARTISTRY® son un patrocinador orgulloso de la Organización Miss América, el proveedor mundial más grande de asistencia en subvenciones para mujeres jóvenes. Juntos, a través de la subvención ARTISTRY, trabajaremos juntos para potenciar a las mujeres a seguir sus sueños y alcanzar sus metas.

- **Patrocinios Nutrilite.** La marca líder mundial apoya a algunos de los principales atletas a nivel mundial. Nutrilite se enorgullece de que atletas profesionales como Kurt Warner y Kara Goucher se han asociado para convertirse en representantes de nuestra marca. También estamos contentos de ser el socio nutricional oficial de los Maratones Rock 'n' Roll, una divertida serie de carreras que incorporan millas con música. Descubre por qué atletas de categoría y personas como tú se impulsan con productos de vitaminas, minerales y suplementos nutricionales, nutrición deportiva y control de peso NUTRILITE®.

- **Responsabilidad social.** La Campaña One by One para la Niñez de Amway une los recursos de la familia completa de Amway para marcar una diferencia en la vida de los niños alrededor del mundo. Al crear asociaciones locales, podemos trabajar con problemas específicos que los niños enfrentan y mejorar la manera de vivir, aprender, alcanzar y jugar.

- ✓ **Apoyo en Desastres.** Cuando los desastres naturales azotan algún lugar del mundo, Amway está preparada para brindar ayuda inmediata al igual que ayuda a largo plazo para los necesitados. Recientemente Amway lanzó un nuevo programa para ayudar a los niños de Haití.

- ✓ **Medio Ambiente.** Las políticas de Amway incluyen desde la reducción del impacto medioambiental de las operaciones, hasta la capacitación y la motivación de empleados para asumir la responsabilidad personal de hacer un lugar de trabajo más seguro y ecológico.

- ✓ **Lugar de Trabajo.** Es una empresa que cree que cada persona puede hacer una diferencia. Para hacer las creencias realidad, potencia a sus empleados a que alcancen metas, logren ambiciones y contribuyan con las comunidades en donde opera. Como empresa líder mundial en salud y belleza, Amway se asegura de que sus empleados tengan acceso a los recursos que necesitan para mantener un estilo de vida saludable.

- **Bienestar equipo de trabajo.** Los IBO y sus negocios cuentan con el apoyo de casi 900 empleados de Amway Global, a ellos se suman 3,800 empleados de Amway Global en América del Norte. Más de 13 000 empleados en todo el mundo, abarcando más de 80 países y territorios

Los negocios de los IBO son apoyados por 450 empleados en el centro de servicio al cliente, solamente en Norteamérica.

➤ **Liderazgo en la industria.** Amway es una de las compañías de ventas directas más grandes del mundo. Alticor Inc., la compañía matriz de Amway, reportó ventas mundiales por \$9,200 millones de dólares en 2010. Amway es un prominente miembro activo de las asociaciones regionales y nacionales de ventas directas en todo el mundo. Doug DeVos es Vicepresidente de Consejo de la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas (WFDSA, World Federation of Direct Selling Associations) y cubre un puesto en el Consejo de Presidentes de la WFDSA. También fue presidente del Consejo Directivo de la Asociación Estadounidense de Ventas Directas. A nivel mundial, las ventas directas son una industria de \$117,500 millones de dólares en ventas estimadas y 74 millones de vendedores⁵⁷. Las líneas de productos que comercializa actualmente son: Salud y Bienestar con su línea Nutrilite, Belleza con su línea Moiskin, Cuidado Personal con su línea Ertia, Cuidado del Hogar y Tecnología del Hogar⁵⁸.

2.2.3 Visión y valores de la compañía. “Nuestra visión es simple. Trabajamos todos los días para ayudar a la gente a vivir mejores vidas. Logramos nuestra visión al ayudar a las personas en todas partes a descubrir su potencial y alcanzar sus metas ofreciéndoles mejores marcas y oportunidades para el futuro, y a compartir generosamente con la comunidad global. Como ayuda para materializar nuestra visión, contamos con seis valores duraderos sobre los que edificamos la compañía”⁵⁹.

✓ **Sociedad.** Amway se establece sobre el concepto de sociedad entre los fundadores. La sociedad que existe entre las familias fundadoras, empleados y empresarios independientes es su posesión más preciada. Siempre trata de hacer lo que al final sea lo más importante para los asociados, de forma que aumente la confianza.

✓ **Integridad.** La Integridad es esencial para el éxito del negocio. Hacer lo correcto y no cualquier cosa que funcione. El éxito de Amway no se mide simplemente en base a términos económicos, sino en base al respeto, la confianza y la credibilidad que se gana.

✓ **Valor Personal.** Reconoce además que cada individuo fue creado como un ser único e irreplicable. Cada persona merece respeto y merece un trato justo y la oportunidad de tener tanto éxito como le sea posible.

✓ **Logro.** Son constructores y alientan a los demás. Buscan la excelencia en todo lo que hacen. El enfoque está en el mejoramiento, el progreso y los logros continuos de las metas de cada individuo y grupo. Anticipan cambios, responden rápidamente a ellos, toman acción para completar la tarea y obtenemos ganancia de las experiencias. Fomenta la creatividad y la innovación.

✓ **Responsabilidad Personal.** Cada individuo es responsable de alcanzar sus metas personales, al igual que dar el 100 por ciento de su esfuerzo para ayudar a alcanzar las metas corporativas o del equipo. Al ayudar a las personas a ayudarse a sí mismas,

⁵⁷ Página oficial de: Amway Latino América. Tomado de: www.latinamway.com.

⁵⁸ Tomado de <http://www.acovedi.org.co/afiliados/activos/>. Consultado el: 18/01/2012.

⁵⁹ Tomado de: página oficial de Amway: www.amway.com.co

adelantan el potencial del éxito individual y compartido. También tienen la responsabilidad de ser buenos ciudadanos en las comunidades donde viven y trabajan.

✓ **Libre Empresa.** Son defensores orgullosos de la libertad y la libre empresa. Se ha probado claramente que el avance económico humano se alcanza de mejor forma en una economía de libre mercado.

2.2.4 Productos y resultados. A la familia de compañías de Amway Global se le han otorgado más de 600 patentes a nivel mundial, con más de 450 en trámite. Amway Global emplea más de 500 científicos de Investigación y Desarrollo, Control de Calidad, además del equipo de apoyo. Sus investigaciones han sido difundidas en más de 400 publicaciones dirigidas a colegas de la industria y afiliadas.

La división de Control de Calidad consta de más de 150 especialistas técnicos: Químicos, microbiólogos, e ingenieros de monitoreo de calidad. Se llevan a cabo más de 500,000 pruebas cada año para establecer calidad continua.

Las marcas ofrecidas por Amway Global son respaldadas por extensivos estudios con más de 516 patentes a nivel mundial. Los productos de Amway Global se benefician de la tecnología más avanzada en siete plantas manufactureras y cinco centros de distribución altamente modernizados.

Además de los productos exclusivos Amway Global también ofrece productos con marcas de renombre como Calvin Klein®, Adidas®, Maytag®, y muchas otras más. Los más de 450 productos exclusivos de Amway cuentan en su mayoría con una garantía de 6 meses, 180 días⁶⁰.

2.2.5 Oportunidad de negocio y plan de mercadeo de Amway. Más de 3 millones de personas en el mundo ya están forjando su propio camino hacia la construcción de un negocio independiente, buscando calidad de vida. Amway ofrece una oportunidad, el apoyo de una corporación que es propiedad familiar, que está financieramente estable y ha estado operando por más de 50 años. Amway es una comunidad global, operando en 80 países y territorios, preparada para ofrecer apoyo y un plan de compensación, que ha pagado más bonificaciones en el 2010 que cualquier otra compañía de ventas directas.

La oportunidad de negocio de Amway al igual que en Herbalife se percibe más de cerca al asistir constantemente a sus presentaciones, se puede reconocer la importancia del Sistema de trabajo que maneja la Compañía, ya que al presentar la oportunidad de negocio a las personas que asisten a los eventos comienzan a soñar con nuevas expectativas en su calidad de vida, la compañía tiene un amplio y claro plan de mercadeo que cumple en la medida que las personas estén dispuestas a luchar por los sueños, teniendo claro su plan de trabajo.

⁶⁰ Tomado del Blog Presentación de Pepe y Leity como nuevos Diamantes Ejecutivos en Grand Rapids, Michigan. Octubre 2011 <http://negocionow.com/Sin%20competencia.htm>. Consultado el: 7/1/2012.

o **Pasos para obtener el registro como distribuidor independiente de Amway.** Para obtener un registro como distribuidor de la compañía, que en ella son denominados “Empresarios Amway”, se requiere hacer el contacto con una persona que ya este en el negocio, para que esa persona sea la encargada de orientarlo en el proceso de iniciación, formación del negocio y Liderazgo, a la persona que lo registra se le denomina patrocinador o auspiciador.

La persona que auspicia al nuevo “empresario de Amway” se encarga de hacer efectivo el registro en la página de internet oficial de Amway, con ello se tiene a un código de acceso a información actualizada y podrá realizar pedidos directamente a Amway Colombia con el descuento respectivo según los punto de volumen que se desee adquirir.

o **Descripción de las formas de ganar dinero en Amway.** Para que el negocio crezca, el Plan de Ventas y Marketing de Amway se basa en un equilibrio entre la venta directa a clientes de productos y servicios y el patrocinio de nuevos empresarios independientes.

Los empresarios independientes pueden generar ingresos de tres formas:

- **Margen de ventas al por menor:** sobre el precio que los empresarios independientes pagan por la mayoría de productos, Amway ofrece un margen de un 30% cuando los venden al Precio Sugerido de Venta.
- **Bonos de rendimiento por volumen personal:** Amway recompensa a los empresarios independientes con bonos que se basan en su volumen de ventas a los clientes.
- **Los empresarios independientes también se beneficiarán con bonos adicionales a través del auspicio a otros empresarios independientes de su red de negocio en Amway.** A estas personas se las conoce como su “grupo” o “línea descendente”. El pago de estos bonos adicionales no afecta a los bonos pagados a los grupos o líneas descendentes.

Pueden ganarse bonificaciones según el volumen total de ventas generado mediante la clientela a la que sirve y mediante la organización de negocios que has desarrollado al registrar a otros IBO. En pocas palabras, el Plan de Compensación del Empresario Independiente de Amway recompensa por vender productos y servicios y por registrar a otros como IBO para que hagan lo mismo. El Plan de Compensación del Empresario Independiente de Amway recompensa varios niveles de excelencia.

Cada Empresario Independiente (por sus siglas en inglés, IBO) es un empresario independiente cuyo éxito individual depende de sus propios esfuerzos de venta y de los esfuerzos de venta de las personas que registre. Los ingresos brutos del negocio independiente constan de una combinación de ingresos inmediatos –margen de ganancia minorista en ventas a los clientes– y las bonificaciones que sobre el volumen total de ventas.

✓ **Ingresos Inmediatos.** Tus ingresos inmediatos consisten en la diferencia entre el costo al cual tú compras los productos de Amway o de tu IBO auspiciador y el precio al

cual tú vendes los productos a tus propios clientes. Estos ingresos se obtienen en el momento de cada venta a un cliente. Para tu comodidad, Amway publica precios minoristas sugeridos para todos los productos. Sin embargo, se trata de precios sugeridos solamente, y tú no estás obligado a cargar dichos precios. Cada IBO tiene derecho a decidir independientemente los precios a los cuales venderá los productos a sus IBO o a otros clientes.

✓ **Bonificación de Rendimiento** Se pueden obtener ingresos adicionales mediante la Bonificación mensual de rendimiento. La Bonificación de rendimiento se basa en el volumen de ventas que se registra de dos tipos de cifras, El Valor de Puntos y el Volumen de Negocios (por sus siglas en inglés PV y BV respectivamente) que se publican en relación a cada producto o servicio disponible. El PV es una cantidad unitaria (puede pensar en el PV como en la cantidad de puntos) asignada a cada producto. El total de PV asociado con tu volumen de ventas del mes se registra para determinar su nivel de Bonificación de Rendimiento. Mientras más alto sea su total de PV, más alto será el porcentaje (hasta un 25%) utilizado para calcular su bonificación. El BV es una cifra en dólares asignada a cada producto. El total de BV asociado con el volumen de ventas del mes se multiplica por el porcentaje de su nivel de PV para determinar su Bonificación de rendimiento bruta.

Tabla 1. Bonificación de rendimiento

Si PV total del mes es:	La Bonificación de rendimiento es:
7,500 ó más	25%
6,000–7,499	23%
4,000–5,999	21%
2,500–3,999	18%
1,500–2,499	15%
1,000–1,499	12%
600–999	9%
300–599	6%
100–299	3%

Fuente: guía de referencia del negocio de Amway.

Amway no recompensa a nadie por el solo hecho de inscribir a otras personas como Empresarios Amway. La oportunidad de obtener ingresos se basa únicamente en la venta de productos Amway a consumidores finales.

- **Plan de mercadeo de Amway**

El modelo de negocio se cimenta sobre el Plan de Compensación del Empresario Independiente Amway, una oportunidad de negocio de bajo riesgo y bajo costo disponible para todos.

Un negocio Amway recompensa por vender productos y auspiciar a otros para que hagan lo mismo. Mientras el negocio crece, también lo hacen las recompensas. En este negocio se generan ingresos de:

- ✓ Ganancias minoristas* en ventas de productos a clientes.
- ✓ Bonos mensuales por rendimiento, desde un 3% a un 25% en volumen de negocio, dependiendo de tu productividad mensual.
- ✓ Bonos de liderazgo mensual y anual al igual que otros incentivos al contado y de negocio basados en rendimiento grupal.

El margen de ganancia minorista en los productos de salud, belleza y cuidado del hogar es de aproximadamente un 29%, cuando se venden dichos productos al precio minorista sugerido. El Empresario Amway tiene la libertad de determinar los precios a los que vendes los productos a sus clientes de forma independiente, así que la persona decide sus márgenes minoristas.

➤ **Premios y calificaciones.** Para reconocer y recompensar los logros, Amway ofrece un Sistema extenso de premios y bonificaciones. La Corporación otorga distintivos y placas por logros en el desarrollo del negocio y proporciona reconocimiento adicional en publicaciones y por otros medios. Amway actualiza continuamente las bonificaciones y los premios para fomentar el crecimiento y el desempeño.

Para ser elegible para estos premios y bonificaciones, tiene que estar en cumplimiento del Plan de Compensación del Empresario Independiente de Amway y de las Reglas de Conducta en todo momento.

Tabla 2. Reconocimientos, incentivos y distintivos de Amway

NIVEL/ REQUISITOS DE ELEGIBILIDAD:	INCENTIVO
Auspiciador al 25%, si: Registra a un IBO que califique como Productor Plata o Platino	Bonificación de Rendimiento del 25%.
Productor Plata, si: 1. Genera Volumen de Premio de por lo menos 7,500 PV, o 2. Registra personal o localmente a un grupo calificado al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25%, y genera un Volumen de Premio de por lo menos 2,500 PV durante el mismo mes, o 3. Registra personal o localmente por lo menos a 2 grupos calificados al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante el mismo mes.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Distintivo de Productor Plata. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Productor Oro, si: 1. Logra 3 meses cualquiera de calificación de Productor Plata/Platino dentro del año fiscal, o 2. Si está en camino a nuevo Productor Oro y	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Productor Oro. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.

comienza su calificación en julio o agosto, puede sobreponerla al siguiente año fiscal, siempre y cuando sus 3 meses de calificación sean consecutivos, sin romper la calificación de su mes original de Productor Plata. (Esta sobre posición es aplicable solo para quienes califican por primera vez.)	
Llegar a Platino es un logro importante. El Platino es considerado como el líder de su propio grupo. Como Platino, capacita, suministra y motiva a su grupo, enseñándoles a encargarse de las responsabilidades de liderazgo de sus propios grupos Puedes calificar como Platino logrando 6 meses Platino durante el año fiscal .	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Platino. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO. • Una invitación a la Conferencia para Nuevo Platino, un seminario de negocios de dos días con los gastos pagos que ayuda a brindarte inspiración, motivación e información para crecer como líder
Platino Fundadores, si: 1. Logra la calificación de Platino por los 12 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación de Platino por 10 meses del año fiscal y generando 108,000 de PV total.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Platino Fundadores. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Rubí, si: Genera un Volumen Rubí de por lo menos 15,000 en un solo mes.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Rubí y otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO (siempre y cuando seas un Platino calificado). • La Bonificación Rubí mensual.
Rubí Fundadores, si Logra la calificación Rubí durante los 12 meses del año fiscal	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Rubí Fundadores. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • La Bonificación Rubí mensual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO
Zafiro, si: Logra 6 meses Zafiro dentro del año fiscal. . .	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Zafiro. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Zafiro Fundadores, si: 1. Logra la calificación Zafiro durante los 12 meses del año fiscal, o 2. Logra 10 u 11 meses Zafiro y 252,000 de PV total. El PV total incluye el PV de tu grupo personal y el PV de todos tus IBO en línea descendente.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Zafiro Fundadores. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO
Esmeralda, si:	• Bonificación de Rendimiento del 25%.

1. Logra la calificación de Platino, y 2. Registra personal, internacional o localmente a 3 ó más grupo que califiquen al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses del año fiscal.	• Un distintivo de Esmeralda. • La Bonificación anual de Esmeralda • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO
Esmeralda Fundadores, si: Logra la calificación de Esmeralda durante los 12 meses del año fiscal. .	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Esmeralda Fundadores. • La Bonificación anual de Esmeralda. • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO
Diamante, si Registra personalmente, en el ámbito internacional, o local a 6 grupos o más, y cada uno de dichos grupos califique al Nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses del año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Diamante. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda y de Diamante. • La Bonificación anual Diamante Plus, siempre y cuando tengas 7 grupos calificados o más. • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Diamante Fundadores, si: 1. Logra la Bonificación de Esmeralda y calificación de Diamante durante los 12 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y genera por lo menos 8 créditos de Premios de los Fundadores a la Excelencia durante el año fiscal	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Diamante Fundadores. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda y de Diamante. • La Bonificación anual Diamante Plus, siempre y cuando tengas 7 grupos calificados o más. • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Diamante Ejecutivo, si Registra personal, internacional o localmente a 9 grupos o más (3 deben ser norteamericanos), y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses del año fiscal, o 2. Logras la calificación para la Bonificación Diamante y tienes por lo menos 10 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Diamante Ejecutivo. • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual.

	• Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Diamante Ejecutivo Fundadores, si 1. Logra la calificación de Esmeralda y registra personal, internacional o localmente a 9 grupos o más, y cada uno de ellos califica al máximo nivel de Rendimiento durante los 12 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y tiene por lo menos 12 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Diamante Ejecutivo Fundadores. • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeraldas. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Doble Diamante, si 1.Registra personal, internacional o localmente a 12 grupos o más (3 deben ser norteamericanos), y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y tienes por lo menos 14 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Doble Diamante. • Un premio único en efectivo de \$42,000 (EE.UU.). • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO
Doble Diamante Fundadores, si: 1. Logra la calificación para la Bonificación Esmeralda y registra personal, internacional o localmente a 12 grupos o más, y cada uno de ellos califican al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante los 12 meses del año fiscal. 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y tiene por lo menos 16 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Doble Diamante Fundadores. • Un premio único en efectivo de \$56,000 (EE.UU.). • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Triple Diamante, si 1. Logra la calificación para la Bonificación Esmeralda y registra personal, internacional o localmente a 15 grupos (3 deben ser norteamericanos), y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y genera por lo menos 18 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Triple Diamante. • Un premio único en efectivo de \$72,000 (EE.UU.). • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO

Triple Diamante Fundadores, si: 1. Logra la calificación para la Bonificación Esmeralda y registra personal, internacional o localmente a 15 grupos, y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante los 12 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y generas por lo menos 20 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Triple Diamante Fundadores. • Un premio único en efectivo de \$84,000 (EE.UU.). • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Corona, si: 1. Registra personal, internacional o localmente a 18 grupos (3 de los cuales deben ser norteamericanos), y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y generas por lo menos 22 créditos FAA durante el año fiscal	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo Corona. • Un premio único en efectivo de \$112,000 (EE.UU.). • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Exhibición de un retrato formal en el “Corredor de la Excelencia” de la Sede de Amway. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Corona Fundadores, si 1. Logra la calificación para la Bonificación Esmeralda y registra personal, internacional o localmente a 18 grupos, y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante los 12 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y tiene por lo menos 25 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Corona Fundadores. • Un premio único en efectivo de \$140,000 (EE.UU.). • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Embajador Corona, si 1. Logra la calificación para la Bonificación Esmeralda y registras personal, internacional o localmente a 20 grupos (3 deben ser norteamericanos), y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y generas por lo menos 27 créditos durante el año fiscal	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Embajador Corona. • Un premio único en efectivo de \$168,000 (EE.UU.). • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda. • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Exhibición de un retrato formal en el “Corredor de la Excelencia” de la Sede de

	Amway. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.
Embajador Corona Fundadores , si: 1. Logra la calificación para la Bonificación Esmeralda y registra personal, internacional o localmente a 20 grupos, y cada uno de ellos califica al nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante los 12 meses del año fiscal, o 2. Logra la calificación para la Bonificación Diamante y tiene por lo menos 30 créditos FAA durante el año fiscal.	• Bonificación de Rendimiento del 25%. • Un distintivo de Embajador Corona Fundadores. • Un premio único en efectivo de \$196,000. • Participación en la Bonificación de Reparto de utilidades para Esmeralda.* • Las Bonificaciones anuales de Esmeralda, Diamante y Diamante Plus. • Participación en el Programa de Incentivo de Crecimiento anual. • Otros reconocimientos, como una mención en una publicación para los IBO.

Fuente: guía de referencia de negocio de Amway. Tomado de: Amway.com/es/support/ordering-product-support/business-rules. Consultado el: 12 de enero del 2012.

➤ **Declaración Estándar sobre el programa de incentivo de crecimiento (GI) y el programan de los fundadores a la excelencia (FAA).** Los Empresarios Independientes de Amway pueden ser reconocidos y compensados por Amway de diversas formas. El Plan de Compensación del Empresario Independiente de Amway ofrece bonificaciones mensuales y anuales que los IBO pueden adjudicarse según su contrato con Amway. Los IBO también son elegibles para dos programas discrecionales que son independientes del Plan del IBO y que pueden variar año con año:

- Programa de Incentivo de Crecimiento (GI) ofrece premios, recompensas, premios que no son en efectivo y participación en las conferencias de negocios.
- El Programa de los Fundadores a la Excelencia (FAA), recompensa a los IBO por sus contribuciones en el ámbito global.

➤ **Bonificaciones.** La elegibilidad de los IBO para GI y FAA es a discreción de Amway y se basa en una conducta que demuestre altos estándares éticos y comerciales, alineados con las metas y objetivos de Amway y sus negocios relacionados.

✓ **Bonificaciones mensuales:**

- **Bonificación Rubí.** Los IBO que generen por lo menos 15,000 de PV Rubí en un mes reciben una Bonificación Rubí equivalente al 2% de su Volumen de Negocios Rubí neto de ese mes. El Volumen Rubí incluye el Volumen personal más el Volumen de salto de cualesquiera auspiciadores al 25%, Productores Plata y/o Productores Oro que no hayan calificado para la Bonificación de Rendimiento del 25% durante el mes; no está incluido el volumen de los Platinos en línea descendente.
- **Bonificación mensual de liderazgo.** En el curso del desarrollo del negocio, es posible que se registre y capacite a un IBO hasta que ese IBO llegue al nivel de Productor Plata o uno superior. Amway considera que ese desempeño, capacidad y arduo trabajo ameritan una recompensa. Así que para ayudar a recompensarte por el tiempo y esfuerzo

invertidos, y para darte un incentivo adicional para continuar desarrollando Productores Plata y niveles superiores, el Plan de Compensación del Empresario Independiente de Amway establece pagos de Bonificación mensual de Liderazgo. La Bonificación de Liderazgo está basada en el rendimiento de su(s) grupo(s) en línea descendente

- **Bonificación mensual de profundidad.** En el desarrollo del negocio, es posible que dedique tiempo y esfuerzo a ayudar y motivar a sus IBO frontales en los niveles de Productor Plata y superiores para que registren y desarrollen sus propios Productores Plata. Para fomentar y compensar dicho esfuerzo, el Plan de Compensación del Empresario Independiente de Amway proporciona pagos de Bonificación mensual de Profundidad. La Bonificación mensual de Profundidad se calcula de arriba hacia abajo, comenzando con tu segundo nivel de IBO calificados y extendiéndose en línea descendente hasta llegar al primer nivel que deba una Bonificación mensual de Profundidad a otro IBO.

✓ **Bonificaciones anuales**

- **Bonificación Esmeralda.** Cuando los IBO calificados para los niveles Esmeralda y superiores hayan registrado personal o localmente a 3 grupos o más, y cada uno de esos grupos haya calificado al Nivel de Bonificación de Rendimiento durante por lo menos 6 meses de un año fiscal determinado, reciben puntos y pago de la Bonificación Esmeralda sobre el volumen norteamericano, así como el volumen que pueda verificarse de los grupos calificados que haya auspiciado internacionalmente. Al final del año fiscal, Amway identifica el volumen de todos los grupos auspiciados internacionalmente, lo vincula al Auspiciador internacional correspondiente y al mercado correspondiente (el de residencia del IBO), y paga una Bonificación Esmeralda a las Líneas de Auspicio tanto Internacionales como Locales. Todos los acreedores a la Bonificación Esmeralda se pueden beneficiar de las cantidades incrementadas de fondos.

- **Bonificación Diamante.** Cuando los IBO calificados para el nivel de Diamante o uno superior hayan registrado personal o localmente a 6 grupos norteamericanos o más y cada uno de dichos grupos califique al Nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses de un año fiscal determinado, reciben puntos y pago de la Bonificación Diamante sobre el volumen norteamericano calificado así como sobre el volumen que pueda verificarse de grupos calificados que hayan sido auspiciados internacionalmente.

- **Bonificación Diamante Plus.** Cuando los IBO calificados para el nivel de Diamante o uno superior hayan registrado personal o localmente a 7 grupos norteamericanos o más y cada uno de dichos grupos califique al Nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses de un año fiscal determinado, reciben una Bonificación Diamante Plus al final de cada año fiscal.

- **Bonificación de Reparto de Utilidades para Esmeraldas.** Cuando los IBO calificados para el nivel de Esmeralda o uno superior hayan registrado personal o localmente a 3 grupos norteamericanos o más y cada uno de dichos grupos califique al Nivel de Bonificación de Rendimiento del 25% durante por lo menos 6 meses de un año fiscal

determinado, reciben puntos y pago de la Bonificación de Reparto de utilidades para esmeraldas sobre el volumen norteamericano.

2.2.6 Ética de distribución. “Políticas del Negocio Amway” son aquellas políticas establecidas por Amway. Estas, forman parte de las condiciones de uso que todos los empresarios Amway (E.A) que aceptan cuando firman el Formulario de Registro para poder ser Empresario Amway. Las Políticas del Negocio Amway existen para prevenir malentendidos o abusos de los planes de Ventas y Marketing de Amway.

Estas normas de conducta Amway definen los derechos, deberes y responsabilidades del Empresario Amway. El Negocio Amway se debe desarrollar según las leyes y regulaciones aplicables. Las Normas de Conducta Amway se suman a las leyes y regulaciones vigentes en el país del E.A., no las sustituyen. Estas Normas de Conducta regulan, en primer lugar, la relación entre Amway y los E.A, pero también concierne a la relación entre los Empresarios.

Las Normas de Conducta están diseñadas para promover la armonía entre los E.A y para preservar los beneficios disponibles para los E.A bajo los planes de Ventas y Marketing de Amway.

Las Normas de Conducta Amway incorporan el Código de Ética. Por su condición, el Empresario Amway se obliga frente a Amway, como concedente de los derechos de distribución, a llevar a cabo tal actividad comercial, en conformidad de las condiciones generales planteadas, estas se encuentran contempladas en el “Manual de Referencia de Amway, p. 8, algunas de ellas son:

- El E.A., en su calidad de distribuidor de los productos de Amway, se compromete a desarrollar su actividad comercial de acuerdo con los más altos estándares de profesionalidad y diligencia, tanto en su relación con el cliente como con el resto de E.A.
- El E.A. se compromete a cumplir las Reglas de Conducta que se estipulan en el Manual de Ventas y Marketing, concretamente en las cláusulas del presente Código de Ética; así como aquellas que contienen las publicaciones de Amway.
- El E.A. se compromete a tramitar toda reclamación en materia de cambios y devoluciones de productos con prontitud y eficacia, siguiendo el procedimiento establecido en este Manual y en las publicaciones de Amway.
- Las actuaciones del E.A. deberán ceñirse a los más altos niveles comerciales de integridad y responsabilidad, preservando la reputación comercial de Amway de España S.A. y la del conjunto de E.As.
- El E.A. se compromete a cumplir las obligaciones propias de todo E.A. de Amway de conformidad con lo estipulado en la documentación contractual y las publicaciones de Amway.

Respecto al Plan de Ventas y Marketing de Amway, la venta de productos Amway y las actividades comerciales del E.A., éste se compromete a utilizar única y exclusivamente las publicaciones y materiales autorizados por Amway.

CAPITULO III

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA

En este capítulo se examina la información recopilada con el fin de establecer inferencias que permitan llegar a conclusiones dando cumplimiento a la primer parte del objetivo general que consiste en analizar el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del sistema multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway en la ciudad de Pasto, para ello en este capítulo se dará cumplimiento a objetivos específicos como identificar el sistema de trabajo de las organizaciones objeto de estudio que operan en la Ciudad de Pasto”, obtener datos de las variables social y económica de las personas que desarrollan el negocio del sistema multinivel, así también conocer el perfil demográfico de las mismas. En este capítulo también se presenta un paralelo y una tipificación de las organizaciones Herbalife y Amway y se muestra además un paralelo de las características entre las compañías del sistema Tradicional y multinivel llegando finalmente a evidenciar ventajas y desventajas del Sistema Multinivel.

Los datos presentados a lo largo de la investigación y principalmente en este capítulo son producto de la aplicación de los instrumentos de recolección primaria (encuesta, entrevista, observación).

3.1 RECONOCIMIENTO DE LAS ORGANIZACIONES HERBALIFE Y AMWAY EN PASTO, A TRAVÉS DE LA ENTREVISTA Y LA OBSERVACIÓN

Por medio de la participación de los líderes de las organizaciones Herbalife y Amway se lograron reconocer aspectos principales sobre el funcionamiento de estas organizaciones en la ciudad de Pasto. En la entrevista (ver anexo B) realizada a los mismos se abarcan preguntas que dan un bosquejo general del contexto sobre el cual se encuentran actuando estas organizaciones. De esa manera se da cumplimiento al objetivo que busca “identificar el sistema de trabajo de las organizaciones del sistema multinivel Herbalife y Amway que operan en la ciudad de Pasto”

En esta parte se habla del Sistema de trabajo de las organizaciones objeto de estudio, ya que si bien, la compañías matriz de cada una de estas, proporcionan una serie de herramientas estándar, con condiciones específicas para trabajar, es claro que en cada contexto se desarrollan una serie variables que condicionan el funcionamiento de las mismas, por esta razón se hace importante conocer de manera más cercana las herramientas de trabajo que utilizan las organizaciones conformadas en este contexto para ser eficaces en la venta y el reclutamiento, y la forma de organización y distribución de las funciones en los centros de apoyo.

3.1.1 Sistema de trabajo de las organizaciones Herbalife y Amway en Pasto. El Sistema de trabajo planteado por cada una de las compañías objeto de estudio, ya está diseñado por la casa matriz, en los manuales se proponen herramientas y actividades que

se pueden tener en cuenta para desarrollar el negocio, sin embargo en esta parte de la investigación lo que se persigue es adentrarse al contexto de la investigación y conocer directamente cuál o cuáles son las herramientas de trabajo más utilizadas para la venta y reclutamiento, así también se busca indagar sobre, cómo se clasifican y se distribuyen las funciones en los centros de apoyo. Es conocer cómo funciona el Sistema de trabajo de las organizaciones (red de distribuidores) construidas en la Ciudad de Pasto, por Herbalife y Amway.

o **Sistema de trabajo de Herbalife, Pasto.** Las estrategias que han sido diseñadas por la organización permiten tener un amplio campo de acción en cuanto a que los distribuidores pueden atraer a muchas personas con la expectativa de compra de productos o la realización del negocio. Los puntos que se tocarán a continuación son: a). Las actividades de capacitación, b) herramientas de comercialización y prospección. c) Organización y distribución de funciones en los centros de apoyo. Las estrategias del Sistema son coordinadas mediante un plan de trabajo semanal establecido, que se modifica muy levemente dependiendo de algunas fechas que hace que se modifique.

✓ **Actividades de capacitación.** El objetivo principal de estas actividades es hacer que las personas a través de la capacitación permanente se sientan acogidas por un Sistema que les proporciona conocimiento del negocio, motivación y habilidades a desarrollar para realizar el mismo.

1. **Seminario de inicio.** Son eventos donde se exalta el ingreso de los nuevos distribuidores. Son encuentros con las personas que apenas se registran, se realiza principalmente con el fin de acoger al Sistema las expectativas que se plantearon en sucesos anteriores, se da a conocer de manera global el perfil corporativo de la compañía.

2. **Academia básica.** Son reuniones que se desarrollan en los centros de apoyo, es la manera de orientar a los nuevos distribuidores con motivación y conocimiento sobre comercialización, ventas y liderazgo.

3. **Universidad del éxito.** fundamentos necesarios y prácticos para que al cabo de un tiempo, las personas que han permanecido en ella tengan resultados tangibles de carácter económico y de superación personal.

4. **Reunión de anfitriones.** Encuentros de líderes de la organización, donde se tocan temas ya sea de comercialización, de venta, reclutamiento, o liderazgo y los distribuidores pueden ampliar el conocimiento en la medida que se realicen preguntas.

5. **Entrenamientos personalizados con patrocinadores.** Son charlas mas “cerradas”. Se plantean estrategias y técnicas de trabajo personales, donde un patrocinador orienta a sus distribuidores (únicamente a sus líneas descendentes). Las reuniones se realizan por lo general en la casa del patrocinador.

6. **Seminarios mensuales.** Son eventos que se realizan generalmente al finalizar al mes, donde hay un invitado especial, son personas que han alcanzado un nivel mayor dentro del plan de mercadeo (“escalera del éxito”) de la organización. los invitados pueden ser personas que se encuentran en este país o fácilmente de cualquier país.

Dentro de la agenda de capacitación de Herbalife, hay dos que son principales: 1. las semanales y 2 las mensuales:

La primera enfatiza en dos capacitaciones semanales: en la primera se trata temas de comercialización y formación del negocio, esta se denomina “academia básica”. La segunda trata sobre liderazgo, como superarse personalmente y como liderar su organización, esta se denomina “Universidad del éxito”. Las capacitaciones mencionadas no tienen costo para los distribuidores.

La segunda consiste en un seminario al mes. Son eventos presentados por invitados especiales; personas que han alcanzado un reconocimiento en la compañía, superior al logrado en la región

La asesoría es permanente y por esa razón los tipos de capacitación que se promueven desde la compañía matriz es muy amplio, y la organización de Herbalife que aquí se ha conformado sigue a través de sus Líderes los lineamientos que se han proyectado. Las personas que se registran en la compañía tienen a disposición diferentes tipos de herramientas como:

- Red global de Televisión Herbalife Broadcast Network (HBN) que difunde capacitación e información.
- Cintas de video para capacitación y Motivación.
- Capacitación mediante tele-conferencias y red de transmisión instantánea por fax
- Folletos informativos, boletines de noticias, catálogos de producto y publicaciones.
- Gran parte de la información sobre cambios, promociones y premios o futuras capacitaciones virtuales son enviadas al correo de los distribuidores.

Es importante resaltar que la compañía cuenta con un comunicador llamado Jim Rhon. Tiene una serie de videos y audio-casetes en los cuales muestra la manera en la que el ser humano puede modificar para bien su vida, este personaje acuña una frase que le da fama internacional **“para que las cosas cambien, uno tiene que cambiar”**, basado en esta frase elabora discursos que han ayudado a muchos de los distribuidores a mejorar económica y personalmente. Jim Rhon. En Herbalife se estimula a los distribuidores a cuidar su apariencia personal en cuanto a su vestimenta, la limpieza en su persona, a comer mejor, la disciplina, la perseverancia y la puntualidad.

A parte de las diversas formas disponibles de capacitación, como las anteriormente mencionadas cabe resaltar el predominio de las capacitaciones presenciales que se ha constituido en la organización de Herbalife constituida en el contexto de la investigación, ya que sus líderes, que es especial son dos personas que han logrado el nivel más alto dentro de la escalera de reconocimientos de la compañía, (equipo de expansión global) se han especializado en desarrollar el arte de ser líderes, en pro de motivar, de indicar el camino a seguir, de planear y de formular estrategias de trabajo, sin infringir los lineamientos propuestos por la compañía, de tal manera que benefician a todos los participantes de la organización de manera general.

✓ **Herramientas de comercialización y prospección.** Estas actividades están planteadas específicamente para atraer personas que se interesen por comprar los productos para consumo y/o para hacer el negocio. Las personas conocidas o desconocidas para los distribuidores se convierten en prospectos ideales para plantearles la idea.

7. **Cena saludable.** Es una actividad donde se plantea como objetivo principal la perspectiva de bienestar y salud, efímeramente se toca el tema del negocio, se busca mostrar a las personas la importancia de mejorar su salud, su figura, de manera general. Consiste en invitar a personas conocidas y/o desconocidas y obsequiar producto de nutrición interna.

8. **Cena saludable de negocios.** Al igual que la cena saludable, tiene la misma consistencia, pero en esta se enfatiza en la oportunidad de negocio. Se da a conocer la importancia del plan de mercadeo.

9. **Hidratación facial.** Actividad de reclutamiento que consiste en invitar a personas desconocidas y/o conocidas (socios del club de nutrición) a sesiones de limpieza de la piel con productos de cuidado externo de la compañía.

10. **Club de nutrición.** Es una de las herramientas de venta más utilizada por los distribuidores en la Ciudad de Pasto, (aproximadamente se encuentran entre 50 y 60 clubes de nutrición) consiste en promocionar el desayuno saludable, con productos de nutrición interna de la compañía, por lo tanto estos lugares se atienden únicamente en la jornada de la mañana.

11. **Charlas caseras.** Reuniones con personas que por lo general son conocidas o que ya saben de la existencia de los productos y se plantea nuevamente la expectativa del consumo de productos o la realización del negocio. Se busca que sean reuniones conformadas al menos con 10 o 15 personas, a las cuales se les realiza obsequios y se lanza promociones para iniciar de alguna manera.

12. **Contactos personales.** Entrega de volantes y tarjetas de presentación.

✓ **Organización y distribución de funciones en los centros de apoyo.** La organización de distribuidores independientes de Herbalife que se ha construido en Pasto, tiene acceso a un centro de apoyo que se sostiene con aportes económicos de quienes han alcanzado el nivel de mayoristas (50% de descuento por ventas personales), para que así, tengan un lugar acorde para llevar a cabo el plan de trabajo propuesto semanalmente y por ende tener un punto de referencia donde se acoja a todo los distribuidores de la organización ya sean nuevos o antiguos y el Sistema siga funcionando al promover la información.

En cuanto a la responsabilidad de hacer que el centro de apoyo (oficina) funcione acorde a horarios, limpieza, pago de servicios, entre otras actividades se delega las funciones

entre los “Equipos del Mundo”⁶¹ que se encuentran acogidos al Sistema, cada semana se hacen cargo 2 de ellos. Rotando su responsabilidad.

Los distribuidores manejan un sentido de familiaridad, donde la actitud de éxito es lo que prima en el lugar y las personas están predispuestas a brindar apoyo a los nuevos distribuidores independientemente de saber a qué línea de patrocinadores corresponde. Según lo observado durante esta investigación; se van desarrollando las cualidades del ser humano, saliendo a relucir las mejores características de este, entre ellas se destacan la constancia, desde el momento en que se comprometen a ser puntuales a sus sesiones y a la realización de las diversas actividades.

o **Sistema de trabajo de Amway Pasto.**

Las estrategias del Sistema de trabajo son coordinadas mediante un plan de trabajo establecido semanalmente. Esas estrategias articular un amplio campo de acción en cuanto a atraer a muchas personas para proyectar la expectativa de realizar el negocio. A continuación se dan a conocer aspectos del Sistema de trabajo de Amway que están contemplados en esta investigación, tales como: Las actividades de capacitación, herramientas de comercialización y prospección, y organización y distribución de funciones en los centros de apoyo. Las estrategias del Sistema de trabajo son coordinadas mediante un plan de trabajo semanal establecido.

✓ **Actividades de capacitación.** Las capacitaciones propuestas por los Sistemas del Multinivel, sin duda alguna son el eje central sobre el cual se mantiene enfocada la voluntad por desarrollar las actividades propuestas y así crecer en el negocio. En palabras de uno de los Empresarios de Amway “las capacitaciones son la energía para recargar baterías”; “las capacitaciones producen motivación para seguir activos en el negocio”, con estas frases se hace referencia a la inclinación hacia la motivación, ya que ésta es necesaria teniendo en cuenta que una característica que identifica quizá a toda persona que se encuentra en un Sistema Multinivel es la actitud que demuestre a los demás.

Se debe tener en cuenta que la compañía comercializa productos de consumo masivo, la expectativa que se promueve en las capacitaciones no es la de vender, principalmente, si no que enfocarse específicamente en la comercialización a través de inscribir a más personas que consuman los productos con descuento, es decir los Empresarios Amway se capacitan para llegar a las personas no únicamente con información para captar la atención de clientes que consuman con precio de venta al público, sino que estos se registren y que por su consumo se genere beneficios económicos a la persona que los auspicia.

La organización Amway en la Ciudad de Pasto, se centra en cuatro capacitaciones al mes que se presentan una cada semana en la Cámara de comercio de la ciudad de Pasto. En las orientaciones se tratan diferentes temas: comercialización, formación del negocio y liderazgo. Al mes la organización también organiza un seminario con un invitado especial, se trata de una persona que ha logrado ascender a un nivel mayor al alcanzado en la Ciudad de Pasto dentro del plan de mercadeo de la organización. Por la información

⁶¹ Equipo del mundo: 2.500 puntos de volumen en cuatro meses consecutivos ó 10.000 puntos de volumen al 50% en un mes o 500 puntos en ingresos por regalías en 1 mes.

obtenida en la entrevista, se tiene conocimiento acerca de cuatro convenciones que se realizan al año en la Ciudad de Cali.

✓ **Herramientas de comercialización y prospección.** Las herramientas de comercialización se van dando de manera conjunta con la prospección. En la medida que se da a conocer la posibilidad de afiliarse y obtener descuentos en los productos que una persona consume, se da a conocer la oportunidad del negocio. Amway plantea unos pasos que deben ser constantes para lograr resultados y son pasos similares tanto para personas nuevas como ya conocedoras del negocio. A continuación se dan a conocer las actividades propuestas para trabajar:

- Hacer una lista de **todos** los contactos posibles
- Contactar. Consiste en llamar o buscar la manera para conseguir hablar con la lista realizada en el paso 1.
- Dar el plan. Tomar algunos folletos del Kit de registro y hacer la presentación del negocio, la expectativa es buscar personas que se registren.
- Hacer seguimiento. Las personas que se han registrado necesitan orientación para avanzar por lo tanto la persona que patrocina debe prepararse y estar pendiente de la evolución de la persona que ha registrado.
- Evaluar el progreso, personal y de sus distribuidores.

A través de estos pasos, las personas que desarrollan el negocio se guían, para conformar su equipo de trabajo, sin embargo lo más importante es tener presente que hacer parte de las actividades de capacitación del Sistema es el punto fuerte de sinergia, ya que allí confluye un entorno de conocimiento frente a un tema en común, que llamará la atención de todos.

✓ **Organización y distribución de funciones en los centros de apoyo.** La organización de Amway constituida en el contexto de esta investigación, coordina sus actividades de capacitación, seminarios, convenciones y orientaciones en la Cámara de Comercio de la Ciudad de Pasto, ese se constituye en su centro de apoyo. El objetivo principal de estas presentaciones a parte de integrar y desarrollar a las personas que ya hacen parte del Sistema, es buscar que más personas se interesen y emocionen por las presentaciones expuestas y por ende hagan parte del Sistema Multinivel de la Compañía.

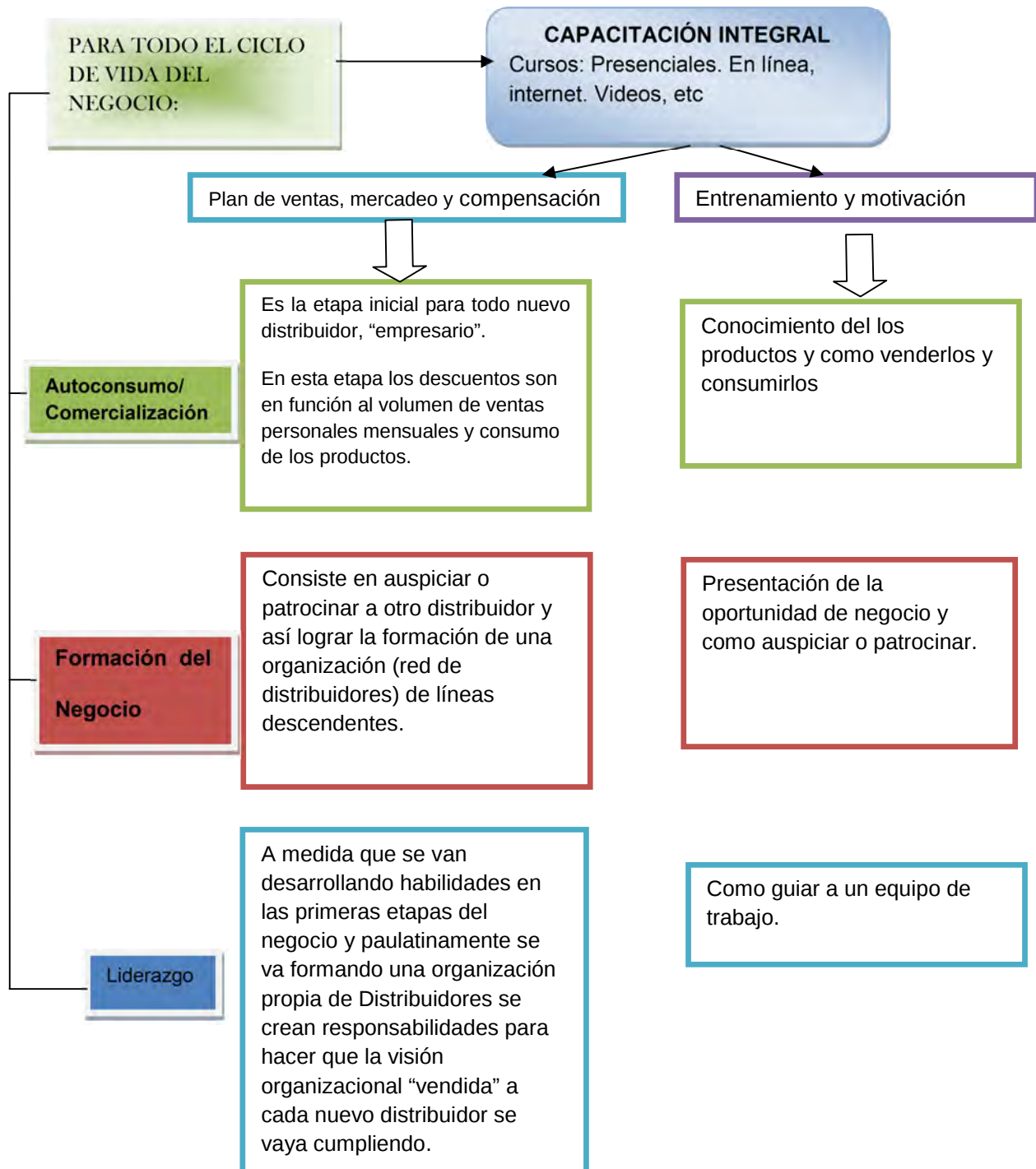
En cuanto a la coordinación y programación de las actividades, se tiene que, entre las personas que más han alcanzado reconocimientos del plan de mercadeo de la compañía, se distribuyen las actividades logísticas y de presentación en el escenario sobre el tema que se proyecte tratar, así cada semana en la Cámara de Comercio se tratan temas ya sea sobre de la comercialización, formación del negocio o liderazgo.

3.1.2 Etapas en el ciclo de vida del negocio Multinivel para Herbalife y Amway. Dentro de la gestión del negocio Multinivel se forjan aspectos que el distribuidor

independiente o empresario independiente debe conocer para el desarrollo de su actividad, ya que si bien es cierto, la expectativa inicial comienza con la comercialización, paulatinamente se va gestando la formación del negocio y por ende el desarrollo del liderazgo. En este orden de ideas las organizaciones objeto de estudio plantean un esquema de trabajo a conocer, las cuales son herramientas primordiales para que los distribuidores independientes vayan desarrollando el negocio en cada una de las etapas que surge dentro del mismo, iniciando por la comercialización, la formación del negocio y el liderazgo.

Según los resultados obtenidos en la investigación principalmente por la observación se tiene que tanto Herbalife como Amway al ser organizaciones del Multinivel conservan parámetros similares en el desarrollo del negocio, esto se da a conocer a manera de esquema de la siguiente manera:

Gráfico 4. Etapas en el ciclo de vida del negocio de vida para Herbalife Y Amway



Fuente de investigación: elaboración propia

3.1.3 Aplicaciones prácticas en el Sistema Multinivel Herbalife y Amway durante el proceso de capacitación. Durante las conferencias y cursos de capacitación se utilizan palabras que “transforman” las actitudes y emociones de los participantes. Estos eventos han sido diseñados para lograr impactar en la mente de quienes los escuchan. Y de forma positiva, aplican técnicas que han sido utilizadas ya por expertos en programación neurolingüística y así forjar nuevos líderes creativos en la distribución de productos de nutrición. Allegados también de historias verídicas de personas que se encuentran encaminadas en el Sistema de trabajo, y que a través del tiempo han ido desarrollando nuevas actitudes, hacia la vida y hacia su persona misma en términos de autoestima y deseo de superación, estas empresas hacen uso de este valor agregado. El recurso humano entonces juega el principal papel en la aplicación de las técnicas, dándole un toque de realismo y logrando que, sin importar el nivel de estudios que se tengan, se genere una expectativa.

Un ejemplo específico del formato generalizado que utilizan en su mayoría de veces estas organizaciones para crear expectativas es la siguiente:

De las historias de los distribuidores que han tenido algún logro en particular se escucha lo siguiente:

- El nombre de la persona.
- Cómo se encontraba antes de conocer los productos y la compañía en términos ya sea monetarios o de salud o ambos.
- Qué hizo a partir de conocer la compañía.
- Finalmente cómo se encuentra ahora después de haber sido beneficiada con los productos y el Sistema de trabajo.

Por los cursos diversos que existen en donde los distribuidores:

- Son impulsados a definir sus metas (sueños).
- Son ilustrados con metáforas que comunican razones por las que sí se pueden hacer las cosas.
- Ponen en práctica sus habilidades para hablar en público.
- Ponen en práctica su disciplina para consumir los productos.
- Ponen en práctica su disciplina para trabajar “un día sí, y el otro también”.

De las evidencias que existen en cada una de las historias que se platican:

- Fotos.
- Estudios médicos.
- Personas con otro semblante.
- Personas que han mejorado su situación económica y que lo pueden demostrar con sus bienes actuales.
- Cheques emitidos por las empresas a favor de los distribuidores y con estas herramientas físicas, el uso del lenguaje repetitivo, que provoca que la mente de los presentes comience a plantearse las preguntas adecuadas respecto a lo que se quiere hacer, cómo se va a hacer. El desafío principal es que los distribuidores inicien por establecer el rumbo que quieren tomar, visualizarlo, imaginarlo para así presuponer la certeza de su logro.

3.2 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA EN LOS CUESTIONARIOS

Para el análisis e interpretación de la información recopilada en los cuestionarios se explica en primer lugar la metodología utilizada para su aplicación y posteriormente se elaboran algunos gráficos que representan el resultado de la información obtenida. Finalmente, el análisis personal y las conclusiones que se infieren son integrados a esta parte de la investigación.

3.2.1 Síntesis de la metodología utilizada para la elaboración de la encuesta

- **Tipo de Estadística a Utilizar.** Los datos obtenidos serán sometidos a un análisis estadístico: Descriptivo-Inferencial. La estadística Descriptiva se refiere a la recolección, presentación, descripción, análisis e interpretación de una colección de datos, esencialmente consiste en resumir éstos con uno o dos elementos de información (medidas descriptivas) que caracterizan la totalidad de los mismos. Por su parte la estadística Inferencial se refiere al proceso de lograr generalizaciones acerca de las propiedades del todo, población, partiendo de lo específico, muestra. Las cuales llevan implícitos una serie de riesgos⁶².

Aplicación Estadística. El estudio estadístico descriptivo inferencial se sustenta bajo la aplicación de análisis descriptivos básicos: distribución de frecuencias y porcentajes, y descripciones de asociación (correlación).

- **Muestreo.** En esta investigación se homogeniza una sola población, esta está conformada por los distribuidores Independientes de las compañías HERBALIFE Y AMWAY.

Las organizaciones del Multinivel que hacen parte de esta investigación poseen las siguientes particularidades:

- Hacen parte de los afiliados activos de ACOVEDI
- Hacen parte de las compañías de venta directa Multinivel.
- Se toma estas dos organizaciones del Multinivel, ya que son unas de las más representativas a nivel mundial, financieramente hablando⁶³ y se consideran estables en el tiempo (permanecen en el mercado más 30 años).
- Son organizaciones que se encuentran dentro de la industria del Bienestar.

El tamaño de la población no es posible conocerse de manera exacta debido a que los datos son confidenciales de la casa matriz que comercializa los productos, a demás se

⁶² FIUSAC, Área de Estadística. Obtenido de: <http://sitios.ingenieria-usac.edu.gt/estadistica>. consultado el: 22/11/2011.

⁶³ GUZMAN, LUIS. Blog : LaNuevaEconomia.com: Cuales Son Las Mejores Empresas De Marketing Multinivel O MLM. Obtenido de: <http://lanuevaeconomia.com/cuales-son-las-mejores-empresas-de-marketing-Multinivel-o-mlm.html> consultado el: 9/12/2011.

debe tener en cuenta que el ingreso de nuevos distribuidores se puede producir en cualquier momento.

De esa manera para la presente investigación se realiza mediante un muestreo probabilístico para población desconocida. La selección de la misma es aleatoria para los participantes de la población, con lo anterior se busca que los datos recopilados de la muestra puedan representar las características reales de toda la población.

Para obtener el tamaño de la muestra se utiliza la fórmula estadística que se emplea cuando la población se desconoce.

La fórmula utilizada es la siguiente:

$$n = \frac{z^2 * p.q}{e^2}$$

- Margen de error: $\ell = 5\%$
- Nivel de confianza: $z = 90\%$ (1.64)
- Probabilidades de las variables que están sometidas a las condiciones de la población: $p.q = 0.25$
- Tamaño de la muestra : $n = 269$

La muestra según especificaciones deseadas es de 269 encuestas

Los criterios de inclusión y exclusión considerados para la delimitación poblacional son los siguientes:

- Ambos sexos: hombres y mujeres.
- Edades comprendidas entre 18 y 50 años

El procedimiento para calcular el tamaño de la muestra es la siguiente:

- Se buscara por medio de internet la dirección de los centros de apoyo en Pasto, donde se concentran los distribuidores de las organizaciones Multinivel a estudiar; son sitios donde por lo general se convocan reuniones programadas para capacitación. Por este mismo medio se hace buscar números telefónicos para lograr hacer contactos con los líderes de cada organización
- Se realiza la solicitud de autorizar el avance de la investigación, explicando la finalidad de la misma.
- Se coordinan fechas y horas accesibles para aplicar métodos de recolección de información como encuestas y entrevistas, que preferiblemente serán realizadas durante una de las capacitaciones o seminarios que ya estén programados.
- Estando ya en el lugar, se procede a informar y aplicar la encuesta a todos los distribuidores presentes en el seminario o capacitación. Esto bajo los criterios de inclusión y exclusión.

✓ Subdivisión de la Muestra

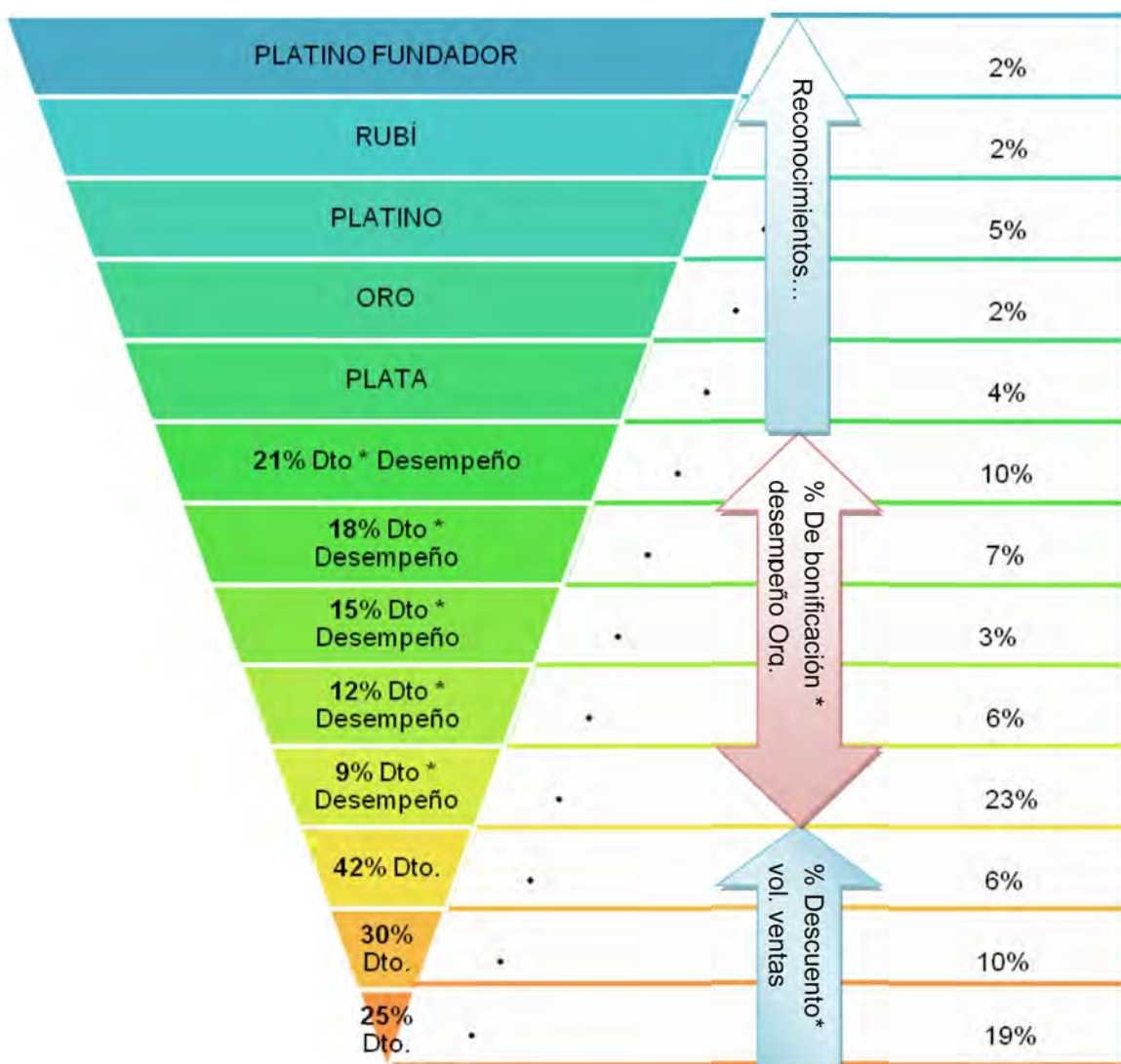
La muestra de la cual se tiene como dato 269 encuestas a aplicar se divide en porcentajes iguales para las dos organizaciones que intervienen en esta investigación, es decir se toma el 50% que equivale a 134 encuestas del total de la muestra para Herbalife y el otro 50% de la muestra, que serían 135 encuestas se aplicaría en Amway. En esas condiciones la muestra indicada para cada una de las organizaciones se subdivide para tener un estimativo en proporciones teniendo presente los niveles alcanzados por las personas que desarrollan el negocio dentro del plan de mercadeo propuesto por cada una de las compañías objeto de estudio. La subdivisión tiene como propósito principal aumentar la precisión global de las valoraciones sin incrementar el tamaño muestral.

Tomando como necesarios en esta investigación los parámetros de subdivisión planteados anteriormente se efectuó una búsqueda activa mediante el método exploratorio con el objetivo de tener un estimativo proporcional adecuado que indique aproximadamente cuantas personas se encuentran en determinado nivel dentro del plan de mercadeo de las compañías objeto de estudio, ello se realizó mediante el “muestreo de bola de nieve”⁶⁴ donde se logró conseguir información por medio de informantes estratégicos que a la vez permitieron identificar a otras personas que pertenecen a la misma población de interés y así alcanzar el objetivo que se perseguía. Los datos obtenidos mediante el método de muestreo utilizado fueron recolectados a través de un sondeo que indagaba sobre el nivel alcanzado por cada persona dentro del plan de mercadeo de la compañía a la que pertenecía. En Amway se lograron 124 respuestas y en Herbalife 117. Si bien, estas respuestas no cumplen con el total de la muestra de cada organización, son buen referente para construir el estimativo perseguido.

El estimativo proporcional en cada nivel para Amway y Herbalife se indica respectivamente a continuación en los siguientes gráficos:

⁶⁴ Técnica de muestreo probabilístico en la que un grupo inicial de encuestados subsecuentes se seleccionan con base en referencias o información proporcionada por los encuestados iniciales. Este proceso se puede realizar en ondas al obtener referencias de las referencias. Tomado de: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Muestreo-Estadistica/1760013.html> . consultado 16/02/2012.

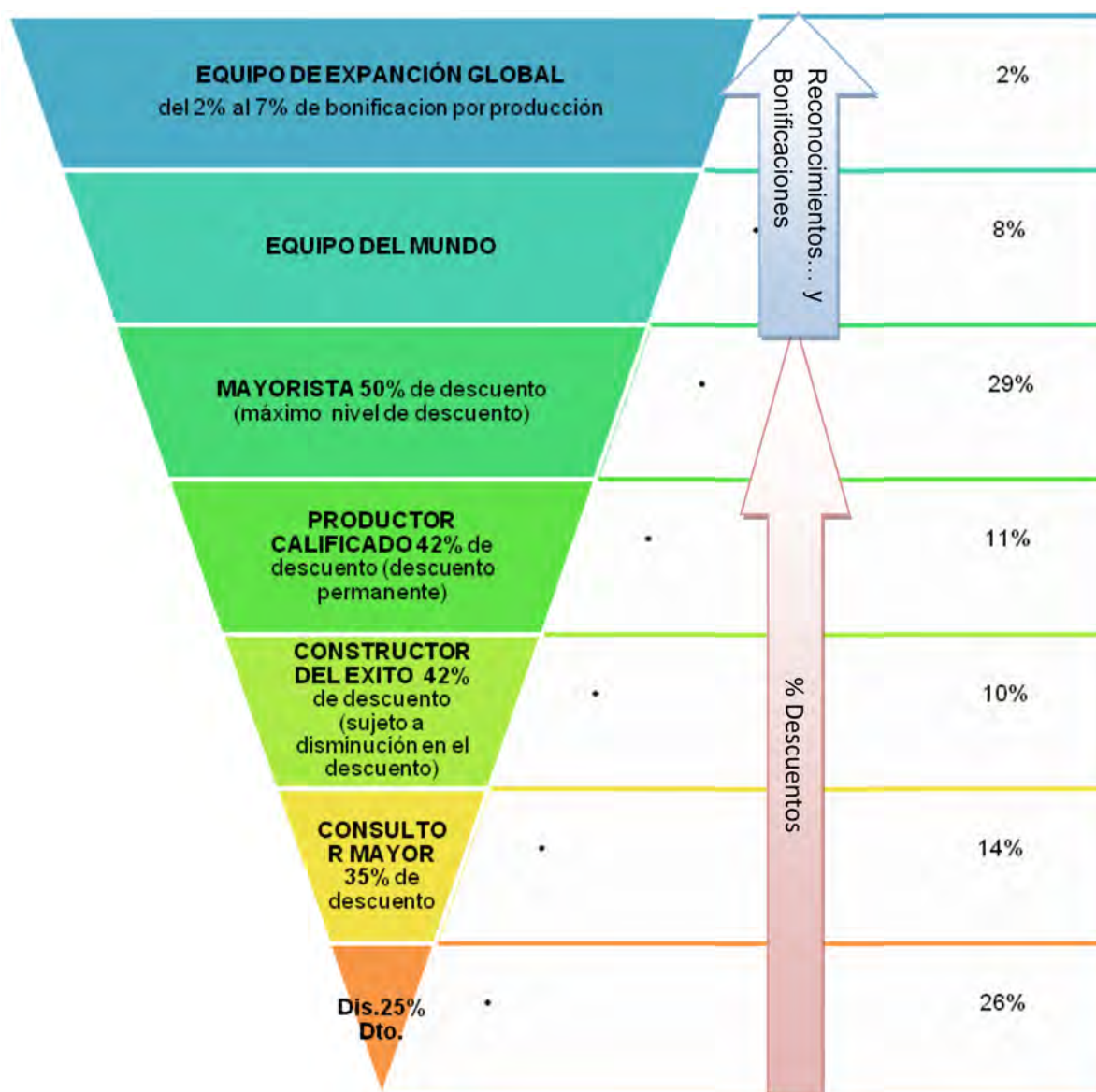
Gráfico 5. Estimativo proporcional de los niveles alcanzados en el plan de marketing de la Compañía Amway



Fuente: elaboración propia siguiendo el plan de marketing de Amway

El Gráfico anterior es diseñado en referencia a los niveles alcanzados en la Ciudad de Pasto dentro del plan de mercadeo propuesto por la Compañía Amway. Allí se indica la distribución proporcional en porcentajes estimada en cada nivel. Esta distribución se realiza con los datos obtenidos durante la exploración.

Figura 6. Estimativo proporcional de los niveles alcanzados en el plan de marketing de la Compañía Herbalife.



Fuente: elaboración propia siguiendo el plan de marketing de Herbalife

El Gráfico anterior fue diseñado en referencia a los niveles alcanzados en la Ciudad de Pasto dentro del plan de mercadeo propuesto por la Compañía Herbalife. Allí se indica la distribución proporcional en porcentajes estimada en cada nivel. Esta distribución se realiza con los datos obtenidos durante la exploración.

Es importante mencionar que los datos indicados en las graficas 4 y 5 son resultado de la exploración antes de la aplicación de la encuesta por esa razón estos datos son susceptibles de variación y efectivamente se nota el cambio en los resultados obtenidos

luego de la aplicación de la misma, de esa manera se logra realizar deducciones específicas con datos más precisos.

A continuación se muestra la metodología utilizada para la elaboración de la encuesta que fue una de las herramientas para la recopilación de información valiosa para la realización de esta investigación, así como también las gráficas de las preguntas cerradas y abiertas, cuya ponderación numérica es posible e indican el resultado de las respuestas de los cuestionarios aplicados a 269 personas que realizan el negocio ya sea en Herbalife o Amway.

Como se mencionó anteriormente la muestra se dividió en partes iguales (50% de las encuestas se aplicaron en Herbalife y el otro 50% en Amway) para las dos organizaciones que hacen parte de esta investigación, así mismo se tuvo como referente las proporciones porcentuales que se lograron obtener mediante un estudio exploratorio previo a la ejecución del proyecto y que indicaba aproximadamente cuantas personas se encontraban haciendo en negocio en cada nivel del plan de mercadeo ya sea en Herbalife o Amway. Lo anterior se estableció con el propósito de obtener mayor precisión y orden en los datos.

Las preguntas que se incluyen en este análisis por ser de tipo cuantificable son las preguntas: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 32. Por su parte las preguntas de carácter cualitativo son las preguntas 11 y 31. Los resultados han servido para desarrollar inferencias que son contenidas en este capítulo y en el cuarto de este trabajo de investigación.

3.2.2 El cuestionario de captación. Para la captación de datos se utilizó un cuestionario que proporciona información referente a datos relacionados con las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel, de las organizaciones objeto de estudio, además de incluir preguntas que permiten explicar los factores específicos del Sistema Multinivel que inciden de manera decisiva en el comportamiento y evolución económico y social de las personas integras al negocio del Sistema Herbalife y Amway. Algunos de los datos solicitados se refieren a determinar características demográficas de las personas que desarrollan el negocio, conocer datos de las variables económicas y sociales de las mismas personas, y conocer aspectos previos y actuales que enmarcan el negocio propuesto por este Sistema en la Ciudad de Pasto.

En el anexo 1 se muestra como ejemplo el cuestionario aplicado a los distribuidores independientes (empresarios independientes) registrados en las empresas Herbalife y Amway, que fueron seleccionados de forma aleatoria, por medios probabilísticos. La aplicación del cuestionario fue satisfactoria gracias a la autorización de los líderes de las organizaciones para aplicar dicha encuesta, a demás de recolectar toda la información necesaria, aspecto fundamental que permitió avanzar en la investigación.

A modo de aclaración se manifiesta que, aunque la encuesta fue diseñada mediante un formato estándar para ser aplicada tanto en la organización de Herbalife y Amway los resultados se irán analizando de manera conjunta pero independiente en una y otra organización con el propósito de encontrar algunos puntos fuertes o débiles en cada una

de ellas. Esto permite encontrar variaciones que pueden ser susceptibles para llegar a deducciones particulares

3.2.3 El procedimiento de captación. Para reforzar la investigación documental y de observación, se llevó a cabo un levantamiento de información en el periodo comprendido entre diciembre y febrero de 2011 y 2012 respectivamente, en la Ciudad de Pasto en centros de apoyo de ambas compañías, así como en varias de las actividades propuestas por cada una de las compañías con el fin de llevar a cabo observación que fuese oportuna para la integración de resultados. En la totalidad de los casos el cuestionario fue entregado personalmente a los distribuidores, en las capacitaciones y orientaciones a las cuales se tuvo acceso, así se dispuso de un tiempo aproximado de 15 a 20 minutos para leer y contestar el cuestionario antes mencionado.

3.2.4 El procedimiento para el procesamiento de los datos. Para llevar a cabo el procesamiento de los datos se elaboró una tabla en formato Excel en la que se incluyeron cada una de las preguntas que podían ser cuantificables en virtud de ser preguntas cerradas; para complementar el procesamiento, en cuanto a las preguntas abiertas se utiliza el procesador de textos Word recopilando comentarios homogéneos que lleven a una integración ordenada de los datos recolectados.

Es importante resaltar que el objetivo principal de la investigación se centra en el Sistema Multinivel que es la característica específica bajo la cual se proyectan estas organizaciones, (Herbalife y Amway) y no en la individualidad de cada una de ellas.

3.3 ANÁLISIS DE LAS RESPUESTAS OBTENIDAS EN LA ENCUESTA

La información que a continuación se presenta indica mediante tablas y gráficos los resultados de las preguntas realizadas en la encuesta con su respectivo análisis cualitativo. Los resultados se presentan simultáneamente tanto para la organización Herbalife como Amway en el contexto de esta investigación y se interpretan individualmente para dar más precisión en el enfoque que puede tener una u otra organización en algunos aspectos y por lo tanto varían el impacto socioeconómico que generan en las personas que desarrollan el negocio, en esas condiciones en el análisis se establecen inferencias particulares tendientes a generalizarse.

A través del análisis de las respuestas obtenidas en la primer parte de la encuesta y que se presentan a continuación, se da cumplimiento al objetivo específico que consiste en “determinar el perfil demográfico de las personas que desarrollan el negocio del sistema multinivel de las organizaciones objeto de estudio”

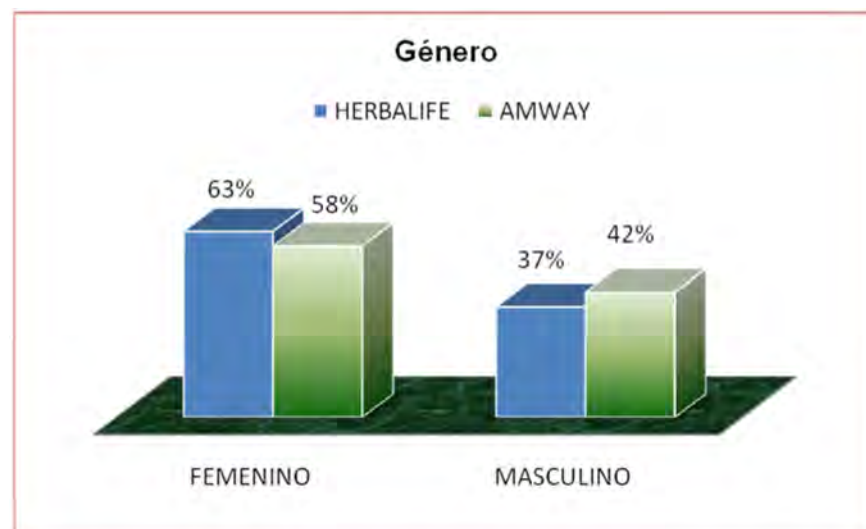
3.3.1 Respuestas obtenidas en la parte I de la encuesta “perfil personal”. En esta parte de la encuesta se plantean 6 preguntas las cuales contemplan aspectos demográficos con la expectativa de conocer variables como: el género, la edad, nivel de estudios, estrato económico y religión que profesa de las personas que hacen parte de la

muestra de esta investigación, a continuación se detallan cada una de ellas con sus respectivos resultados.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 1 del cuestionario: Género**

Con esta pregunta se pretende conocer el porcentaje de distribuidores independientes entrevistados que hacen parte del género femenino y masculino en las organizaciones de Herbalife y Amway conformadas en la ciudad de Pasto. Este indicador es muy importante porque permite identificar a las personas que participan con mayor tendencia el desarrollo de las actividades del negocio del Multinivel.

Gráfico 7. Género



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: El 63% de las personas entrevistadas pertenecen al género femenino, mientras que el 37% está compuesto por hombres.

Amway: El 58% de las personas entrevistadas pertenecen al género femenino, mientras que el restante 42% está compuesto por hombres.

Se puede observar que el negocio está siendo desarrollado con mayor predominio por las mujeres, esto se evidencia en las dos organizaciones. Este resultado es congruente si se tiene en cuenta que el papel de la mujer es más activo para obtener ingresos adicionales y así colaborar con la economía de la familia.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 2 del cuestionario: Edad**

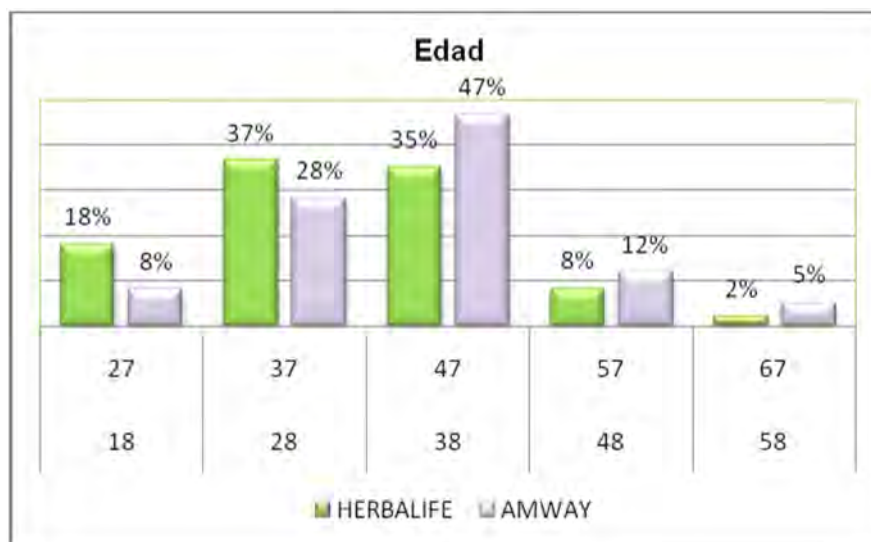
Conocer la edad de las personas que desarrollan la actividad del Multinivel, es importante, pues es una variable de segmentación que indica el rango de edades al que pertenecen las personas que hacen parte del Sistema.

Tabla 3. Edad

Rangos de edad		HERBALIFE	AMWAY
LI	LS	%	%
18	27	18%	8%
28	37	37%	28%
38	47	35%	47%
48	57	8%	12%
58	67	2%	5%
		100%	100%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 8. Edad.



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Los resultados indican que, el 37% de los entrevistados está comprendido entre las edades de 28 a 37 años. Seguido se encuentra el rango entre las edades de 38 y 47 años con un 35%. El 18% de los distribuidores está comprendido en el rango de 18 a 27 años, mientras que entre 48 y 57 años hacen parte del 8%, y entre 58 y 67 años se encuentra el 2% restante.

Amway: El 47% de los entrevistados en Amway se encuentran entre 38 y 47 años, por su parte 28% está en el rango de edad comprendido entre 28 y 37 años. El 12% de los entrevistados tienen entre 48 y 57 años. En el porcentaje del 8% se encuentran las personas de 18 a 27 años, y finalmente, entre las edades de 58 y 67 años esta el 5%.

Los entrevistados en su mayoría, para las dos organizaciones son personas que están entre las edades de 28 y 47 años, de esta situación se puede deducir que hay gran participación de personas no muy jóvenes ni adultas.

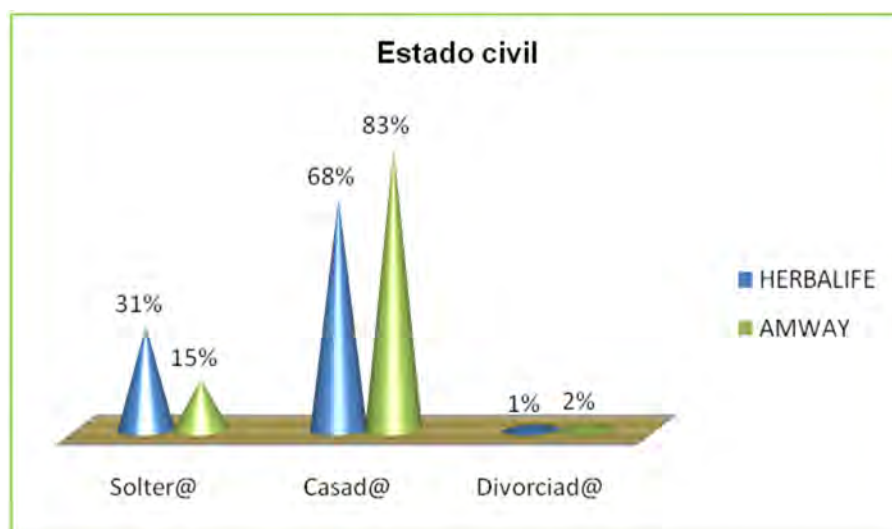
Es importante resaltar que dentro de los rangos que indican el porcentaje de personas que tienen entre 18 y 37 años, Herbalife, evidencia mayor participación de estas personas que son relativamente jóvenes, siguiendo el mismo análisis, se evidencia que las personas de 38 años en adelante que hacen parte de Amway tiene mayor predominancia con respecto a Herbalife.

La anterior situación se puede interpretar teniendo en cuenta las actividades distintas de cada organización a la hora de dar a conocer la oportunidad de negocio, (reclutar y/o comercializar), una de las tácticas muy utilizadas por Herbalife es la **invitación** mediante volantes, en los clubes de nutrición, hidrataciones faciales, cenas saludables lo que hace que su campo de acción se diversifique y principalmente se interesen personas jóvenes. Por su parte Amway presenta la oportunidad de negocio principalmente mediante **visitas** a las familias lo que hace principalmente que se interesen personas adultas.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 3 del cuestionario: estado civil**

Es importante conocer el estado civil de las personas entrevistadas, pues es una forma de identificar más concretamente las características de las personas que ingresan en el negocio del Multinivel.

Gráfico 9. Estado civil.



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según los resultados, el 68% de los entrevistados se encuentran casados, el 31% son solteros y el 1% de los entrevistados es divorciado.

Amway: El 83% de los entrevistados son casados. Las personas solteras ascienden al 15% y el 2% son divorciados.

De manera general se tiene que, aproximadamente el 75% (total de la muestra) de las personas que hacen parte de las organizaciones investigadas son personas casadas. Es válido resaltar que Herbalife tiene mayor participación de personas solteras con respecto a Amway.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 4 del cuestionario: Nivel de estudios.**

Con esta pregunta se pretende conocer el nivel de escolaridad de los distribuidores y así conocer el grado de educación que tienen.

Gráfico 10. Nivel de estudios



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: De acuerdo con el resultado obtenido en esta pregunta el 46% de los encuestados han tenido educación superior. Seguidamente se encuentra el 36%, que corresponde a personas con estudios secundarios. Con el 15%, se tiene que las personas han realizado carreras técnicas, posteriormente con el 4% están las personas que han realizado cursos auxiliares.

Amway: El 42% de los entrevistados ha realizado estudios superiores. Con el 27% se tiene que los entrevistados han hecho carreras técnicas El 24% estudios secundarios y el 7% restante ha realizado cursos auxiliares.

Con los resultados planteados se puede deducir de manera general que en un 44% del total las personas entrevistadas son profesionales en las dos organizaciones. Después de ello, en Herbalife se encuentra la primacía de personas que han realizado estudios secundarios, y en Amway resalta la participación de personas que han realizado carreras técnicas y estudios secundarios.

El escepticismo que existía con mayor fuerza frente a la industria del Multinivel tiende a cambiar y más personas profesionales se incorporan al Sistema a nivel mundial, esta es una afirmación de Herminio Narváez, en su revista los “Los Nuevos Profesionales del Siglo XXI”. La información se corrobora con los resultados planteados.

Es importante mencionar una de las características del Multinivel y que se evidencian con los resultados aquí encontrados, y es que no hay restricción para ingresar al Sistema de negocio, a la vez que se puede capacitar en el mismo, independientemente de si ya ha logrado una carrera profesional o no.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 5 del cuestionario: estrato económico**

Con el planteamiento de esta pregunta se pretende identificar el contexto socioeconómico en el cual se encuentran las personas que hacen parte de esta investigación.

Gráfico 11. Estrato económico



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: De acuerdo a los datos encontrados en la pregunta que se refiere al estrato económico se tiene que el 43% de las personas encuestadas hacen parte del estrato 3. El

37% hace parte del estrato 2. Finalmente se encuentra el 20% de los entrevistados hacen parte del estrato económico 4.

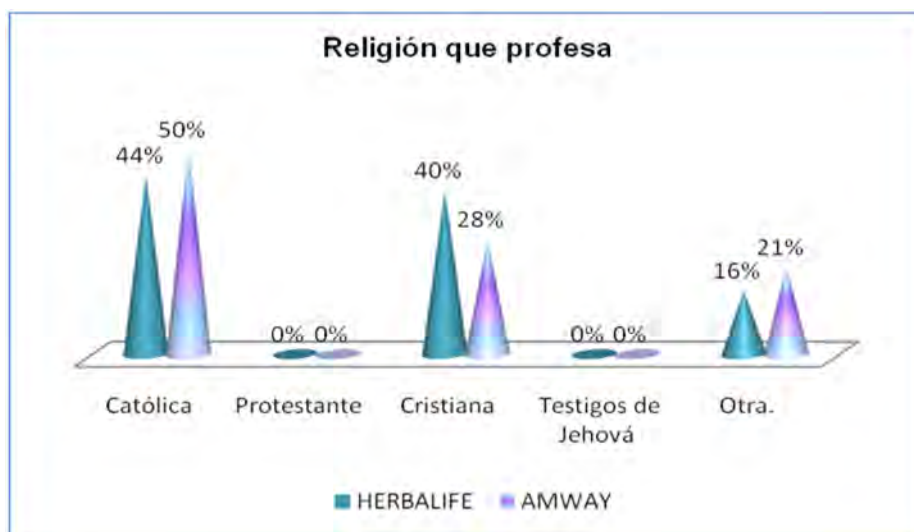
Amway: El 41% de los entrevistados pertenece al estrato 2, el 33% al estrato 3 y el 26% de los entrevistados pertenecen al estrato 4.

Según los datos presentados anteriormente se puede observar que las dos organizaciones tienen una variación con respecto a los estratos económicos de las personas entrevistadas, principalmente en donde Herbalife indica que tiene el mayor porcentaje (43%) en el estrato 3, que demuestra diferenciación con respecto a Amway, ya que ésta presenta su mayor porcentaje (41) en el estrato 2. También se puede observar que en las dos organizaciones el porcentaje mínimo corresponde a personas entrevistadas del estrato 4, donde Herbalife tiene 20% y Amway un 26%, de estos datos se puede deducir que esto se presenta por dos razones, en primer lugar porque las personas han logrado un nivel de ingresos tanto por su trabajo tradicional y/o a través de las organizaciones multinivel y se han ubicado en este estrato; en segundo lugar porque las organizaciones de estudio brindan nuevas alternativas que son acogidas por personas en cualquier estrato, por lo tanto no es la excepción en estratos altos, ya que a pesar de que estas se encuentren desempeñando labores tradicionales, en ocasiones bien remuneradas, generan insatisfacciones personales que pueden ser solventadas en este sistema de negocio.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 6 del cuestionario: religión que profesa.**

Con esta pregunta se pretende conocer la religión más seguida por los distribuidores independientes que es una característica demográfica importante para describir el perfil.

Gráfico 12. Religión que profesa



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según la grafica anterior se observa que el 44% de los entrevistados profesan la religión Católica, el 40% profesa la religión Cristina y el 16% otra.

Amway: los entrevistados indican que, el 50% profesa la religión católica, el 28% profesa la religión Cristina y 21% otra.

La religión mas profesada entre los distribuidores de Herbalife es la católica; y por las personas de Amway la religión mas profesada es la cristiana.

Durante la asistencia a algunos de los seminarios se llego a conocer que los lasos de “fe” en un ser superior se manifiesta con gran ahínco, son organizaciones muy unidas por la confianza en un “Dios”, no enfatizan en la religión al interior de las mismas, únicamente invitan a creer en un ser superior y mantenerse unidos con buena energía.

Finalizando la primer parte de la encuesta se presenta la tabla 4 que indica de manera resumida la información que se ha logrado obtener en la investigación acerca del perfil demográfico de las personas que desarrollan el negocio del Sistema Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway.

Tabla 4. Datos relevantes de la encuesta: “Perfil demográfico”

Resultados predominantes y similares encontradas en Herbalife y Amway	Resultados particulares		Concepto
	HERBALIFE	AMWAY	
Género: Mayor participación de mujeres, aproximadamente el 60% del total de la muestra.	Género femenino	Género femenino	Las personas que mas participan realizando el negocio son mujeres y según información general, (marco teórico) se tiene conocimiento que la industria del Multinivel se mueve con mayor tendencia por este género alrededor del mundo.
Edad: Predomina la participación de personas entre los 28 y 47 años de edad.	Entre las edades de 18 y 37 años Herbalife tiene mayor participación de personas comparado con Amway.	De 38 años en adelante, participan más personas con respecto a Herbalife	En Herbalife la mayor participación de personas está concentrada en personas “jóvenes”, en Amway predomina la participación de personas adultas.
Estado civil: Predomina la participación de personas casadas.	En Herbalife hay más participación de personas solteras	Más personas casadas con respecto a Herbalife.	Al tener en cuenta edad y estado civil, se podría decir de algún modo que la una es consecuente con la otra tanto para Herbalife y Amway

	comparado con Amway		
Nivel de estudios: De manera general, en ambas organizaciones prevalece la participación de Personas profesionales con respecto a los demás niveles de estudio.	Mayor participación de personas profesionales y estudios secundarios comparado con Amway	Mayor Participación de personas con estudio técnico comparado con Herbalife.	Aunque hay gran participación de personas profesionales que realizan el negocio. Vale aclarar que el Multinivel no exige un nivel de estudios determinado. La oportunidad se presenta para todas las personas. Algo que si se puede mencionar es que la tendencia de incorporación a la industria del Multinivel se está haciendo más atractiva por personas profesionales.
Estrato económico: Participación de personas en estratos 2, 3 y 4	Mayor participación de personas en estratos 3 contrastada con Amway	Mayor participación de personas en estratos 2.	Las personas que realizan el negocio del Multinivel de las organizaciones investigadas se encuentran en estratos 2, 3 y 4. .
Religión: Católica y cristiana	Profesan mas la religión Cristiana en comparación con Amway	Profesan más la religión católica	La “fe” y confianza en un ser superior se manifiesta con fortaleza en estos Sistemas.

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

En la primer parte de la encuesta se puede concluir lo siguiente sobre perfil de las personas que desarrollan el negocio del multinivel: las mujeres en su mayoría hacen parte de estos Sistemas de negocio. En cuanto a la edad, el mayor porcentaje comprende los 28 y 47 años de edad. Los entrevistados se caracterizan por ser casad@s. El nivel de educación enfatiza en estudios superiores. Son personas que hacen parte del estrato dos, tres y cuatro, la religión que profesan católica y cristiana.

Los datos y análisis de la encuesta que se presenta a continuación permite dar cumplimiento al objetivo específico que busca “obtener datos de las variables económica y social de las personas que desarrollan el negocio del sistema Multinivel de las organizaciones objeto de estudio”.

3.3.2 Respuestas obtenidas en la parte II de la encuesta “aspectos previos a la participación como distribuidor independiente del Sistema Multinivel”. En la segunda parte de la encuesta se busca conocer, cuál era la apreciación de los entrevistados frente a las organizaciones que desarrollan el Sistema del Multinivel, previo a su participación en el mismo, a demás se contemplan las razones por las cuales las personas ingresan a la venta directa y el tipo de actividad ocupacional realizado antes de ingresar al Sistema. (Las actividades de ocupación pueden seguir siendo realizadas).

- ✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 7 del cuestionario. ¿cuál era su percepción sobre la empresa de Multinivel?**

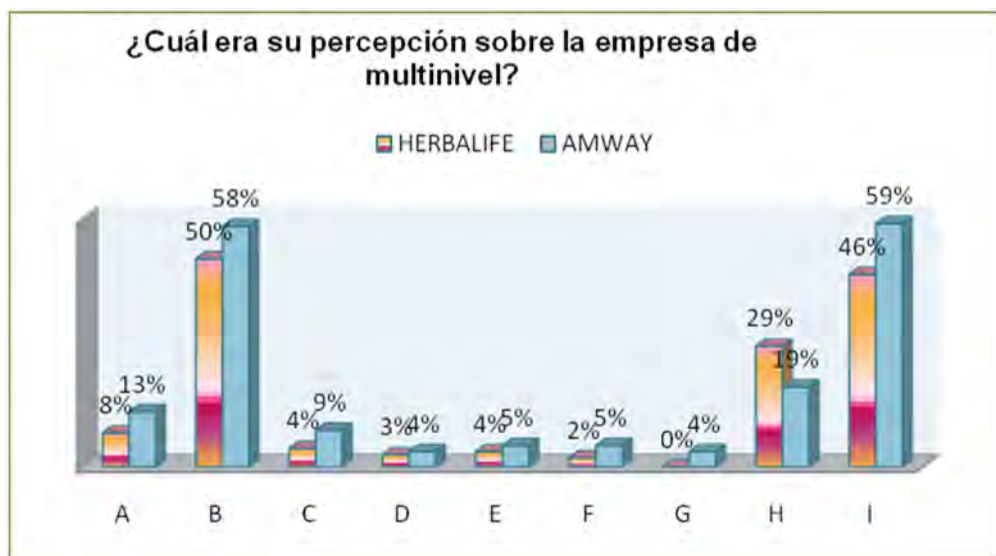
Esta pregunta se formulo con el propósito de conocer como era percibido el Sistema Multinivel y las actividades que se podían desarrollar en el mismo.

Tabla 5. ¿Cuál era su percepción sobre la Empresa de Multinivel?

		HERBALIFE	AMWAY
A	Es una pirámide, hay que meter gente	8%	13%
B	Se trata de vender de puerta en puerta	50%	58%
C	Es un negocio que tiene buenas regalías, buenos productos	4%	9%
D	Hay personas que fracasan es en esos negocios.	3%	4%
E	Hay que comprar productos todo el tiempo	4%	5%
F	Eso ya está saturado	2%	5%
G	Los productos son muy caros	0%	4%
H	Es el comercio con servicio personalizado que se les da a los clientes	29%	19%
I	Es un negocio para mujeres	46%	59%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 13. ¿Cuál era su percepción sobre la Empresa de Multinivel?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Los datos indican que el 50% del total de los entrevistados en Herbalife asociaban las empresas del Multinivel con ventas puerta a puerta, el 46% de las personas

consideraban que se trataba de un negocio para mujeres. Por su parte el 28% del total, percibían las empresas del Multinivel como aquellas que gestionan el comercio con servicio personalizado. El 8% asociaban las empresas del Sistema como pirámides, el 4% consideraban que había necesidad de comprar todo el tiempo, otro 4% consideraba que se trata de un negocio con buenas regalías y buenos productos. El 3% creían que son negocios que fracasan y el 2% que se trata de un mercado que ya está saturado.

Amway: Los datos obtenidos indican que el 59% del total de entrevistados en Amway percibían que se trataba de un negocio para mujeres, seguido se encuentra el 58% donde se apreciaba que las empresas del Multinivel forjaban las venta de puerta en puerta, el 19% consideraban que trataba de comercio con servicio personalizado, el 13% creían que se trataba de una pirámide. El 10% asemejaban las empresas del Multinivel con aspectos que consistían en comprar todo el tiempo y que es un mercado que ya está saturado y el 8% asociaban las organizaciones con que los productos son caros y que se trata de negocios que fracasa, finalmente el 4% consideraban que se trata de negocios con buenas regalías y buenos productos.

De manera general, según los resultados se tiene que tanto las personas que hacen parte de Herbalife como Amway, antes de ingresar al Sistema del Multinivel concebían este como un negocio para mujeres, esta afirmación se pueden confrontar como una realidad que se manifiesta dentro del Sistema al ser comparada con la pregunta número 1 que indaga sobre el género que mas participa en el Sistema Multinivel, donde se llega a concluir que la mayor participación es por parte de las mujeres, pero no se excluye la intervención significativa que han tenido los hombres. Seguidamente también se presenta similitud en ambas organizaciones en cuanto a la concepción de que se trataba de ventas de puerta en puerta. Los aspectos mencionados anteriormente aparte de ser predominantes en ambas organizaciones tienen un porcentaje representativo frente a los demás planteamientos, de este resultado se puede deducir que esta es una de las razones por las cuales las personas se muestran escépticas a ingresar al sistema.

El comercio con servicio personalizado es más evidente en Herbalife debido a que los productos de nutrición están orientados a tener resultados que se deben evaluar periódicamente, por ejemplo “el control de peso”, en esas condiciones se genera mucha más empatía con los clientes, (mayor campo de acción para el Distribuidor) eso no significa que Amway se desentienda de ello. Amway se enfoca mucho más en la presentación de la oportunidad de negocio; no enfatiza en la comercialización directa (venta directa), sino en la formación de red de negocio y por esa razón en el centro de apoyo o a través de visitas (que es un estrategia muy utilizada en esta organización) se dan presentaciones del negocio y no específicamente se habla de las características de los productos como tal.

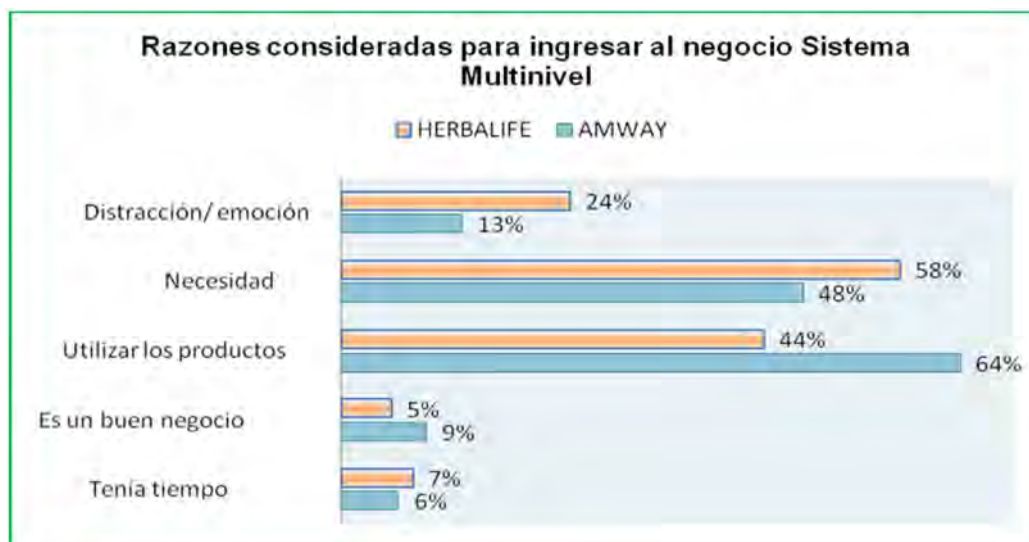
Por otra parte, los resultados que reflejan la percepción de que el Sistema Multinivel es una pirámide, que hay necesidad de comprar todo el tiempo, que los productos son caros y que es un mercado que ya está saturado indican en cierta medida el desconocimiento de lo que trata el Multinivel y proyecta con su Sistema de trabajo. Estos resultados dejan vislumbrar de una u otra manera la percepción sobre el Sistema Multinivel que se ha distorsionado y ciertos paradigmas frente al mismo, difíciles de tratar, porque frente a la idea de que el Multinivel es un negocio que tiene buenas regalías y buenos productos el porcentaje de calificación es el mínimo dentro de los aspectos mencionados.

Las respuestas existentes dejan comprender de alguna manera la imagen externa que las empresas del Multinivel tienen en la sociedad en general. Es válido resaltar que las tácticas de venta cambian constante y simultáneamente la imagen del Multinivel ha ido cambiando.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 8 del cuestionario: Señale las razones que consideró para ingresar al Sistema Multinivel.**

Con esta pregunta se pretende establecer cuáles son los principales factores que influyen en la decisión de entrar al Sistema Multinivel.

Gráfico 14. Razones consideradas para ingresar al negocio del Sistema Multinivel.



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 58% de los entrevistados ingresaron por necesidad. El 44% de la muestra considera que el motivo principal de ingreso al Sistema es por consumo de los productos, seguido del 24% que consideran que lo hace por distracción/emoción, el 7% se registraron por tener tiempo disponible y el 5% porque consideró que es un buen negocio.

Amway: El 64% de las personas entrevistadas ingresó a la organización por utilizar los productos, el 48% ingresa a la organización por necesidad, el 13% por distracción/emoción, el 4% de los entrevistados ingresa por considerar que es un buen negocio y el 6% por tener tiempo.

Los resultados indican de manera general para las dos organizaciones, que la principal razón de las personas para ingresar al Sistema consistió en utilizar los productos y necesidad.

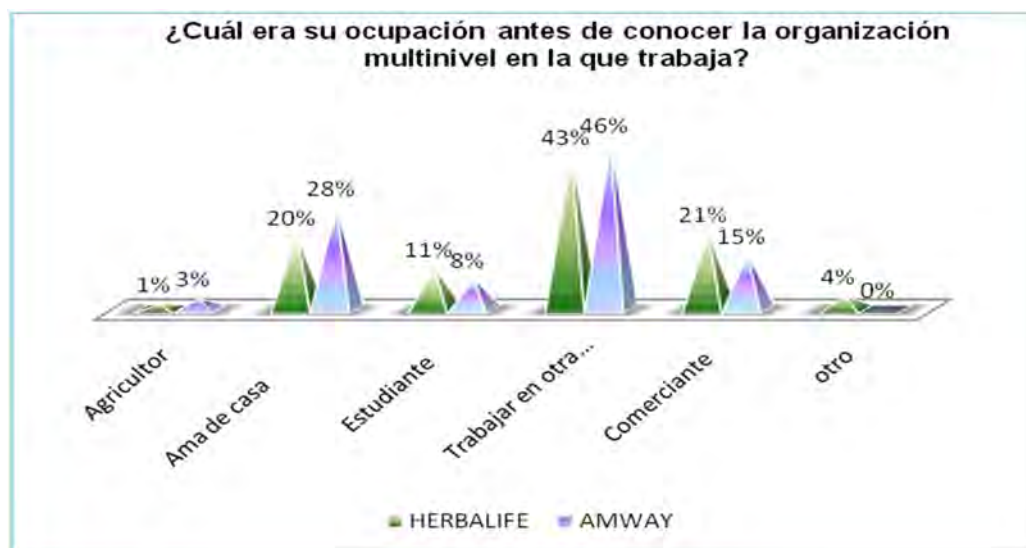
En cuanto a las personas que iniciaron por utilizar los productos: esta información se puede apoyar con los resultados encontrados en los seminarios, ya que se escuchan varios testimonios de personas que iniciaron únicamente bajo esa expectativa. Posteriormente al estar consumiendo los productos y ver los resultados de los mismos asisten, o son invitados a los seminarios en donde se maneja una gran carga de emoción y por consiguiente se registran con la confianza de realizar el negocio.

En cuanto a las personas que ingresaron por necesidad: no se puede desconocer que las personas se encuentran a la expectativa de buscar oportunidades para generar ingresos, (únicos o extras) pero también hay personas a las cuales su trabajo actual no satisface íntegramente sus necesidades o insatisfacciones de reconocimiento personal y están dispuesta a buscar alternativas. Es válido hacer mención en esta parte, que entre las estrategias para que el negocio del Multinivel crezca rápidamente, está el hecho de que las personas que ya están en el Sistema demuestren un actitud de emprendimiento y éxito hasta tal punto que las personas invitadas a cualquiera de las actividades de la organización se contagien de esa energía y es allí donde se toma la oportunidad de registrar gran cantidad de personas que se emocionan con el negocio, generalmente en los seminarios donde hay invitados especiales que ya han tenido resultados con el Sistema y han satisfecho necesidades económicas y personales, por esa razón también hay un porcentaje significativo que indica que las personas ingresan al Sistema por emoción. .

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 9 del cuestionario: ¿Cuál era su ocupación antes de conocer la organización Multinivel en la que trabaja?**

Esta pregunta se formulo para conocer la ocupación a la cual se dedicaban las personas que realizan el negocio del Multinivel. En esta pregunta se hace la aclaración de que las actividades mencionadas se pueden o no seguir haciendo, dependiendo del plan de trabajo que cada persona haya estructurado. Con los resultados se Indica cual es el porcentaje de personas con determinada ocupación que más se registra en este tipo de Sistemas.

Gráfico 15. ¿Cuál era su ocupación antes de conocer la organización Multinivel en la que trabaja?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: En primer lugar se tiene que el 43% de los distribuidores tenía como actividad trabajar en una empresa, seguido del 21% de los entrevistados que responde a personas que tenían o tienen como actividad el ser comerciantes. En tercer lugar está la ocupación como ama de casa, con el 20%. El 11% de los entrevistados corresponde a actividades de estudio, otras actividades el 4% y con el 1% está la ocupación de personas dedicadas a la agricultura.

Amway: el 46% de los entrevistados se dedicaba a trabajar en una empresa, el 28% corresponde a la ocupación de amas de casa, el 15% hace referencia a personas que tenían como actividad el comercio. El 8% hace de los entrevistados tenían como ocupación el estudio y el 3% se refiere a personas que se dedicaban a la agricultura.

Cabe aclarar que las actividades, de las personas registradas pueden o no seguirse realizando, mas adelante en la pregunta 26 se indaga que tipo de actividades dentro de las mencionadas (ama de casa, vendedor comerciante, estudios empleo temporal administrativo, distribuidor independiente), son prioritarias para ellos actualmente, eso indicará si las personas han cambiado rotundamente su forma de trabajo o dividen su tiempo de acuerdo a un plan distinto.

De manera general, los resultados indican para la dos organizaciones analizadas que las personas que mas ingresan a este Sistema de negocio son aquellas que trabajan en empresas y amas de casa, este último dato es congruente con la información donde se indica que la mayor participación en el género corresponde a mujeres.

En la segunda parte de la encuesta se presenta la tabla 6 que indica de manera resumida la información que se ha logrado obtener acerca de la percepción de los distribuidores directos, previo a la participación en la organización Multinivel.

Tabla 6. Datos relevantes de la encuesta: “Aspectos previos a la participación como distribuidor independiente del Sistema Multinivel”

Resultados predominantes y similares encontradas en Herbalife y Amway	Resultados particulares		Concepto
	HERBALIFE	AMWAY	
Percepción sobre el Multinivel antes de ingresar al Sistema: Se consideraba que es un negocio para mujeres, que se trataba de ventas de puerta en puerta, también se concebía como el comercio con servicio personalizado.	Predominaba en los entrevistados la percepción de: tratarse de: ventas de puerta en puerta.	Predominaba en los entrevistados la percepción de: tratarse de: ventas de puerta en puerta.	Hay más mujeres comprometidas en el Sistema lo que no implica que sea un negocio únicamente para mujeres. Frente a algunos conceptos planteados sobre la percepción de los entrevistados antes de conocer el Sistema Multinivel se puede vislumbrar la percepción externa de la sociedad en general. A la vez que se puede palpar la distorsión de información por falta de conocimiento sobre el Sistema.
Razones consideradas para ingresar al negocio del Sistema Multinivel: La utilización de productos, por “necesidad” y emoción.	La utilización de los productos es la manera como las personas comienzan a conocer de la existencia de las organizaciones Multinivel.	La utilización de los productos es la manera como las personas comienzan a conocer de las organizaciones Multinivel.	A través de los productos las personas comienzan a ser inducidas a conocer la oportunidad de negocio (esa es una táctica de reclutamiento). Por otra parte, la palabra “necesidad” puede ser muy subjetiva desde el punto de vista, ya que no se puede tratar únicamente de necesidades económicas sino también reconocimiento personal, es allí donde la emoción entra a hacer parte determinante para el ingreso a este tipo de sistemas.
Ocupación antes de conocer la organización Multinivel: Amas de casa y personas que trabajan en empresas y/o son comerciantes.	Mayor participación de personas que trabajaban en una empresa y/o dedicaban a la comercialización	Predomina la ocupación de amas de casa, en comparación con Herbalife	Es importante resaltar que el Sistema Multinivel por sus estrategias y tácticas para realizar el negocio no implica abandonar totalmente la actividad que realiza, todo depende del plan de acción para realizar el negocio.

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

A manera de conclusión en esta segunda parte del cuestionario se encontró lo siguiente:

La percepción que tenían los entrevistados antes de ingresar a una organización Multinivel era principalmente que se trataba de ventas de puerta en puerta y se trataba de un negocio para mujeres o que se trataba de comercialización con un servicio personalizado. Por otra parte que las razones que consideraron para ingresar radicaban en la utilización de los productos, necesidad, y emoción. Finalmente que la ocupación que realizaban (la pueden seguir realizando), antes de hacer parte del negocio consistía en trabajar en otra empresa, ser ama de casa y actividades del comercio.

3.3.3 Respuestas obtenidas en la parte III de la encuesta “formación y desarrollo personal en la organización”. Para esta parte de la encuesta se han planteado preguntas que permitan conocer como las expectativas de emprendimiento que en este caso al estar sumadas a un Sistema ya existente permiten generar en las personas ciertos ámbitos de formación y desarrollo a partir de la ejecución de las actividades propuestas por el mismo Sistema. Después de la aplicación de la encuesta se tienen los siguientes resultados con sus respectivos análisis:

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 10 del cuestionario**

La pregunta, sobre si las personas entrevistadas han sido empleadas busca indagar sobre qué porcentaje de personas conoce el Sistema tradicional de trabajo, ya que sus respuestas en posteriores preguntas se fundamentaran con base en esa experiencia. .

Gráfico 16. ¿Ha sido, o es empleado?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: El 73% de los encuestados da a conocer que han hecho o hacen parte del Sistema tradicional de trabajo, mientras que el 27% han pasado a conocer el Sistema Multinivel sin haber hecho parte de alguna clase de empleo.

Amway: los resultados indican que el 83% de las personas entrevistadas en Amway han trabajado o trabaja como empleado y 17% se encuentra en el Sistema Multinivel sin haber sido empleado.

Estos resultados dejan de manifiesto que quienes conocen la forma tradicional de trabajo, de una u otra manera busca nuevas oportunidades de desarrollo personal y económico, que pueden ser tomadas como únicas o complementarias y así cumplir sus expectativas de desarrollo de manera integral. Por otra parte está el porcentaje de personas que ha pasado a conocer el negocio del Multinivel. Las expectativas en las personas que no han trabajado como empleados son promovidas con mayor influencia por las organizaciones través de la visión que “venden”, mas cuando se compara con el mercado laboral tradicional que exige experiencia para hacer parte de él y donde las oportunidades son reducidas. Las personas se adhieren fácilmente a las alternativas propuestas que deja vislumbrar el Sistema del Multinivel, para que con experiencia como empleados o no visualicen la oportunidad de ser personas independientes.

- ✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 11 del cuestionario:**
¿Considera que formar su negocio como distribuidor independiente es mejor opción que ser empleado?

Esta es una pregunta que se complementa de forma abierta y deja de manifiesto las diversas razones que consideran los encuestados en la formación de su negocio independiente Multinivel, llegando de esa manera a deducir aspectos principales por los cuales las personas deciden hacer parte del Sistema.

Gráfico 17. ¿Considera que formar su negocio como distribuidor independiente es mejor opción que ser empleado?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según los resultados obtenidos, en la grafica anterior se tiene que 90% de los entrevistados responden afirmativamente a la pregunta planteada, las respuesta negativas son nulas, y frente a la opción de no sabe/ no responde se tiene un porcentaje del 2%, esta respuesta se puede entender, ya que algunas de las personas entrevistadas corresponden a distribuidores que recientemente hacen parte de este Sistema y por lo tanto no podrían opinar.

Amway: Los resultados indican que el 98% de los entrevistados consideran como favorable la opción de construir su negocio independiente en el Sistema Multinivel. Las respuestas negativas son nulas y en la opción no sabe/no responde se encuentra el 2% de los entrevistados, esta respuesta se puede justificar porque puede provenir de personas que recientemente inician en el negocio.

Esta pregunta se planteo de manera abierta para encontrar razones frente al por qué consideran que formar un negocio como distribuidor independiente es mejor opción que ser empleado, para lo cual se llego a obtener de manera general y resumida los siguientes resultados que se compactan en algunos aspectos como :

- **Autonomía.** Las personas trabajan para sí mismas y de su desempeño depende su crecimiento económico, su argumento radica en que pueden ser su propio jefe. Manejo de su propio negocio. Visualizan realización de sueños, futuro sin necesidades
 - **Horario propio.** La mayoría de las opiniones se centran en que pueden ser dueños de su tiempo, flexibilidad en el horario para realizar conjuntamente otras actividades, planifican sus tareas, pueden llegar a tener tiempo libre.
 - **Ingresos ilimitados.** Si trabajan con disciplina al construir su red de distribuidores lo bastante fuerte en un periodo aproximado de 5 años pueden obtener la libertad financiera, ganar más que un sueldo al trabajar para otros. Hay expectativas de crecer en el negocio.
 - **Servicio y ayuda a los demás.** Las personas se educan bajo la mentalidad de realizar un servicio, ayudar a la gente, tanto con los productos, como con el negocio.
 - **Desarrollo Personal.** Autoayuda a través de libros, audios, seminarios, todos encaminados. Escuchar historias de vida, que motivan y donde se recalca la disciplina y entrenamiento constante como la fuerza que no hace perder el camino, tener metas y objetivos con el negocio para ir alcanzando las metas personales, que en trabajos tradicionales no se tienen en cuenta. En esta cabe mencionar que en cada seminario o conferencia los oradores trabajan mucho la parte de los sueños y expectativas personales, para que estos sean sus por qué y no se detengan a pensar en los cómo.
- ✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 12 del cuestionario: ¿Cómo definiría su trabajo en la organización?**

Con esta pregunta se pretende establecer como es definida la actividad de venta en el Multinivel.

Gráfico 18. ¿Cómo definiría su trabajo en la organización?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Las respuestas obtenidas llevan datos de la siguiente manera: el 90% del total de los entrevistados en Herbalife califican su trabajo en la organización como divertido, seguido del 72% que califica su trabajo en la organización como interesante.

Amway: según los resultados se tiene que el 81% del total de los entrevistados en Amway califican el trabajo en el Sistema Multinivel de su organización como divertido y del total también se tiene que el 77% lo califican como interesante.

Con las respuestas obtenidas se puede deducir que la flexibilidad del negocio y las diversas herramientas que el Sistema Multinivel provee para desarrollar las actividades de comercialización y reclutamiento, a parte de las capacitaciones constantes, hace que el trabajo se torne divertido e interesante.

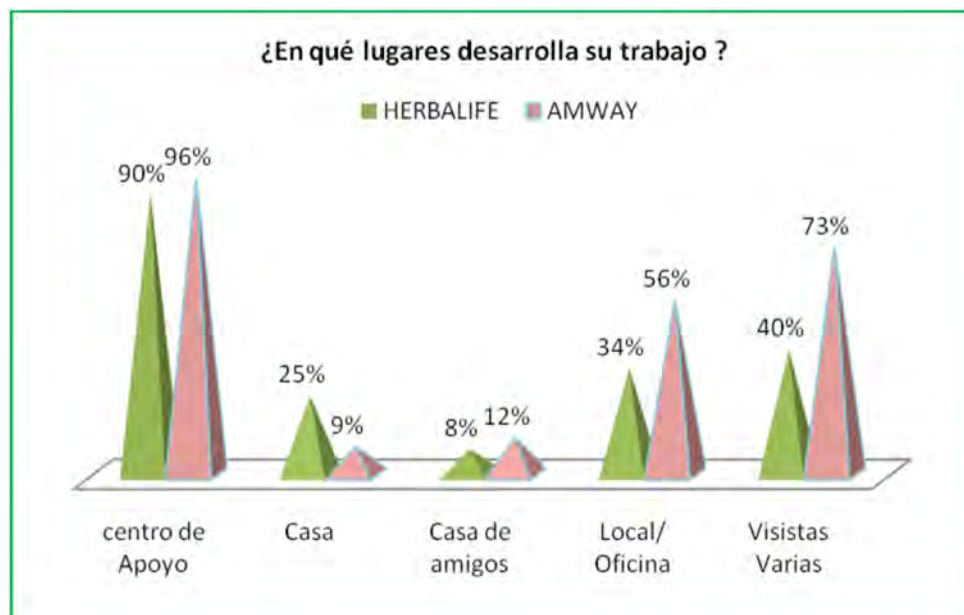
Es válido aclarar que los encuestados que consideran que esta labor es divertida, deben ser analizados desde la perspectiva en la cual los formatos de entrevistas se aplicaron al salir de algunos eventos, en la que se dio una fuerte dosis de motivación, por lo que las respuestas pueden estar influenciadas por ello.

Realizar las actividades de este negocio genera ciertos estímulos emocionales drásticos que tienden a cambiar rápidamente dependiendo de cómo esté funcionando el negocio y de si se alcanzan las metas propuestas o no.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 13 del cuestionario: ¿Qué lugares son los más utilizados para desarrollar su trabajo?**

La pregunta planteada busca identificar cuáles son los lugares más utilizados para desarrollar las actividades del negocio, tanto en venta como en reclutamiento. De esta variable se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico 19. ¿En qué lugares desarrolla su trabajo?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según la grafica anterior se puede deducir que existe una multiplicidad de lugares donde se desarrollan las actividades como: el centro de apoyo, (oficina de la organización y/o clubes de nutrición) calificado con el 90% del total de entrevistados en Herbalife. Seguido esta el 40%, donde el sitio para realizar las actividades del negocio es a través de visitas varias. El 34% del total realiza las actividades en el local u oficina. El 25% de los entrevistados proyectan su negocio desde su casa, el 8% utilizan lugares como la casa de amigos para presentar y desarrollar las actividades de su negocio.

Amway: Los resultados dan a conocer que el 96% del total de entrevistados en esta organización utilizan el centro de apoyo (Cámara de Comercio Ciudad de Pasto). El 73% de los entrevistados también alternan la realización de su negocio a través de visitas varias. El 56% lo realizan en su Local u oficina, el 12% de los entrevistados desarrollan su negocio en la casa de amigos, y finalmente el 9% o realiza desde su casa.

Los lugares más utilizados estratégicamente por las dos organizaciones para desarrollar el negocio son: los centros de apoyo, visitas varias y el local u oficina.

Herbalife diversifica mucho más la utilización de los medios para presentar el producto o el negocio. (Promueve mayor campo de acción). La organización de Amway utiliza más el Local u oficina, y el centro de apoyo para desarrollar el negocio.

Los centros de apoyo son los más utilizados para desarrollar el trabajo, se puede argumentar según lo observado que esto se realiza principalmente porque son lugares donde se articulan ciertas estrategias de venta y reclutamiento que llaman la atención, principalmente por el cuidado en los detalles, por la motivación, y apoyo con testimonios

que se logra desde allí, entre otros aspectos que se cuidan con precisión para que funcione el Sistema de trabajo con bastante eficacia. Si bien es cierto, los centros de apoyo son muy utilizados por los distribuidores Independientes, los líderes de las organizaciones promueven a través de las capacitaciones que se fortalezcan en los centros de apoyo, mas no dependan del mismo, quizá por esa razón tiene un porcentaje participativo las visitas varias y el local u oficina, donde los distribuidores aprenden a comercializar los productos o dar a conocer la oportunidad de negocio de manera independiente.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 14 del cuestionario: ¿Cómo califica los siguientes Sistemas de entrenamiento?**

Con el planteamiento de esta pregunta se indaga sobre los temas de capacitación mejor orientados en la medida en que son positivamente calificados por las personas que los reciben.

Tabla 7. ¿Cómo califica los siguientes factores de entrenamiento dentro del Sistema de capacitacion?

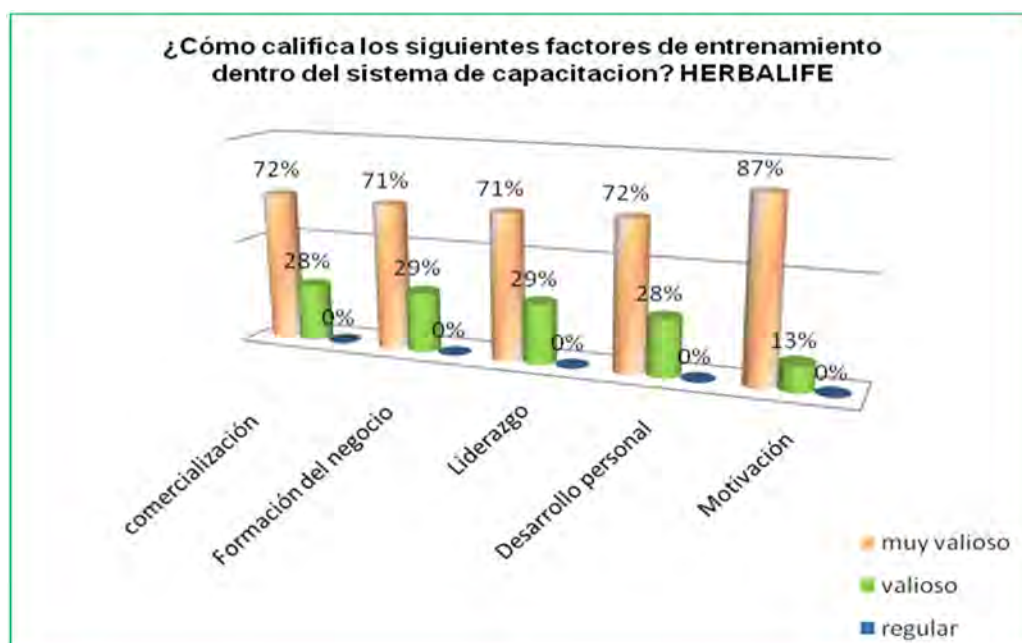
Factores	HERBALIFE			AMWAY		
	muy valioso	valioso	regular	muy valioso	valioso	Regular
comercialización	72%	28%	0%	41%	49%	10%
Formación del negocio	71%	29%	0%	76%	24%	0%
Liderazgo	71%	29%	0%	91%	9%	0%
Desarrollo personal	72%	28%	0%	96%	4%	0%
Motivación	87%	13%	0%	100%	0%	0%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Escala de calificación: 1 es muy valioso. 2 es valioso. 3 es regular. 4 es menos valioso. 5 es nada valioso.

La pregunta se planteo con el propósito de calificar el Sistema de entrenamiento bajo algunos factores puntuales. Se postula un nivel de calificación sobre el cual evaluar los factores propuestos. Los resultados indican que los dos últimos niveles (menos valioso y nada valioso) tienen resultados nulos por lo tanto no se expresan ni en la tabla que contiene la información, ni en las graficas, esto también se hace por efectos de espacio. Para mejor interpretación de los datos, en esta pregunta, se presentan graficas distintas con los resultados encontrados de cada organización, para luego llegar a una conclusión general.

Gráfico 20. ¿Cómo califica los siguientes factores de entrenamiento dentro del Sistema de capacitación? HERBALIFE



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según los resultados se tiene la siguiente información de acuerdo al nivel de calificación más alto porcentualmente obtenido por cada factor dentro del Sistema de capacitación propuesto para ser evaluado:

Motivación: El 87% del total califica como muy valioso el Sistema de capacitación frente a este factor, el 13% lo califica como valioso y la calificación como regular es nula.

Desarrollo personal: El 72% califican como muy valioso el Sistema de capacitación en este factor. El 28% lo califica como valioso y en la categoría de regular el resultado es nulo.

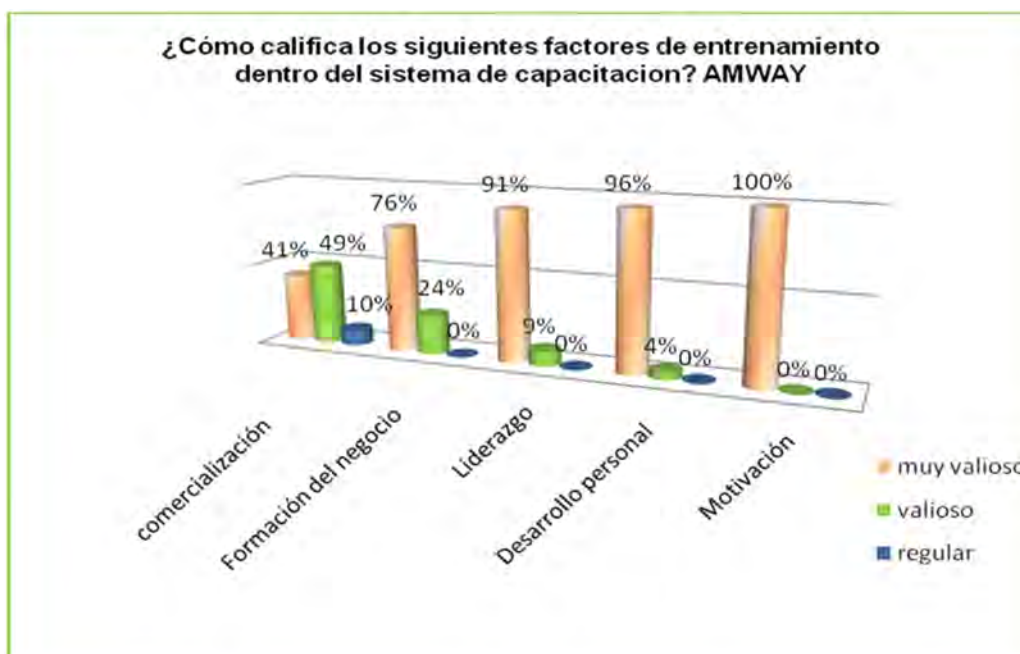
Comercialización: El 72% del total califica la parte de entrenamiento sobre comercialización como muy valioso, el 28% lo califica como valioso, el nivel regular tiene un valor nulo.

Formación del negocio: El 71% califica como muy valioso el Sistema de capacitación que promueve este factor de conocimiento, el 29% lo califica como valioso y como regular el resultado es nulo.

Liderazgo: El 71% del total de entrevistados califican el Sistema de capacitación en este ámbito como muy valioso, el 29% lo califican como valioso y el nivel de calificación regular es nulo.

Los resultados indican que Herbalife como organización Multinivel en la Ciudad de Pasto se destaca efectivamente con su Sistema de entrenamiento, los factores planteados han sido muy bien evaluados por los entrevistados. Algo que se puede evidenciar es la fortaleza de la organización en el Sistema de capacitación en cuanto a “motivación”, “desarrollo personal” y “comercialización”. Este último es bien evaluado por los entrevistados siendo coherente con el argumento de que las personas ofrecen un servicio personalizado debido a la naturaleza y enfoque de sus productos de la Compañía.

Gráfico 21. ¿Cómo califica los siguientes factores de entrenamiento dentro del Sistema de capacitación? AMWAY



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Amway: Según los resultados se tiene la siguiente información de acuerdo al nivel de calificación más alto porcentualmente obtenido por cada factor dentro del Sistema de capacitación propuesto para ser evaluado:

Motivación: El 100% del total califica como muy valioso el Sistema de capacitación en este factor, teniendo calificación nula en los demás niveles. .

Desarrollo personal: El 96% del total califica como muy valioso el Sistema de capacitación en este aspecto. El 28% lo califica como valioso y en la categoría de regular el resultado es nulo.

Liderazgo: El 91% del total de entrevistados califican el Sistema de capacitación en este ámbito como muy valioso, el 9% lo califican como valioso y el nivel de calificación regular es nulo.

Formación del negocio: el 76% califica como muy valioso el Sistema de capacitación que promueve este factor de conocimiento, el 24% lo califica como valioso.

Comercialización: El 41% del total califica la parte de entrenamiento sobre comercialización como muy valioso, el 49% lo califica como valioso y el 10% como regular.

La organización de Amway en la Ciudad de Pasto deja ver factores positivos en su Sistema de entrenamiento al igual que la organización de Herbalife. Amway se destaca en el factor de capacitación que trata acerca de la “motivación”, el “desarrollo personal”, el “liderazgo” y la “formación del negocio”, sin embargo se encuentran debilidades que se manifiestan en los resultados y es la parte de “comercialización”, estos último factor indican no satisfacer totalmente las expectativas de los evaluados, ya que hay resultados porcentuales en nivel regular. Se puede interpretar este resultado teniendo en cuenta que la visión de la organización radica en la formación de la organización personal (se presenta directamente la oportunidad de negocio y no se hace profundidad en la venta directa) y por esa razón el enfoque de las capacitaciones no está orientado a la comercialización.

Según los datos obtenidos en esta variable y por medio de la observación que se logro hacer al Sistema de trabajo tanto en Amway como en Herbalife se concibe que son Sistemas que están muy bien enfocados en la importancia de la capacitación como eje central para lograr el crecimiento personal, esto es congruente teniendo en cuenta que su filosofía radica en “desarrollar al ser humano” para que paulatinamente se obtengan ingresos a corto, mediano y largo plazo y la relación entre la Compañía y sus distribuidores sea de “ganar-ganar”. Para estas organizaciones el secreto no está en producto sino en la persona.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 15 del cuestionario: ¿Cuál es la habilidad que MÁS ha desarrollado por el apoyo de la organización?**

Esta pregunta pretende conocer qué habilidad ha sido desarrollada con mayor profundidad por las personas que desarrollan el negocio del Multinivel a través del apoyo de la organización. En la grafica siguiente se muestran los resultados:

Gráfico 22. ¿Cuál es la habilidad que más ha desarrollado por apoyo de la organización?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según los datos reflejados en el gráfico anterior se tiene que la habilidad que más han desarrollado los distribuidores por medio de la organización es la “habilidad de comercialización”, representado con un 42%, seguido de las habilidades de “liderazgo” con un 39% y finalmente el poder de negociación y persuasión con el 19%.

Los resultados obtenidos en esta pregunta son coherentes en cuanto que, en la pregunta que indagaba sobre el factor de capacitación mejor evaluado estaba la “comercialización”, bajo esas premisas se contrasta la información donde los entrevistados manifiestan haber desarrollado la “habilidad de la comercialización”, a través del apoyo de la organización.

Amway: los resultados presentados en la grafica anterior indican que la habilidad que más han desarrollado los distribuidores es el “liderazgo”, esto se representa con el 59%, seguidamente se encuentra con el 25% el desarrollo de la habilidad “poder de negociación y persuasión”, y finalmente con el 16% se encuentra el desarrollo de habilidad sobre “comercialización. Las personas entrevistadas en Amway manifiestan con sus resultados la influencia al desarrollar habilidades enfocadas al liderazgo.

Según el análisis realizado frente a estos aspectos y con ayuda de la observación realizada se puede argumentar que los líderes de las organizaciones buscan fortalecer al máximo este tipo de habilidades, principalmente en los nuevos distribuidores. Como se evidencio en la pregunta anterior que trata acerca de los Sistemas de entrenamiento, se tiene que estos son muy valiosos para los distribuidores y eso ayuda a que las personas se preparen emocionalmente en estos aspectos.

Una de las estrategias para lograr que las personas “evolucionen” personalmente es hablar de manera abierta clara sobre paradigmas frente al Sistema, de cómo enfrentar

diferentes tipos de personalidades y lograr persuadir de manera efectiva a la hora de cerrar una venta o una persona interesada en el negocio, la expectativa con ello es que las personas pierdan sus miedos y reconozcan sus fortalezas.

En la tercer parte de la encuesta se presenta la tabla 8 que indica de manera resumida la información que se ha logrado obtener acerca de la formación y desarrollo personal en la organización.

Tabla 8: Datos relevantes de la encuesta “Formación y desarrollo personal en la organización”

Resultados predominantes y similares encontradas en Herbalife y Amway	Resultados particulares		Concepto
	HERBALIFE	AMWAY	
¿HA SIDO, O ES EMPLEADO?: Las personas han experimentado el trabajo en el Sistema tradicional.	El porcentaje de personas que NO han hecho parte de un empleo es superior en comparación con Amway.	Son más las personas que conocen el Sistema de trabajo a través de un empleo.	Las personas que han hecho parte del Sistema tradicional a través de una trabajo, tienen experiencia en el mismo y por lo tanto han forjado la expectativa de conocer y hacer parte de una alternativa más, que puede ser única o complementada a la vez que puede satisfacer nuevas expectativas, de independencia. Las personas que no han tenido un empleo son guiadas por los líderes de las organizaciones para que visualicen la oportunidad de ser independientes.
¿Considera que formar su negocio como distribuidor independiente es mejor opción que ser empleado?: Se manifiestan razones como: Autonomía, Horario propio. Ingresos ilimitados, servicio y ayuda, Desarrollo Personal.	Son similares en cuanto a las expectativas contempladas.	Son similares en cuanto a las expectativas contempladas.	La perspectiva de alcanzar la realización integral tanto en la parte personal como financiera hace que las personas se adhieran fuertemente al Sistema Multinivel y trabajen por conseguirlo.

¿Cómo definiría su trabajo en la organización?: Divertido e interesante.	Las personas califican mas el aspecto “divertido”	Las personas califican mas el aspecto “interesante”	Las diversas herramientas que el Sistema Multinivel provee para desarrollar las actividades de comercialización y reclutamiento, a parte de las capacitaciones constantes, hace que el trabajo se torne divertido e interesante.
Lugares utilizados para desarrollar el negocio: Los centros de apoyo, visitas varias y el local u oficina.	Diversifica mucho más la utilización de los medios para presentar el producto o el negocio.	Para desarrollar el negocio es más utilizado el Local u oficina, y el centro de apoyo (Cámara de Comercio) en comparación con Herbalife.	La organización de Herbalife utiliza el mayor número de lugares posibles para ampliar su campo de acción, la organización de Amway es un poco más reservada en la forma de llegar a las personas.
Factores predominantes dentro del Sistema de capacitación: Motivación, desarrollo personal, liderazgo, formación del negocio y comercialización.	El conocimiento técnico sobre los productos no es prioridad. Se enfatiza en capacitar sobre tácticas de comercialización	El conocimiento técnico sobre los productos no es prioridad. La organización da prioridad al conocimiento sobre la formación del negocio. (personas de la red que consuman los productos)	Los Sistemas de capacitación de ambas organizaciones manejan ámbitos similares en los cuales se enfocan principalmente a desarrollar al ser humano.
Habilidades desarrolladas en las organizaciones Multinivel: Liderazgo, habilidades de comercialización y negociación.	Las personas desarrollan mas habilidades sobre comercialización	Las personas desarrollan mas habilidades sobre liderazgo	La expectativa de los líderes de las organizaciones es que las personas, principalmente nuevas en el negocio, reconozcan sus miedos y los superen asertivamente.

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

En forma de conclusión, en la tercer parte de la encuesta que busca reconocer aspectos sobre la formación y desarrollo del negocio se tiene la siguiente información:

La mayoría de los entrevistados han hecho o hacen parte del Sistema tradicional mediante el empleo, consideran la importancia del Sistema Multinivel como una oportunidad de negocio independiente por razones como la autonomía, horario propio, ingresos ilimitados, desarrollo personal, servicio y apoyo a otras personas. El desarrollo del negocio se califica como algo divertido e interesante y las actividades se desarrollan

principalmente en los centros de apoyo, local u oficina y a través de visitas varias, el Sistema de capacitación se concentra en motivación, desarrollo personal, liderazgo, desarrollo de habilidades de negociación y comercialización.

3.3.4 Respuestas obtenidas en la parte IV de la encuesta “aspectos sobre el desarrollo del negocio”. Con el planteamiento de estas preguntas se examinan específicamente aspectos sobre el desarrollo del negocio y lo que ello contempla en su realización. A continuación se dan a conocer cada una de las preguntas con sus resultados y análisis.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 16 del cuestionario: ¿Cuánto tiempo lleva realizando el negocio?**

Con esta pregunta se busca identificar el tiempo que llevan los entrevistados en la realización del negocio en el contexto bajo el cual se plantea esta investigación.

Gráfico 23. ¿Cuánto tiempo lleva realizando el negocio? (en Pasto)



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: En los datos indicados anteriormente se puede apreciar que el 49% de los distribuidores independientes se encuentran vinculados a la organización entre 1 y 2 años, seguido del 36% que se encuentran vinculados menos de un año. El 12% de los entrevistados se encuentran entre 2 y 4 años dentro de la organización, y el 4% llevan realizando el negocio más de 4 años. El mayor porcentaje de personas entrevistadas permanencia en la organización entre 1 y 2 años.

Amway: los resultados indican que: el 33% de los entrevistados desarrollan el negocio entre 2 y 4 años, el 30% desarrollan el negocio en un rango de tiempo de 1 a 2 años. El 24% de los entrevistados desarrolla el negocio menos de un año y el 13% desarrolla este

negocio más de 4 años. La mayor cantidad de personas entrevistadas hacen parte de la organización, en un periodo de tiempo comprendido entre 2 y 4 años.

Los porcentajes más altos, es decir el 49% para Herbalife y 33% para Amway indican de manera general que el periodo de tiempo en el que más se concentra la participación de las personas entrevistadas en estas organizaciones es entre 1 y 2 años y 2 y 4 años respectivamente.

Las organizaciones Herbalife y Amway llevan una trayectoria corta en la Ciudad de Pasto y han empezado a tener auge relativamente hace muy corto tiempo. Las personas que llevan en el Sistema más de 2 años, son por lo general personas que se han convertido en líderes de las organizaciones y de ellos depende la fortaleza actual del Sistema en la Ciudad de Pasto, porque son personas que inspiran por su perseverancia en el negocio y los resultados en el mismo.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 17 del cuestionario: ¿cuál es el nivel de calificación que ha alcanzado dentro del plan de mercadeo de la compañía?**

A través de esta pregunta se busca indagar sobre los niveles de descuentos y reconocimientos en bonos que han logrado alcanzar las personas que realizan el negocio del Multinivel tanto en Herbalife como en Amway. La tabla siguiente se divide en tres partes principales con el propósito de indicar el porcentaje de personas en cada nivel en tres niveles específicos, el primero consiste en identificar las personas que han alcanzado **“Descuento por volumen de ventas personales”**, el segundo nivel identifica **“Bonificación por desempeño de la organización personal”** y el tercer nivel contempla **“Descuentos mas Reconocimientos”**.

Es importante anotar que el plan de calificación de cada organización es diferente, sin embargo se buscó homogeneizar los distintos descuentos y reconocimientos para lograr visualizar tres niveles principales hasta donde se ha llegado en la Ciudad de Pasto.

Tabla 9. Posiciones del Multinivel Herbalife y Amway alcanzados en la Ciudad de Pasto

HERBALIFE		AMWAY	
Nivel de calificaciones y % descuento	% de Personas en cada nivel	Nivel de calificaciones y % descuento	% de Personas en cada nivel
Nivel 1: Descuento por volumen de ventas personales.			
Distribuidor 25%	26%	% Descuento 25%	19%
Consultor mayor 35%	14%	% Descuento 30%	14%
Constructor del éxito 42%	14%	% Descuento 42%	4%
Productor calificado 42%	12%		
Nivel 2: Bonificación por desempeño de la organización personal			
Esta bonificación se hace efectiva dependiendo del nivel de descuento por ventas que tenga cada persona. En esta compañía no se evidencia el porcentaje de bonificación en el plan de mercadeo, por lo tanto se pasa al tercer nivel siguiendo la secuencia del plan de mercadeo manejado por la compañía.			
		9% Descuento * Desempeño	23%
		12% Descuento * Desempeño	6%
		15% Descuento * Desempeño	3%
		18% Descuento * Desempeño	7%
		21% Descuento * Desempeño	10%
Nivel 3: Descuentos + Reconocimientos			
Mayorista 50% de descuento + calificación a eventos especiales de la compañía.	24%	PLATA Beneficios por % Descuento + % de desempeño Org. Distintivo Plata. Carta de felicitación de Amway Colombia, Reconcomiendo en la revista Amway	6%
EQUIPO DEL MUNDO Todos los beneficios del Mayorista y su organización. Certificado personalizado de Equipo del Mundo. Un PIN de equipo del Mundo. Sesiones especial de capacitación y planeación. Calificar para promociones especiales de la Compañía.	8%	ORO Beneficios por % Descuento + % de desempeño Org. Distintivo oro. Carta de felicitación de Amway Colombia. Reconocimiento en la Revista Amway.	0%

PLATINO Beneficios por % Descuento + % de desempeño Org. Distintivo platino. Carta de felicitación de Amway Colombia. Invitación al seminario de Nuevos. Platinos con gastos pagos por Amway Colombia. 5%

		Reconocimiento en la revista de Amway. La etapa de liderazgo inicia en esta etapa.	
		RUBÍ Beneficios por % Descuento + % de desempeño Org. Distintivo Rubí. Diploma Rubí. Carta de Felicitación de Amway Colombia. Reconocimiento en la Revista Amway.	2%
	2%	PLATINO FUNDADOR Beneficios por % Descuento + % de desempeño Org. Distintivo platino Fundador. Diploma Platino Fundador. Carta de Felicitación de Amway Colombia Reconocimiento en La revista Amway.	2%
EQUIPO DE EXPANSIÓN GLOBAL Esta categoría indica que el mayorista a desarrollado una fuerte y activa base de mayoristas descendentes y ha demostrado su disposición a tomar un papel de Liderazgo dentro de Herbalife y gana ese estatus. Al alcanzar cada nuevo nivel se le permitirá participar entrenamientos avanzados, ganar bonos de producción y calificar para reconocimientos especiales e incentivos			

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Según los datos presentados en la tabla anterior se tienen los siguientes resultados:

- **Nivel 1: Descuento por volumen de ventas personales.** En este nivel se tuvieron presentes los porcentajes de descuento con los cuales inicia el negocio y hasta donde es el límite de los mismos, donde posterior o paralelamente se avanza a obtener reconocimientos y bonos por el desempeño presentado. La tabla anterior indica que en este nivel es donde más personas se encuentran realizando el negocio del Multinivel en Herbalife. Allí, esta aproximadamente el 66% del total de entrevistados (el total de la muestra para Herbalife es de 134 personas). Por su parte, la tabla indica que en la organización de Amway se encuentra el 37% de las personas entrevistadas (el total de la muestra para Amway es 135 personas). Los datos en este primer nivel indican que las personas se encuentran obteniendo ingresos producto de la venta directa, y van avanzando paulatinamente a los siguientes niveles.

Es válido resaltar que las personas que están en ese primer nivel pueden obtener a la vez ingresos por desempeño de la organización personal, no únicamente deben haber llegado al límite de descuento para comenzar a obtener beneficios. Sin embargo al encontrarse en ese nivel lo que se demuestra es que aún faltan puntos de volumen adquiridos para pasar al siguiente nivel

- **Nivel 2: Bonificación por desempeño de la organización personal.** En este nivel se tomo los datos presentados en el plan de mercadeo de Amway. este nivel indica las bonificaciones que pueden obtener las personas por su organización personal, es decir, por las personas que se hayan afiliado bajo su línea de auspicio y estén realizando pedidos directamente a la compañía, de tal manera que genera ingresos residuales a la persona que inicia la red, a las vez que produce ingresos lineales a las personas que inician el negocio. El porcentaje de personas que se encuentran en este nivel es del 49% para Amway. Aunque Herbalife también tienen el sistema de bonificación por desempeño organizacional desde las primeras etapas no lo evidencia en el plan de mercadeo al igual que Amway.

- **Nivel 3: Descuentos + Reconocimientos.** Este nivel indica el rango más alto alcanzado el plan de mercadeo de Herbalife y Amway de manera solida. Principalmente resalta a personas reciben beneficios por desempeño personal y por la organización personal, esto también unido al liderazgo obtenido a lo largo del proceso de desarrollo del negocio tanto en tiempo de permanencia como en la amplitud de la red de distribuidores. En este nivel, en la organización de Herbalife en Pasto se distinguen 3 subdivisiones. La primera deja evidenciar la posición de mayorista con el 24%. Llegar a esa posición implica un avance importante en la organización, ya que es allí donde se fortalece el negocio con ingresos lineales y residuales, además las personas califican a eventos especiales de la compañía. Seguido se encuentra el reconocimiento denominado “**equipo del mundo**”, con un 8% del total encuestado en esta compañía, este reconocimiento, permite obtener todos los beneficios del Mayorista y su organización. Certificado personalizado de Equipo del Mundo. Un PIN de equipo del Mundo. Sesiones especial de capacitación y planeación. Calificar para promociones especiales de la Compañía. Finalmente está el nivel más alto logrado en el plan de mercadeo de Herbalife en la ciudad de Pasto, denominado “**equipo de expansión global**”. Se representa con el 2%. En esta categoría las personas se destacan en la compañía por su liderazgo, indica que el mayorista a desarrollado una fuerte y activa base de mayoristas descendentes y ha demostrado su disposición a tomar un papel de Liderazgo dentro de Herbalife y gana ese estatus. Al alcanzar cada nuevo nivel se le permitirá participar entrenamientos avanzados, ganar bonos de producción y calificar para reconocimientos especiales e incentivos

Por su lado Amway tiene sus categorías dentro de este tercer nivel que se diseño para ordenar la información de la investigación de la siguiente manera: está el reconocimiento como “Empresario Amway **Plata**”, donde ha sido alcanzado por el 6% del total de entrevistados en la organización, también están los “Empresarios Amway **Oro**”, que ha sido un reconocimiento alcanzado por el 0% Están los “Empresarios Amway, **Platino**”, reconocimiento alcanzado por el 5%. También se encuentran las personas que han alcanzado el nivel de “Empresarios Amway **Rubí**” con el 2% y finalmente se encuentra el nivel más alto dentro de la Ciudad de pasto, que es el nivel de “Empresarios Amway Platino Fundado. De manera general el 15% de las personas entrevistadas que se encuentran en este nivel obtienen beneficios por desempeño personal, desempeño de la organización y reconocimientos para participar en eventos especiales de la compañía. Las personas de este nivel actualmente son los líderes de la organización Amway en Pasto.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 18 del cuestionario: ¿Le ha sucedido alguna de estas situaciones?**

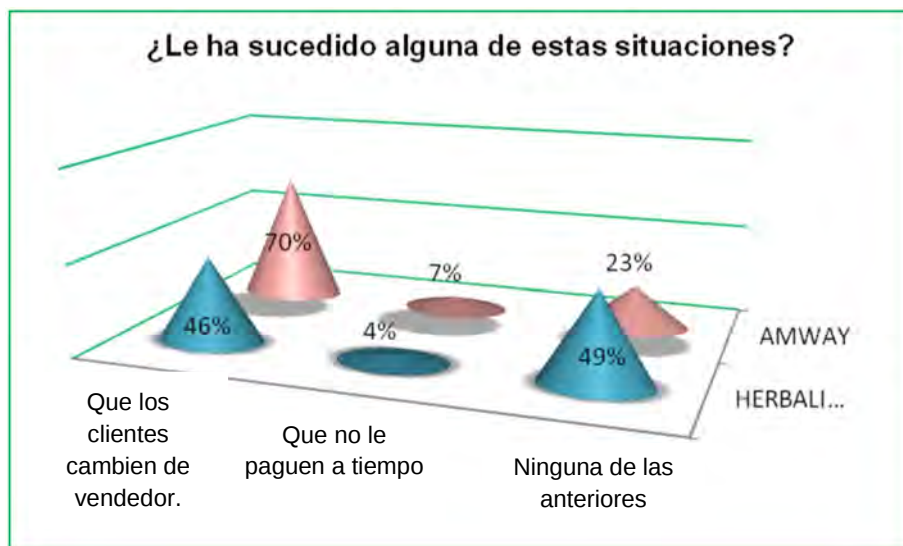
Esta pregunta se aplico con el propósito de conocer a que riesgos se ven expuestos los distribuidores en la comercialización.

Tabla 10. ¿Le ha sucedido alguna de estas situaciones?

	HERBALIFE	AMWAY
Que los compradores cambien de vendedor	46%	70%
Que no le paguen los productos	0%	0%
Que no le paguen a tiempo	5%	7%
Que le devuelvan el producto	0%	0%
Que haya muchos distribuidores en una zona particular	0%	0%
ninguna de las anteriores	49%	23%
	100%	100%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 24. ¿Le ha sucedido alguna de estas situaciones?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según los resultados se encuentra que: El 49% del total de entrevistados en Herbalife no se han visto expuestos a situaciones como las planteadas como opción de respuesta en esta variable, el 46% de personas entrevistadas se ha expuesto a que “los clientes cambien de vendedor”, y el 4% se ha enfrentado a la situación que “no le paguen a tiempo”.

Amway: los resultados en la grafica indican que el 70% de las personas entrevistadas se han visto expuestos a que “los clientes cambien de vendedor”, el 23% dejan de manifiesto que no se han enfrentado a ninguna de las situaciones planteadas en esta variable, y el 7% de los entrevistados se ha expuesto a que no le paguen a tiempo.

Como características comunes y de peso a las que se ven expuestas las personas entrevistadas en ambas organizaciones es que los clientes cambien de vendedor, esta respuesta se puede interpretar como la falencia en el “seguimiento” que consiste en estar pendiente de los resultados alcanzados con los productos, de actualizar información, dar a conocer nuevos productos, etc. Por otra parte también se puede deducir que a pesar de que las casa matriz de cada organización Multinivel aquí construida ha implementado unos códigos de ética que regulen el actuar de cada uno de los distribuidores que se afilien a ellas no se respetan cabalmente. Uno de los ejemplos es que, si un distribuidor ya tiene sus clientes otros distribuidores no pueden vender, ese es un aspecto que debe ser indagado al cliente potencial previo a la venta.

Por otra parte es importante resaltar que dentro de las “normas” de funcionamiento del negocio está el hecho de no dar a crédito los productos, sin embargo las personas demuestran con los resultados que suelen hacerlo y esa situación dificulta avanzar en el negocio, incluso afecta la imagen de formalidad del mismo.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 19 del cuestionario: ¿De dónde obtiene el dinero para realizar sus pedidos?**

En esta pregunta se indaga sobre el nivel de compromiso financiero al cual están sujetos los distribuidores que gestionan su negocio independiente a través del Sistema Multinivel.

Gráfico 25. ¿De dónde obtiene el dinero para realizar sus pedidos?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Los resultados indican que el 76% de los distribuidores recurren a reinvertir en el negocio los ingresos que son producto del desarrollo del negocio. El segundo lugar le corresponde a los créditos bancarios y la inversión de ahorros personales con el 22%, y el 4% de los entrevistados recurren a ahorros familiares para realizar sus pedidos.

Amway: los resultados indican que el 73% de los entrevistados recurre a reinvertir los ingresos producto del negocio para realizar sus pedidos, el 27% de los entrevistados realiza pedidos a través de sus ahorros personales, el 7% realiza ha recurriendo a créditos bancarios y finalmente el 5% hace sus pedidos por medio de ahorros familiares.

Los resultados indican de manera general que los distribuidores hacen uso de sus ingresos producto del negocio para invertir en el mismo. Una vez las personas arrancan con el negocio, estas son capacitadas con disciplina dentro de la organización frente a la “capitalización del negocio”, por esa razón se identifica notoriamente mediante los resultados que en ambas organizaciones las personas reinvierten los ingresos que surgen del mismo.

También se tiene que la inversión que se realiza es producto de créditos bancarios, en cierta medida se plasma la idea de emprendimiento al arrancar con un capital invertido en un producto y que a través de la comercialización se van ganando ingresos.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 20 del cuestionario:
ventajas que le ofrece este trabajo**

Con esta pregunta se pretende reconocer las ventajas percibidas por los distribuidores acerca del negocio. Obteniendo los siguientes resultados:

Gráfico 26. Ventajas que le ofrece este trabajo



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: De acuerdo a la información presente en la grafica se puede establecer que entre las ventajas que resaltan los distribuidores está: En primer lugar con el 97% de los resultados, el “poder hacer esta actividad al mismo tiempo que otras”. Los ingresos son calificados como una de las ventajas del negocio, con el 79%. El hecho de no tener horario también es calificado por los distribuidores con una ventaja, esto con el 48%. Por otra parte esta el 29% del total califican como una de las ventajas los bajos costos.

Amway: Los resultados de la grafica indican que una de las principales ventajas percibidas por los distribuidores es poder hacer este trabajo al mismo tiempo que otras actividades, esto se da conocer por el 93% del total de los entrevistados, seguidamente se encuentra el 90%, donde se califica como ventaja los ingresos. El 75% de los entrevistados plantean como ventaja el horario y el 47% perciben la ventaja de realizar este trabajo por los bajos costos.

Tomando en cuenta el mayor porcentaje en estos resultados se podría explicar el por qué las personas colocan sus expectativas en este tipo de negocios, ya que puede ser realizado a la vez que se realizan otras actividades. La flexibilidad de tiempo permite desarrollar las actividades del negocio mientras que, en otro lapso de tiempo se desempeñan otras actividades y eso es previsto como una de las ventajas que les proporciona desarrollar este negocio. Los ingresos que ofrece el Sistema Multinivel (pueden ser ingresos lineales o residuales), son un buen atrayente dentro de los distribuidores. La flexibilidad en el horario y los bajos costos también se tienen en cuenta como ventajas dentro del Sistema Multinivel, ampliando así la oportunidad de avanzar en el mismo.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 21 del cuestionario: ¿Cómo considera la situación de ventas el año pasado?**

Es importante establecer como son consideradas las ventas en el año pasado (2011), con el objetivo de determinar que tan Productivos se tornaron los resultados obtenidos con la realización de las actividades comercialización.

Gráfico 27. ¿Cómo considera la situación de ventas el año pasado?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Los resultados obtenidos indican que el 63% de los entrevistados califican la situación de venta directa en el año pasado como buenas, seguido del 29% que la califican como muy buenas, y por otra parte esta el 8% de los entrevistados que califican la situación de ventas como regulares.

Amway: Los resultados obtenidos indican que el 68% de los entrevistados consideran la situación de ventas en el año pasado como buenas, el 18% califican esta situación como muy buenas y el 14% de los entrevistados califican la situación de ventas como regulares.

Herbalife y Amway de manera general han obtenido resultados “buenos” en las ventas, las expectativas al tener información sobre esta variable es conocer como se perciben los ingresos lineales, los cuales se generan producto de la venta directa y que más adelante también serán complementados con el nivel aproximando de ingresos residuales obtenido por cada persona a través de su organización personal.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 22 del cuestionario: ¿A cuántas personas asciende su organización?**

Con el planteamiento de esta pregunta se busca conocer si el negocio se está fortaleciendo con distribuidores, es decir, si la red de distribuidores se está construyendo y

ampliando, ya que la rentabilidad del negocio se ve reflejada en la medida que más personas formen de su propia organización, de esa forma se perciben ingresos residuales.

Tabla 11. ¿A cuántas personas asciende su organización personal?

Personas en la organización personal	HERBALIFE	AMWAY
menos de 10	20%	25%
De 10 a 20	31%	39%
De 20 a 30	8%	16%
De 30 a 40	14%	10%
De 40 a 50	12%	4%
De 50 a 60	9%	4%
Más de 60	6%	3%
Total	100%	100%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 28. ¿A cuántas personas asciende su organización personal?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Los resultados de la grafica indican que el 31% de los entrevistados tienen construido una red de distribución comprendida entre 10 y 20 distribuidores que conforman la organización personal, seguido del 20% que comprenden una organización de menos de 10 personas, en tercer lugar está el 14%, con una organización personal de entre 30 y 40 personas, por su parte el 12% de los entrevistados hacen referencia a tener

una organización conformada en un rango de 40 a 50 personas. El 9% de los entrevistados tienen una organización conformada entre 50 y 60 personas. El 8% han construido una organización en un rango de 20 a 30 personas y finalmente el 6% tienen una organización personal de más de 60 personas.

Amway: De acuerdo con los datos presentados en las graficas se tiene que el 39% de los entrevistados tienen construido una red de distribuidores entre 10 y 20 personas, el 25% tiene una organización personal de menos de 10 personas. 16% de los entrevistados ha construido una red de distribuidores en un rango de 20 a 30 personas, el 10% ha construido una organización 30 a 40 personas. Por otra parte un 4% a construido una red de distribuidores personal de 40 a 50 personas y en el mismo porcentaje se encuentran las personas con su organización personal de 50 a 60 personas, finalmente se encuentran las personas que han construido su organización con más de 60 personas.

Vale aclarar que, las personas cuentan en promedio el número de personas que están registradas y donde ellos son los patrocinadores directos, porque las personas que ellos patrocinan pueden patrocinar a otras de manera exponencial y por ello se dificulta conocer con exactitud las personas que hacen parte de la organización personal, a demás se debe contar que no todas las personas que se registran hacen el negocio de manera formal, incluso hay personas que se registran y no se contactan mas con la persona que las registro. Entonces, la construcción de estas organizaciones (red de distribuidores) es real en la medida que a través de ellas las personas a la cabeza de la misma puedan recibir ingresos residuales, producto de las actividades de negocio realizadas, es decir por las personas que se patrocinan y que realizan pedidos directamente a la compañía, ya sea para consumo y/o comercialización, estas situaciones se van compensando en la medida en que las personas patrocinadas guíen a personas con deseos de hacer el negocio y comience a realizar pedidos y así por toda la red que se va construyendo.

Las personas entrevistadas en ambas organizaciones coinciden en mayor porcentaje en tener construida una red de distribuidores de 10 a 20 personas. Los resultados indican de manera general que entre mayor es el numero porcentual de personas que hacen parte de un determinado nivel en el plan de mercadeo, menor es el número de personas patrocinadas de manera directa, (Red de distribuidores), esto se puede explicar porque en los niveles más bajos del plan de mercadeo se concentran personas nuevas en el negocio.

Tomando los datos desde donde se ha construido una red de 50 personas en adelante, aunque el porcentaje es relativamente pequeño (15% para Herbalife y 7% para Amway) se puede deducir que son personas que han logrado acumular conocimiento y experiencia en el negocio y por ende han desarrollado las habilidades necesarias que les permite ampliar su red de distribuidores y ser reconocidos por su liderazgo alcanzando mayores reconocimientos dentro del Sistema de mercadeo de cada compañía. Esta afirmación es congruente al confrontarse con la información donde se indaga sobre el tiempo que las personas llevan desarrollando el negocio, donde relativamente es mínimo el valor porcentual (4% Herbalife y 13% Amway) de los distribuidores llevan desarrollando el negocio más de 4 años. (Datos tomados de la pregunta 16). Aunque no todos los casos requieren de bastante tiempo para construir su red de distribuidores, porque muchos son muy buenos realizando las actividades de venta y/o reclutamiento, lo recomendable por

los líderes es que las personas al comienzo se dedican únicamente a la venta mientras desarrollan sus habilidades de reclutamiento y liderazgo.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 23 del cuestionario: ¿Cual es el ingreso promedio al mes en ventas personales?**

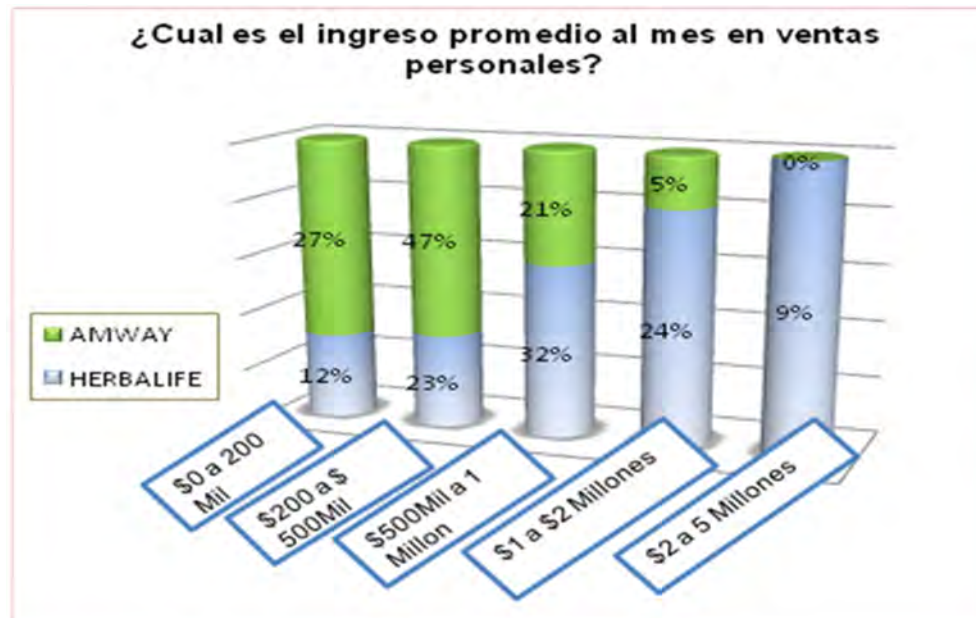
Con esta pregunta se pretende conocer el nivel de ingresos promedio mensual de los distribuidores, únicamente en ventas personales.

Tabla 12. ¿Cuál es el ingreso promedio al mes en ventas personales?

	HERBALIFE		AMWAY	
De \$0 a \$200 mil	16	12%	37	27%
De \$200 a \$500 mil	31	23%	63	47%
De \$500 mil a \$1 millón	43	32%	28	21%
De \$1 a \$2 millones	32	24%	7	5%
De \$2 a \$5 millones	12	9%	0	0%
De \$5 millones y mas	0	0%	0	0%
Total	134	100%	135	100%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 29. ¿Cuál es el ingreso promedio al mes en ventas personales?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Según los datos recolectados, se tiene que el 32% de los entrevistados obtienen un ingreso promedio al mes por ventas directas entre \$500.000 y \$1.000.000 de pesos. El 24% refleja unos ingresos promedio por ventas personales en un rango de \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos, seguida esta, el 23% con ingresos promedio por ventas entre \$200.000 y \$500.000 pesos. El 12% de los entrevistados obtienen unos ingresos promedio por ventas menores a \$200.000 pesos y finalmente el 1% obtienen ingresos en un rango de entre \$2.000.000 a \$5.000.000 millones de pesos.

Amway: los datos indican que: el 47% de los entrevistados ganan en promedio por ventas al mes entre \$200.000 y \$500.000 pesos, el 27% gana por ventas directas menos de \$200.000 pesos. Por su parte el 21% gana entre \$500.000 y \$1.000.000 de pesos por ventas directas mensuales y finalmente el 5% gana entre \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos.

De manera general, para las dos organizaciones analizadas se tiene que el porcentaje más alto se concentra en personas que ganan por ventas directas entre \$200.000 y \$1.000.000 al mes, se puede asimilar con la aproximación a dos salarios mínimos. Eso implica que bajo las condiciones de independencia en su trabajo, la realización de sus actividades reportan resultados que un trabajo tradicional podría proporcionar, pero, ocasionando beneficios principalmente a otras personas y dependiendo de las mismas.

Herbalife destaca el porcentaje de personas que ganan entre \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos y personas que ganan entre \$500.000 y \$1000.000 de pesos en comparación con Amway. Amway por su parte, concentra su mayor porcentaje en personas que obtienen ingresos promedio al mes entre \$200.000 y \$500.000 pesos y aquellas que ganan menos de \$200.000 pesos.

Es válido aclarar que como todos los negocios esta es una actividad que se debe realizar con disciplina y constancia, aparte que es necesario desarrollar algunas habilidades, que en este caso la organización está dispuesta a apoyar. Si bien, el 12% de las personas entrevistadas no obtienen ingresos superiores a \$200.000 mil pesos, esta situación se puede ocasionar por dos razones, primero, que las personas no dedican el tiempo suficiente para realizar la actividades de venta y capacitarse, o la segunda razón es que las personas generalmente nuevas en el negocio no han desarrollado las habilidades requeridas para vender y obtener los suficientes ingresos.

Correlación de las respuestas obtenidas de las preguntas 23 (nivel de ingresos mensuales por venta personales) y 4 (nivel de estudios) del cuestionario

La siguiente tabla muestra una asociación de las respuestas que se obtuvieron en la pregunta que investiga sobre el nivel de estudios alcanzado y la pregunta que trata acerca de los ingresos promedio mensual obtenidos, de forma general.

Tabla 13. Correlación entre nivel de ingresos y estudios

Correlación entre nivel de ingresos por ventas personales y estudios								
	HERBALIFE				AMWAY			
nivel de ingresos promedio mensuales (venta Directa)	NIVEL DE ESTUDIOS							
	Sec.	Carrer as técnicas	Sup.	Cursos Aux	Sec.	carrera s técnicas	Sup.	Cursos Aux
De \$0 a \$200.000	5	2	9	0	9	14	10	4
De \$200.000 a \$500.000	6	2	9	0	12	16	32	3
De \$500.000 a \$1.000.000	13	3	27	0	9	4	15	0
De \$1.000.000 a \$2.000.000	4	11	12	5	2	3	0	2
De \$2.000.000 a \$5.000.000	19	2	4	0	0	0	0	0
Total	47	20	61	5	32	37	57	9
	35%	15%	46%	4%	24%	27%	42%	7%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

En la tabla anterior se observa que:

✓ **Resultados de Herbalife.**

- **Distribuidores que estudiaron secundaria.**

- El 10.6% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$0 y \$200.000 pesos.
- Un 13% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$200.000 y \$500.00 pesos.
- El 27% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$500.000 y \$1.000.000 pesos.
- El 8.5% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$1.000.000 y \$2.000.000 pesos.
- Y el 40% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$2.000.000 y \$5.000.000 pesos.

El porcentaje más alto, es decir el 40% se concentran en personas que han estudiado secundaria y obtienen ingresos mensuales por ventas entre \$2.000.000 y \$5.000.000 de pesos.

- **Distribuidores que estudiaron carreras técnicas.**

- El 10% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$0 y \$200.000 pesos
- Un 10% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$200.000 y \$500.00 pesos
- El 15% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$500.000 y \$1.000.000 pesos
- El 55% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$1.000.000 y \$2.000.000 pesos
- El 10% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$2.000.000 y \$5.000.000 pesos.

El porcentaje más alto de los entrevistados que estudiaron carreras técnicas y tiene ingresos por ventas directas entre \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos, esta afirmación se sustenta en el 55%.

- **Distribuidores que estudiaron una profesión.**

- El 15% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$0 y \$200.000 pesos.
- Un 15% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$200.000 y \$500.000 pesos.
- El 44% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$500.000 y \$1.000.000 pesos.
- El 20% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$1.000.000 y \$2.000.000 pesos.
- El 6.6% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$2.000.000 y \$5.000.000 pesos.

El porcentaje más alto en esta categoría indica que el 44% de las personas que estudiaron una profesión obtienen ingresos por ventas entre 500.000 y \$1.000.000 de pesos.

- **Distribuidores que estudiaron cursos auxiliares.**
- El 100% de los distribuidores que estudiaron cursos auxiliares ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos.

✓ **Resultados de Amway.**

- **Distribuidores que estudiaron secundaria.**
- El 28% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$0 y \$200.000 pesos.
- Un 37% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$200.000 y \$500.000 pesos.
- El 28% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$500.000 y \$1.000.000 pesos.
- El 6.2% de los distribuidores que estudiaron secundaria ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$1.000.000 y \$2.000.000 pesos.

El porcentaje más alto, es decir el 37% se concentran en personas que han estudiado secundaria y obtienen ingresos mensuales por ventas entre \$200.000 y \$500.000 de pesos.

- **Distribuidores que estudiaron carreras técnicas.**
- El 38% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$0 y \$200.000 pesos
- Un 43% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$200.000 y \$500.00 pesos
- El 11% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$500.000 y \$1.000.000 pesos
- El 8% de los distribuidores que estudiaron carreras técnicas ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$1.000.000 y \$2.000.000 pesos

El porcentaje más alto de los entrevistados que estudiaron carreras técnicas y tiene ingresos por ventas directas entre \$200.000 y \$500.000 de pesos, esta afirmación se sustenta en el 43%.

- **Distribuidores que estudiaron una profesión.**
- El 18% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$0 y \$200.000 pesos.
- Un 56% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$200.000 y \$500.000 pesos.
- El 26% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$500.000 y \$1.000.000 pesos.

El porcentaje más alto en esta categoría indica que el 56% de las personas que estudiaron una profesión obtienen ingresos por ventas directas entre 500.000 y \$1.000.000 de pesos.

• **Distribuidores que estudiaron cursos auxiliares.**

- El 44% de los distribuidores que estudiaron cursos auxiliares ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$0 y \$200.000 pesos.
- Un 33% de los distribuidores que estudiaron una profesión ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$200.000 y \$500.000 pesos.
- El 22% de los distribuidores que estudiaron cursos auxiliares ha obtenido un ingreso por ventas que fluctúa entre \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos.

El porcentaje más alto en esta categoría indica que el 44% de las personas que estudiaron cursos auxiliares obtienen ingresos por ventas directas entre \$0 y \$200.000 pesos.

En esta tabla resumen se presenta los datos que indican el porcentaje más alto de acuerdo al nivel de estudios y los ingresos alcanzados aproximadamente.

Tabla 14. Resumen correlación nivel de ingresos y estudios.

	El	De las personas han estudiado:	Obtienen ingresos aproximados entre:
Herbalife	40%	Secundaria	\$2.000.000 y \$5.000.000
	55%	Carreta técnica	\$1.000.000 y \$2.000.000
	44%	Carrera Profesional	\$500.000 y \$1.000.000
	100%	Cursos Auxiliares.	\$1.000.000 y \$2.000.000
Amway	37%	Secundaria	\$200.000 y \$500.000
	43%	Carreta técnica	\$200.000 y \$500.000
	56%	Carrera Profesional	\$500.000 y \$1.000.000
	44%	Cursos Auxiliares.	\$0 y \$200.000

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

A partir de los datos anteriores se logra determinar que los ingresos no están en función del nivel de estudios, como se puede observar en las dos organizaciones no necesariamente se requiere de estudios superiores para obtener un determinado nivel de ingresos, es decir, que independientemente del nivel de estudios las personas pueden lograr ingresos de acuerdo a sus esfuerzos.

- ✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 24 del cuestionario: ¿a cuánto ascienden los ingresos promedio mensual, generados por su organización? (red de distribuidores)**

Con esta pregunta se pretende conocer el nivel de ingresos generados mensualmente por la organización personal, es decir, de personas que al consumir productos o construir su red de trabajo genera ingresos a quienes inician la red.

Tabla 15. ¿A cuánto ascienden los ingresos promedio mensual, generados por su organización personal?

	HERBALIFE		AMWAY	
De \$0 a \$ 1 Millón	46	34%	54	40%
\$1.000.000 a \$2.000.000	58	43%	48	36%
\$2.000.000 a \$3.000.000	15	11%	13	10%
\$3.000.000 a \$4.000.000	6	4%	10	7%
De \$4.000.000 a \$5.000.000	7	5%	8	6%
\$5.000.000 a mas	2	1%	2	1%
Total	134	100%	135	100%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 30. ¿A cuánto ascienden los ingresos promedio mensual, generados por su organización personal?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Los datos se presentan a continuación de manera simultánea de acuerdo a la grafica. En las dos organizaciones se identifican niveles de ingresos de acuerdo al porcentaje que alcanzan: en primer lugar, el 43% y 36% de las personas de Herbalife y Amway respetivamente ganan entre \$1.000.000 y \$2.000.000. En segundo lugar, el 34% en Herbalife y 40% en Amway de los entrevistados obtienen ingresos por la red de distribuidores menores a \$1.000.000 de pesos. Las personas que obtienen ingresos entre \$2.000.000 y \$3.000.000 de pesos representan el 11% en Herbalife y el 10% en Amway. Las personas que ganan entre \$3.000.000 y \$4.000.000 de pesos mensuales producto de su organización están en un porcentaje de 4% para Herbalife y 7% para Amway. Las personas que obtienen ingresos superiores a \$4.000.000 de pesos se representan 6% en Herbalife y 7% en Amway.

Los porcentajes más altos están concentrados en las dos organizaciones en personas que obtienen ingresos entre \$0 y \$2.000.000 millones de pesos mensuales. Los ingresos residuales, incluyen aspectos económicos, y también viajes y seminarios especiales por las metas alcanzadas en el mismo plan.

Tabla 16. Relación tiempo e ingresos de la organización personal

Tiempo	Ingresos producto de la organización											
	De \$0 a \$ 1 Millón		\$1.000.000 a \$2.000.000		\$2.000.000 a \$3.000.000		\$3.000.000 a \$4.000.000		De \$4.000.000 a \$5.000.000		\$5.000.000 a mas	
	Her.	Amw.	Her.	Amw.	Her.	Amw.	Her.	Amw.	Her.	Amw.	Her.	Amw.
Menos de 1 año	39	10	9	12	0	2	0	4	0	4	0	0
De 1 a 2 años	7	22	37	9	14	3	6	8	1	0	0	0
De 2 a 4 años	0	19	12	14	1	5	0	0	3	0	0	6
más de 4 años	0	3	0	7	0	2	0	0	3	4	2	2
Total	46	54	58	42	15	12	6	12	7	8	2	8

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Con ayuda de la tabla anterior y los resultados donde se indaga sobre el tiempo e ingresos, se presenta la siguiente información:

✓ **Resultados de Herbalife.**

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de 0 a \$1 millón de pesos**

- El 84% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$0 a \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio menos de 1 año.
- El 15% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$0 a \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años.

El porcentaje más alto en esta relación, indica que el 84% de las personas que obtienen ingresos entre \$0 y \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio menos de un año.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$1 a \$2 millones de pesos**

- El 63% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$1 a \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años
- El 20% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$1 a \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.
- El 15% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$1 a \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio menos de 1 año.

El porcentaje más alto (63%) de las personas que obtienen ingresos entre \$1 y \$2 millón de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$2 a \$3 millones de pesos**

- El 93% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$2 a \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años
- El 7% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$2 a \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.

El porcentaje más alto (93%) de las personas que obtienen ingresos entre \$2 y \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$3 a \$4 millones de pesos**

- El 100% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$3 a \$4 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$4 a \$5 millones de pesos**

- El 43% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$4 a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.
- El 43% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$4 a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio más de 4 años.
- El 14% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$4 a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años.

El porcentaje más alto (43%) de las personas que obtienen ingresos entre \$4 y \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años y también dentro del mismo porcentaje se encuentran las personas que llevan en el negocio más de 4 años.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) superiores a \$5 millones de pesos**
- El 100% de los distribuidores que obtienen ingresos superiores a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio más de 4 años

✓ **Resultados de Amway.**

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de 0 a \$1 millón de pesos**
- El 40% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$0 a \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años.
- El 35% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$0 a \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.
- El 18% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$0 a \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio menos de 1 año.
- El 7% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$0 a \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio más de 4 años.

El porcentaje más alto en esta relación, indica que el 40% de las personas que obtienen ingresos entre \$0 y \$1 millón de pesos llevan realizando el negocio menos de un año.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$1 a \$2 millones de pesos**
- El 33% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$1 a \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.
- El 28% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$1 a \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio menos de 1 año.
- El 21% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$1 a \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años
- El 16% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$1 a \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio más de 4 años.

El porcentaje más alto (33%) de las personas que obtienen ingresos entre \$1 y \$2 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$2 a \$3 millones de pesos**
- El 41% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$2 a \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.
- El 25% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$2 a \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años

- El 16% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$2 a \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio menos de 1 año.
- El 16% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$2 a \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio más de 4 años.

El porcentaje más alto (41%) de las personas que obtienen ingresos entre \$2 y \$3 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$3 a \$4 millones de pesos**

- El 66% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$3 a \$4 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años
- El 33% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$3 a \$4 millones de pesos llevan realizando el negocio menos de 1 año.

El porcentaje más alto (66%) de las personas que obtienen ingresos entre \$3 y \$4 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) de \$4 a \$5 millones de pesos**

- El 50% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$4 a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio menos de 1 año.
- El 50% de los distribuidores que obtienen ingresos de \$4 a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio más de 4 años

El porcentaje se distribuye de manera igual. El 50% de las personas que obtienen ingresos entre \$4 y \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio de 1 a 2 años y también dentro del mismo porcentaje se encuentran las personas que llevan en el negocio más de 4 años.

- **Distribuidores con ingresos de la organización personal (red de distribuidores) superiores a \$5 millones de pesos**

- El 75% de los distribuidores que obtienen ingresos superiores a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.
- El 25% de los distribuidores que obtienen ingresos superiores a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio más de 4 años

El porcentaje más alto (75%) de las personas que obtienen ingresos superiores a \$5 millones de pesos llevan realizando el negocio de 2 a 4 años.

Frente a esta información es importante tener en cuenta que no siempre el ingreso está en función del tiempo, ya que este puede variar dependiendo de cómo las personas desarrollen su plan de trabajo y se demuestra su desempeño

A continuación se presenta en la tabla 17 únicamente la información que contiene los porcentajes más altos obtenidos de la relación entre ingresos provenientes de la organización personal y el tiempo que las personas se encuentran desarrollando el negocio, esto con ayuda de los datos encontrados en la tabla 10.

Tabla 17. Porcentajes relevantes de relación entre nivel de ingresos por la organización personal y el tiempo desarrollando el negocio.

	El	De las Personas que obtienen ingresos entre:	Llevar realizando el negocio:
Herbalife	84%	\$0 a \$1 millón	Menos de 1 año
	63%	\$1 a \$2 millones	De 1 a 2 años
	93%	\$2 a \$3 millones	De 1 a 2 años
	43%	\$3 a \$4 millones.	De 1 a 2 años
	43%	\$4 a \$5 millones	más de 4 años
	100%	Más de \$5 millones	más de 4 años
Amway	40%	\$0 a \$1 millón	Menos de 1 año
	33%	\$1 a \$2 millones	De 2 a 4 años
	41%	\$2 a \$3 millones	De 2 a 4 años
	66%	\$3 a \$4 millones.	De 1 a 2 años
	50% / 50%	\$4 a \$5 millones	De 1 a 2 años y más de 4 años.
	75%	Más de \$5 millones	De 2 a 4 años

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

La tabla anterior se presentó con el propósito de diferenciar los niveles de ingresos y el tiempo que toman cada una de las organizaciones para alcanzar beneficios económicos, por ejemplo se puede evidenciar que en Herbalife el 100% de las personas que obtienen ingresos de más de \$5 millones de pesos, lleva desarrollando el negocio más de 4 años, mientras que para Amway el obtener ingresos de más de 5 millones de pesos se puede lograr entre 2 y 4 años y solo un 25% ha necesitado de más de 4 años.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 26 del cuestionario: ¿Con que regularidad hace pedidos?**

Esta pregunta se plantea para indicar que tan consecutivos son los pedidos que se realizan directamente a las compañías implicadas en esta investigación.

Gráfico 31. ¿Con que regularidad hace pedidos?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

En los resultados anteriores se tiene que el 66% de entrevistados en Herbalife y el 79% en Amway realiza pedidos en un rango de 27 a 36 días, este valor se puede tener en cuenta debido a que las compañías objeto de estudio “lanzan” promociones, por lo general, al final del mes, para que las personas incrementen sus pedidos (incrementen sus puntos de volumen) y a la vez estos se vean beneficiados al obtener ascensos en la escala de calificaciones propuestas por cada compañía.

Los resultados también indican que el 28% y 8% de los entrevistados en Herbalife y Amway respectivamente realizan pedidos a la compañía entre 7 y 16 días, lo que puede dejar conocer dos alternativas, la primera es que el inventario disponible es pequeño y por lo tanto hay necesidad de estar realizando pedidos de manera constante, u otra razón, es que hay gran rotación de productos que hace necesaria la realización constante de pedidos a la compañía.

El 6% de los entrevistados en Herbalife y el 13% en Amway dan a conocer que realizan pedidos entre 17 y 26 días.

Es claro que las expectativas que tienen los distribuidores, independientemente de si se realizan los pedidos cada 7, 15 o 30 días, es la de obtener las calificaciones por los puntos de volumen obtenidos por sus compras y que les permite tener mayores ventajas del negocio. (Los resultados de ventas personales y por su organización “red de distribuidores” se evalúan al final de mes).

En la cuarta parte de la encuesta se presenta la tabla 18 que indica de manera resumida la información que se ha logrado obtener sobre aspectos en el desarrollo del negocio.

Tabla 18. Datos relevantes de la encuesta “Aspectos sobre el desarrollo del negocio”

Resultados predominantes y similares encontradas en Herbalife y Amway	Resultados particulares		Concepto
	HERBALIFE	AMWAY	
Tiempo realizando el negocio: En su totalidad las personas entrevistadas se concentran en un periodo de tiempo de 2 y 4 años.	La mayoría de los entrevistados lleva en la organización entre 1 y 2 años	La mayoría de los entrevistados lleva en la organización entre 2 y 4 años	Las organizaciones Herbalife y Amway llevan una trayectoria corta en la Ciudad de pasto, pero creciente y firme a través de sus líderes, ya que si bien es cierto es bajo el porcentaje de participación de personas que llevan más de 4 años en el Sistema Multinivel este ha venido creciendo paulatinamente.
Nivel de calificación: Nivel 1. Descuento por volumen de ventas personales. Nivel 2. Bonificación por desempeño de la organización personal. Nivel 3. Descuentos mas reconocimientos.	El 66% de los entrevistados en Herbalife se concentra en el nivel 1 y el 34% en el nivel 3.	El 36% de los entrevistados en Amway se concentra en el nivel 1, el 49% en el nivel 2 y el 15% en el nivel 3.	Los datos en los niveles de calificación varían principalmente por la diferencia en el plan de mercadeo de cada organización, sin embargo se puede afirmar que las dos organizaciones brindan principalmente dos aspectos. Ingresos lineales que son descuentos por el consumo y venta directa e ingresos residuales que son producto del desempeño de la organización personal. Avanzar en cada nivel permite a demás acceder a eventos especiales y reconocimientos en la Compañía
Situaciones a las que se exponen los distribuidores: Los clientes cambian de vendedor y la dificultad en los pagos por entregar los productos con crédito.	Los distribuidores se han expuesto a que los clientes cambien de vendedor	Los distribuidores se han expuesto a que los clientes cambien de vendedor	Dentro de las principales causas por las cuales los distribuidores se expongan a perder sus clientes esta la debilidad en las tácticas empleadas para mantener comunicación efectiva a largo plazo con los mismos, o por no guiarse efectivamente por el código de ética propuesto por cada compañía
Obtención de dinero para realizar los pedidos: Ingresos del	Reinversión de los ingresos producto del negocio. Mas personas incurren	Reinversión de los ingresos producto del negocio. En	Una vez las personas arrancan con el negocio, estas son capacitadas con disciplina dentro de la organización frente a la capitalización del negocio, por esa razón se identifica

negocio, ahorros personales, créditos bancarios.	en préstamos bancarios para iniciar el negocio en comparación con Amway.	comparación con Herbalife, mas personas invierten sus ahorros personales.	notoriamente mediante los resultados que en ambas organizaciones las personas reinvierten los ingresos que surgen del negocio.
Ventajas que le ofrece este trabajo: Pueden hacer el negocio al mismo tiempo que otras actividades, los ingresos, el horario y bajos costos.	Las personas resaltan las mismas ventajas	Las personas resaltan las mismas ventajas	Estas ventajas permiten complementar los resultados donde se indagaba sobre las razones que consideraban los entrevistados para formar su negocio independiente apoyado en el Sistema Multinivel.
Consideración sobre la situación de ventas: Mas del 60% de los entrevistados en ambas organizaciones califican la situación de ventas como buenas			Se busca conocer como se manifiesta la situación de ventas directas lo que a su vez deja vislumbrar la efectividad en los ingresos lineales, generados por la venta directa.
Construcción de la red de distribuidores: Las personas en ambas organizaciones coinciden en mayor porcentaje en tener construida una red de distribuidores de 10 a 20 personas.	Los resultados indican que entre mayor es el numero porcentual, menor es el número de personas patrocinadas de manera directa. (red de distribuidores)	Los resultados indican que entre mayor es el numero porcentual, menor es el número de personas patrocinadas de manera directa. (red de distribuidores)	En primer lugar, de manera similar los entrevistadas en ambas organizaciones coinciden en tener una organización personal de 10 a 20 distribuidores. En segundo lugar, se tiene que es progresivo el nivel de personas patrocinadas directamente en la medida en que las personas van desarrollando la actividades y habilidades del negocio, incluidas la capacitación, la comercialización, la formación del negocio y "retención y seguimiento", estas últimas son importantes ya que consiste en mantener activas en el negocio a las personas para que alcancen resultados, que provoquen resultados recíprocos.
Ingresos por ventas directas: Ingresos promedio por ventas directas entre \$200.000 y	Esta organización tiene el más alto porcentaje de personas que ganan más de \$500.000 a	El mayor porcentaje lo obtiene Awmay en cuanto a personas que	Los porcentajes más altos indican que los ingresos por ventas directas se aproximan a dos salarios mínimos. Los ingresos por venta directa se refieren a los ingresos lineales.

\$1.000.000 de pesos.	\$1.000.000 de pesos. También se destaca en personas que ganan entre \$1.000.000 y \$2.000.000 de pesos.	ganan entre \$200.000 y \$500.000 pesos. También se destaca con personas que ganan menos de 2000.000 pesos.	
Ingresos promedio mensual producto de su red de distribuidores: Entre \$0 y \$2.000.000 de pesos.	El mayor porcentaje indica que las personas obtienen ingresos mensuales por la red de distribuidores de 1.000.000 a 2.000.000 de pesos.	El mayor porcentaje se concentra en personas que obtienen ingresos de su organización entre 0 y \$1.000.000 de pesos.	Los ingresos por la red de distribuidores hacen parte de los ingresos residuales, donde incluyen aspectos económicos, y también viajes y seminarios especiales por las metas alcanzadas en el plan de mercadeo.
Regularidad con la que hace pedidos (en días): La mayor cantidad de pedidos se hace entre 27 y 36 días.	A parte de hacer pedidos con mayor frecuencia entre 27 y 36 días también están los pedidos entre 7 y 16 días.	A parte de hacer pedidos con mayor frecuencia entre 27 y 36 días también están los pedidos entre 17 y 26 días	Generalmente los pedidos se hacen cada mes y se incrementan faltando algunos días para el mismo y/ o se pueden exceder algunos días hasta cerrar el mes de ventas en la compañías. Estas variaciones en las fechas de comienzo o final de mes se realizan como estrategias de las Compañías, lanzando promociones para que las personas califiquen por sus pedidos a nuevos niveles y lograr mayor volumen de ventas.

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Las conclusiones a las que se llega en esta parte de la encuesta son las siguientes: la mayoría de las personas entrevistadas llevan realizando el negocio de 2 a 4 años. Las personas de la organización de Herbalife se concentran en dos niveles. El primer nivel descuentos por volumen de ventas personales y en el segundo nivel personas con descuentos y reconocimientos. Amway presenta un nivel más, que trata sobre las bonificaciones por desempeño de la organización personal, estos porcentajes son evidentes en el plan de mercadeo de esta organización.

Por otra parte, la situación a la cual más se enfrentan los distribuidores es que los compradores cambien de vendedor y dificultad para que las personas cancelen los productos que se entregaron a crédito. El dinero para realizar los pedidos es producto de ingresos alcanzados en el negocio, ahorros personales y créditos bancarios. Las ventajas percibidas dentro del negocio son los productos a bajo costo, se puede hacer conjuntamente con otras actividades, no tiene horarios y los ingresos ilimitados. El mayor porcentaje de entrevistados ha construido una red de distribuidores en promedio de 10 a 20 personas. El porcentaje más alto indica además que los ingresos por ventas directas al

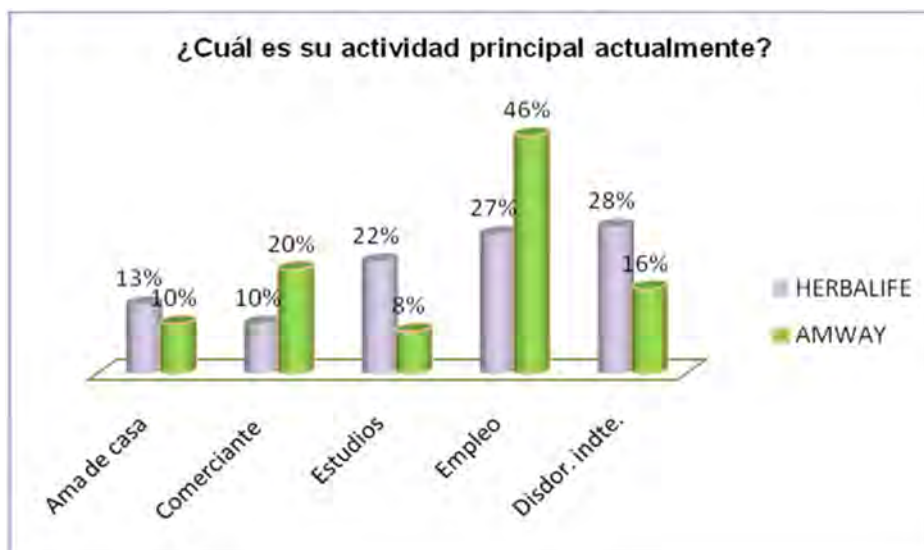
mes, están contemplados entre \$200.000 y \$1.000.000 de pesos y los ingresos percibidos mensualmente a través de la red de distribuidores están entre \$0 y \$2.000.000 de pesos. Los pedidos de productos se realizan principalmente entre 27 y 36 días. Se llega a deducir también que el nivel de ingresos no está determinado o es dependiente del nivel de estudios alcanzado y tampoco tiene relación directa con el tiempo en años realizando el negocio, estos aspectos indican que el nivel de ingresos depende únicamente del trabajo realizado tanto para capacitarse en el sistema como para poner en práctica lo aprendido y ampliar rápidamente la red de negocio y así obtener ingresos del mismo.

3.3.5 Respuestas obtenidas en la parte V de la encuesta “aspectos actuales dentro de la organización”. Esta ultima parte de la encuesta trata aspectos directamente relacionados con el desarrollo de acciones cotidianas que se presentan en el Sistema de trabajo.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 27 del cuestionario: ¿Cuál es su actividad principal actualmente?**

En esta pregunta se examina que actividad tiende a ser la de mayor enfoque para los entrevistados.

Gráfico 32. ¿Cuál es su actividad principal actualmente?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: los resultados obtenidos indican que el 28% de los entrevistados toman como actividad principalmente la de distribuidor. El 27% de los entrevistados tienen como actividad principal tener un empleo, el 22% se dedican principalmente al estudio y el 13% de los entrevistados toman como actividad principal ser amas de casa, finalmente el 10% de la personas entrevistadas se dedican a actividades del comercio.

Amway: la grafica anterior indica que el 46% de los entrevistados se dedican principalmente a un empleo, el 20% tiene como actividad principal el comercio. El 16% de los entrevistados tienen como actividad principal la de distribuidores independientes. El 10% de los entrevistados principalmente se dedican a ser amas de casa y el 8% principalmente se dedican al estudio.

En general se podría deducir que, el porcentaje más alto se concentra en personas dedicadas principalmente a un empleo y a ser distribuidores independientes, esto indica que las personas no tienen específicamente que realizar el negocio durante todo el día.

Es claro que el Multinivel se mueve efectivamente si se amplía la “red social”, a mayores contactos mayores clientes; mayores afiliados al negocio y por ende mejores ventas que generan ingresos, es quizá, esa una de las razones y tácticas por las cuales la mayoría de los entrevistados conservan su actividades “estables” porque ello propicia ampliar su campo de acción. En ese orden de ideas se tiene que la visión de “flexibilidad de horarios” que venden las organizaciones del Multinivel si se cumple ya que las personas pueden dedicarse a este negocio sin necesidad de dejar de lado las actividades que realizan o realizaban, además que utilizan ese hecho como herramienta para tener facilidad de llegar a mayor cantidad de prospectos (personas que potencialmente pueden ser clientes o formar parte del negocio).

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 28 del cuestionario:
¿Cuántas horas dedica al Día?**

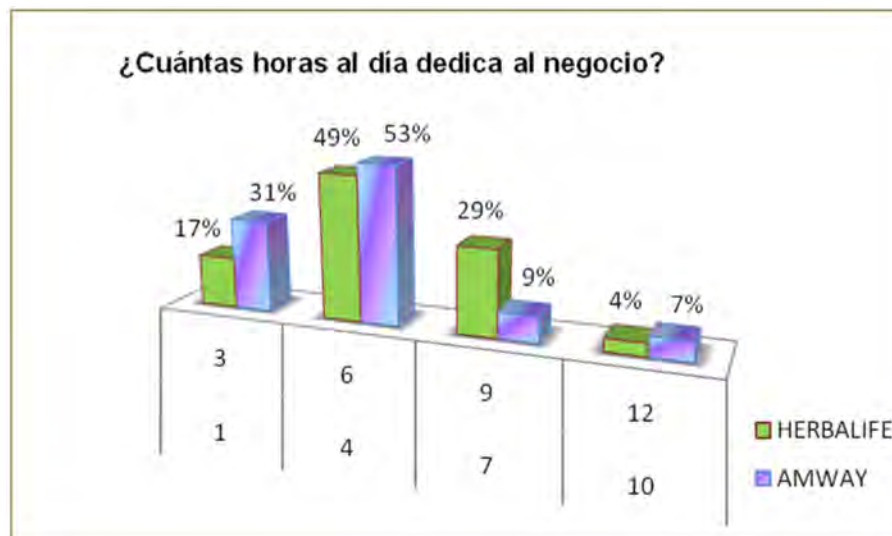
Con el planteamiento de esta pregunta se indaga sobre el tiempo (horas al día) que dedican los entrevistados a la realización del negocio y el tiempo (horas al día) que dedican a otras actividades.

Tabla 19. ¿Cuántas horas al día dedica al negocio?

Horas		HERBALIFE		AMWAY	
1	3	23	17%	42	31%
4	6	66	49%	72	53%
7	9	39	29%	12	9%
10	12	6	4%	9	7%
TOTAL		134	100%	135	100%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 33. ¿Cuántas horas al día dedica al negocio?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Herbalife: Los resultados de la pregunta anterior indican que el 49% de las personas entrevistadas dedican entre 4 y 6 horas al negocio. El 29% de los entrevistados se dedican a las actividades del negocio entre 7 y 9 horas. El 17% dedican entre 1 y 3 horas al negocio. Finalmente se tiene que el 4% de los entrevistados dedican entre 10 y 12 horas a las actividades del negocio.

Amway: de acuerdo a los resultados se llega a tener la siguiente información: el 53% de los entrevistados se dedican entre 4 y 6 horas al desarrollo del negocio, el 31% se dedica a realizar el negocio entre 1 y 3 horas. El 9% de los entrevistados dan a conocer que dedican al negocio entre 7 y 9 horas. Finalmente el 7% de los entrevistados dedica entre 10 y 12 horas al desarrollo del negocio.

De manera general tomando los porcentajes más altos se llega a la conclusión que las personas distribuyen su tiempo entre 4 y 6 horas tanto para las actividades del negocio, como para realizar otras tareas. Siendo congruente este dato con la información que se obtuvo acerca de cuál es la actividad principal de las personas entrevistadas, se podría deducir que las personas distribuyen su tiempo entre sus actividades principales y el negocio del Sistema Multinivel, claro que para algunas personas realizan el negocio a como actividad principal. Se identifica que la forma de desarrollar el negocio es a tiempo parcial, realizando paralelamente otras actividades.

La tabla que se presenta a continuación permite compara si las personas han cambiado totalmente la actividad que realizaban antes de hacer parte del Sistema o han seguido realizando las mismas

Tabla 20. Comparación de la pregunta 9 actividades realizadas antes de ingresar al Sistema Multinivel y la pregunta 27 actividad principal actualmente.

Actividades	% Actividad antes del realizar el negocio.	% actividad prioritaria actual
Agricultor	1%	0%
Ama de casa	11%	10%
Estudiante	20%	8%
Trabajar en otra empresa	43%	34%
Comerciante	22%	17%
Otro	3%	0%
Distribuidor independiente	0%	31%
	100%	100%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Con la ayuda de las preguntas que investigan sobre las actividades realizadas por los entrevistados antes de conocer el Sistema Multinivel y las actividades prioritarias en la actualidad, se presentante la tabla anterior de la cual se puede observar que la prioridad en las actividades no ha cambiado rotundamente, sin embargo lo que si hay que resaltar es que debido a la flexibilidad de tiempo, y de estrategias de comercialización y prospección que ofrece este tipo de negocio, es factible que las personas se puedan dedicar durante horas especificas a la realización de las actividades propuestas, eso depende del plan de trabajo que diseñe cada persona.

Por otra parte, se tiene que el 31% de los entrevistados tienen como actividad principal (actualmente) dedicarse al desarrollo de negocio Multinivel, de manera general se puede concebir en este grupo tanto a personas nuevas, como aquellas que ya han invertido tiempo en el negocio y se dedican tiempo completo al mismo.

✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 29 del cuestionario: Las capacitaciones que recibe por parte de la organización:**

Esta pregunta se plantea para indagar sobre el tiempo promedio en el cual más de los entrevistados reciben capacitaciones.

Gráfico 34. Las capacitaciones que recibe por parte de la organización son:



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Paralelamente los resultados de las organizaciones investigadas indican: El 96% de los entrevistados dejan de manifiesto que reciben capacitaciones semanales, el mismo porcentaje es para Herbalife y Amway. El 87% y 78% en Herbalife y Amway, respectivamente indica que los entrevistados reciben capacitaciones mensuales. El 56% de los entrevistados reciben capacitaciones trimestrales en Amway y Herbalife los resultados son nulos. El 13% de entrevistados en Herbalife y el 16% en Amway dan información donde se conoce que la capacitaciones son anuales. El 10% de los entrevistados tiene capacitaciones semestrales en Herbalife, los resultados en Amway son nulos. Finalmente los resultados indican que el 9% y 7% en Herbalife y Amway, respectivamente indican tener capacitaciones diarias.

Según los datos anteriores y el conocimiento adquirido mediante la asistencia a algunos de los seminarios estos resultados se pueden explicar de la siguiente manera: las organizaciones objeto de estudio tienen dentro del Sistema de capacitación “academias” semanales, donde se ilustra a los distribuidores sobre diferentes temas como, comercialización, formación del negocio y liderazgo, motivación y desarrollo personal, esta es la razón por la cual el porcentaje más alto se concentra en capacitaciones semanales. Algo particular a resaltar es que los eventos semanales no tienen costo para ingresar en la organización de Herbalife a diferencia de Amway donde se cancela \$8.000 pesos.

En cuanto a los seminarios o conferencias mensuales, en primer lugar tienen un costo para el ingreso, esto se presenta en las dos organizaciones. Los eventos mensuales son dirigidos principalmente a hacer reconocimientos de las personas que han logrado obtener cierto ascenso dentro del plan de mercadeo; son presentados por invitados que han obtenido resultados con el negocio, (han obtenido ciertos logros en: margen de

ingresos y reconocimiento en la compañía) el objetivo es mostrar, con su experiencia de vida y a través de “tocar” los sueños de las personas, la magnitud tan importante de hacer parte de la compañía; logran motivar y generan gran impacto emocional para que las personas sigan el Sistema propuesto de trabajo, a demás buscan que las personas que aun no hacen parte de la organización y se encuentran presentes lo hagan.

Los resultados indican que además de las capacitaciones semanales y mensuales en donde están incluidos la mayoría de los distribuidores, hay un grupo “pequeño” porcentualmente que asiste a seminarios y/o conferencias anuales. Estos son eventos especiales y exclusivos para personas que más se hayan destacado en el negocio (son eventos de líderes más representativos a nivel global del negocio para lideres que se desarrollan en un contexto micro, pero que ya han alcanzado consolidar grandes redes de distribución)

Finalmente esta el 4% de los distribuidores que si bien es cierto están inmersos en el Sistema de entrenamiento semanal y mensual, al cual pueden acceder fácilmente, también están predispuestos a capacitaciones diarias, por lo general son encuentros directos de los auspiciadores o patrocinadores con los nuevos distribuidores, en donde se diseñan tácticas estratégicas para avanzar rápidamente en el negocio.

- ✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 30 del cuestionario ¿Qué tipo de incentivos recibe por parte de la organización? Seleccione 3 en las que más enfatiza?**

Con el planteamiento de esta pregunta se busca conocer cuáles son las tácticas utilizadas para incentivar a las personas dentro de la organización.

Tabla 21. ¿Qué tipo de incentivos recibe por parte de la organización?

Incentivos	HERBALIFE	AMWAY
A. Capacitaciones especializadas	77%	65%
B. Reconocimiento de sus patrocinadores / auspiciador	78%	96%
C. Posibilidad de crear ideas y tomar la iniciativa para desarrollarlas	54%	24%
D. Reconocimiento de sus compañeros	100%	95%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Gráfico 35. ¿Qué tipo de incentivos recibe por parte de la organización?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

El gráfico anterior indica que el incentivo que más tienen los entrevistados es el reconocimiento de sus compañeros esto representado con el 100% del total en Herbalife y con el 95% en Amway. Seguido se tiene como táctica de incentivo el reconocimiento de sus patrocinadores/ auspiciadores, esta afirmación se representa con el 78% para Herbalife y el 96% para Amway, y el tercer incentivo mejor calificado son las capacitaciones especializadas con el 77% en Herbalife y con el 65% en Amway. Finalmente, el 54% de los entrevistados en Herbalife y el 24% en Amway han tenido en estas organizaciones la posibilidad de crear ideas y tomar las iniciativas para desarrollarlas.

Con los resultados encontrados y al destacar los incentivos más utilizados por la organización como tácticas de “retención” se llega a deducir que los Sistemas Multinivel analizados en esta investigación se centran en mantener un estilo de motivación, brindar conocimiento especial frente al negocio y crecimiento personal muy marcados por los cuales las personas se adhieren al Sistema, manteniéndose activos en el mismo.

Algo muy importante que se debe resaltar de este Sistema de negocio es la relevancia con la que se trata el estar pendiente del “ser humano”, de resaltar sus cosas positivas, y permitir desarrollar las ideas. Aunque las condiciones de trabajo son distintas, se podría hacer una analogía con el Sistema tradicional, ya que este no enfatiza en el reconocimiento personal; los negocios tradicionales capacitan a su personal en temas técnicos, aunque no se puede desconocer su afán por cambiar las condiciones y adaptarse al entorno resaltando el talento de las personas.

- ✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 31 del cuestionario:**
¿Considera que la empresa lo ha ayudado a mejorar su situación económica, familiar y social?

Esta pregunta contempla la percepción que tienen los distribuidores frente a las cosas que han transformado o no con la participación en la organización

Gráfico 36. ¿Considera que la organización lo ha ayudado a mejorar su situación económica, familiar y social?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Los resultados graficados anteriormente indican que el 84% y 90% en Herbalife y Amway respectivamente, consideran que la organización lo ha ayudado en diferentes ámbitos de su vida. Por su parte, un 16% de los entrevistados en Herbalife y el 10% de los entrevistados dejan de manifiesto con su respuesta que no saben/no responden, se puede justificar esta respuesta bajo la premisa de que son personas que apenas han ingresado al Sistema y por lo tanto aun no pueden determinar con certeza si la organización y en si trabajar guiados por este Sistema provoca una mejora en la vida, económica, social o familiar.

Las personas que calificaron afirmativamente a esta pregunta complementan su respuesta con frases como las que se indicaran a continuación de manera generalizada: (para mayor organización se indica la situación económica, familiar y social de manera separada)

- **En la situación económica.**

- o El negocio es una fuente de ingresos que crece ilimitadamente en la medida del trabajo realizado.
- o Pagar deudas
- o Mejorar condiciones de vivienda y transporte

- **En la situación familiar**

- o Existe la posibilidad de realizar el negocio con la familia, o espos@
- o Al tener flexibilidad en el tiempo las personas comparten más tiempo con sus familiares.
- o Las personas que tienen hijos consideran que estar encaminados todo el tiempo por el camino de desarrollo y superación, ellos están predispuestos a absorber esa información y tener grandes expectativas en el futuro.
- o Posibilidad de viajar con la familia

- **En la situación social**

- o Posibilidad de permanecer en un ambiente social cargado de buena energía
- o Al ser un Sistema de trabajo donde no se maneja la competencia se establecen relaciones de amistades y crecimiento de equipo.
- o Posibilidad de aprender de los demás
- o Conocer personas con actitud positiva de muchos lugares del país y de países donde actúa el Sistema del Multinivel (Herbalife y Amway)

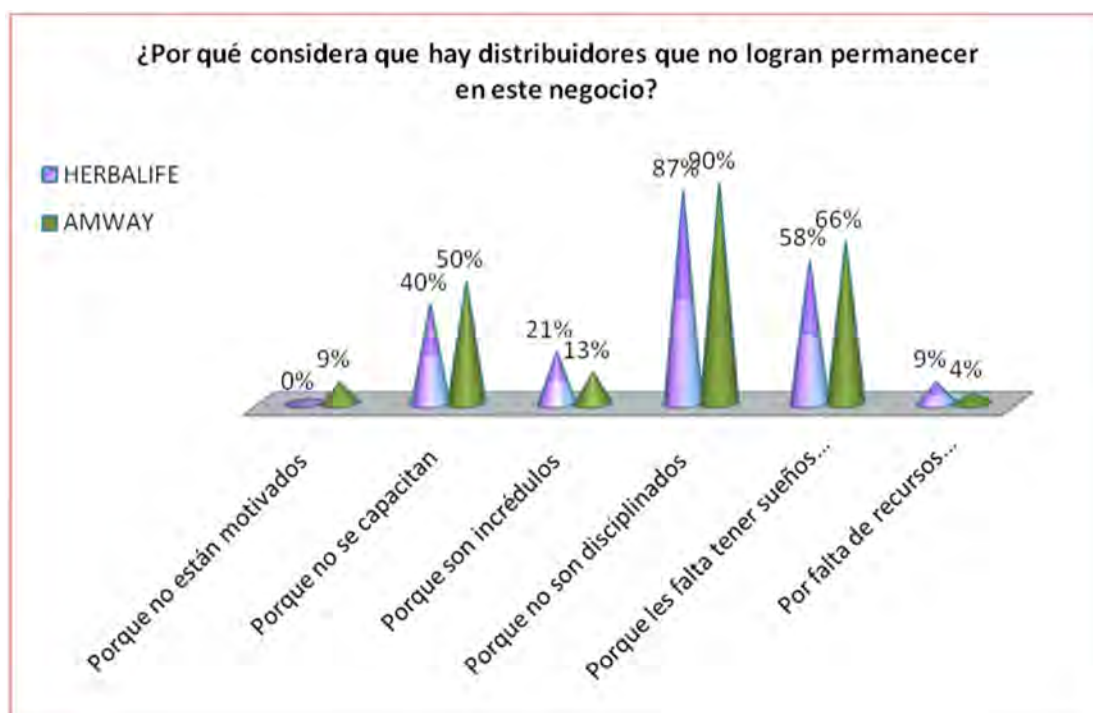
Las condiciones experimentadas por los entrevistados en los ámbitos mencionados anteriormente son positivas de manera general, centrándose principalmente en el bienestar familiar y social. Las características mencionadas dentro de estos aspectos, refleja que paulatinamente dentro del Sistema de trabajo del Multinivel se busca construir como prioridad el tejido social, satisfaciendo necesidades del “ser humano”, principalmente con su entorno familiar y social y simultáneamente mejorando el futuro económico.

- ✓ **Análisis de las respuestas obtenidas en la pregunta 32 del cuestionario: ¿Por qué considera que hay distribuidores que no logran permanecer en este negocio?**

Esta última pregunta examina la razón o razones por las cuales los entrevistados consideran es causa de abandono del negocio y Sistema a la vez.

Aunque idealmente esta pregunta debería hacerse a los distribuidores que no lograron permanecer en el negocio, se incluye en el cuestionario de las personas que se encuentran activos realizando el negocio para saber su punto de vista al respecto.

Gráfico 37. ¿Por qué considera que hay distribuidores que no logran permanecer en este negocio?



Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Los resultados graficados indican que el 87% de los entrevistados en Herbalife y el 90% en Amway abandonan la organización porque “no son disciplinados”, el 58% y 66% en Herbalife y Amway, respectivamente indican que entre las razones por las cuales las personas no siguen en el negocio es por no tener recursos para invertir. El 40% en Herbalife y 50% en Amway consideran que las personas no siguen en el negocio porque no se capacitan. El 21% en Herbalife y 13% en Amway de los entrevistados consideran que las personas no siguen en el negocio por ser “incrédulos”. Finalmente la falta de recursos se manifiesta como una de las razones por las que las personas no permanecen en el negocio, esto se presenta con el 9% en Herbalife y 4% en Amway.

Un análisis general frente a los resultados que indican las razones por las que los distribuidores no consiguen permanecer en el Sistema son: la disciplina, no tener sueños concretos y no acercarse al Sistema para ser capacitados. Estas son unas de las grandes herramientas para hacer crecer el negocio, por lo tanto de no ser fuertes, las personas pueden desistir fácilmente de continuar con el negocio.

Desde el Sistema de capacitación de las organizaciones multinivel enfocan la perspectiva que las personas que ya están en el Sistema conocen sobre el tema y por lo tanto se necesita seguir minuciosamente cada una de las recomendaciones indicadas por parte del patrocinador/auspiciador, también implica cambio al que no todas las personas están dispuestas. La disciplina comienza al estar preparados para ser enseñables escuchando, leyendo, estudiando, meditando, memorizando libros, y audios y

capacitaciones sobre superación personal y sobre el negocio para que todo ello sea aplicable, en esta parte también se une la razón que indica que la falta de capacitación hace que las personas no se mantengan en el Sistema.

Las organizaciones Multinivel con su Sistema de capacitación enfatizan en la importancia de tener un sueño claro y concreto que por los resultados de la grafica anterior no es el fuerte de las personas que abandonan el Sistema, eso en la medida de lo percibido por las personas que se encuentran dentro del mismo.

En la última parte de la encuesta se presenta la tabla 22 que indica de manera resumida la información que se ha logrado obtener sobre aspectos actuales dentro de la organización Multinivel.

Tabla 22. Datos relevantes de la encuesta “aspectos actuales dentro de la organización”

Resultados predominantes y similares encontradas en Herbalife y Amway	Resultados particulares		Concepto
	Herbalife	Amway	
Actividad actual: El mayor porcentaje se concentre en personas dedicadas a un empleo y distribuidores independientes.	Las personas realizan de manera general sus actividades, a la vez que realizan el negocio.	Las personas realizan de manera general sus actividades, a la vez que realizan el negocio.	Este negocio tiene la ventaja de funcionar con flexibilidad y disciplina por lo tanto no requiere abandonar las actividades cotidianas, sino realizan el negocio de manera planificada
Horas dedicadas al desarrollo del negocio: De 4 a 6 horas			Las personas distribuyen el tiempo para desarrollar el negocio y otras actividades de manera paralela.
Las capacitaciones recibidas con más frecuencia por parte de las organizaciones son: Semanales y mensuales	Herbalife realiza capacitaciones semestrales	En Amway realiza capacitaciones trimestrales.	El Sistema de entrenamiento está repartido a lo largo del año con el propósito de formar de manera integra a sus distribuidores
Incentivos recibidos por parte de la organización: Capacitaciones			Entre las tácticas de “retención”, las organizaciones enfatizan en capacitar y realizar reconocimiento personal.

especializadas, reconocimiento personal.			
Aspectos que las organizaciones Multinivel han logrado mejorar en la vida de las personas: Económico, social y familiar.			Las condiciones experimentadas por los entrevistados en los ámbitos mencionados anteriormente son positivas de manera general, centrándose principalmente en el bienestar familiar y social. Las características mencionadas dentro de estos aspectos, refleja que paulatinamente dentro del Sistema de trabajo del Multinivel se busca construir como prioridad el tejido social, satisfaciendo necesidades del “ser humano”, principalmente con su entorno familiar y social y simultáneamente mejorando el futuro económico.
Consideraciones del por qué los distribuidores no logran permanecer en el negocio: Por no ser disciplinados, por no tener sueños concretos, porque no se capacitan.			La percepción de los entrevistados acerca de las razones por las cuales las personas no permanecen en el negocio dejan vislumbrar la importancia de adaptarse a las expectativas de cambio que proponen las organizaciones Multinivel hasta lograr los resultados “prometidos” por las mismas.

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

En esta última parte del cuestionario se concluye que: las actividades principales de los entrevistados radican en, empleo, y distribuidores independientes. Las personas dedican entre 4 y 6 horas al negocio. Sobre las capacitaciones, la mayoría pueden acceder a seminarios/con convenciones semanales y mensuales. Dentro de los incentivos que más llaman la atención esta la posibilidad de crear ideas y tomar la iniciativa para desarrollarlas, el reconocimiento personal y las capacitaciones especializadas. Se encuentran aspectos positivos dentro de lo económico, social y familiar por ayuda de las organizaciones a las que hacen parte. Finalmente, la razón por la que algunos distribuidores no permanecen en el negocio, radican en: No ser disciplinados, no tener sueños concretos y no asistir al Sistema de capacitación.

3.3.6 Datos relevantes de la aplicación de la encuesta para Amway: En la tabla 23 “Datos relevantes de acuerdo a los niveles alcanzados en el plan de mercadeo de AMWAY” se resaltan características de las personas que desarrollan el negocio del Multinivel de acuerdo a los niveles del plan de mercadeo de alcanzados en la Ciudad de Pasto, la información se presenta de manera general agrupando esos niveles en tres categorías donde la primera hace alusión al “descuento por ventas” (ingresos lineales), la

segunda al “porcentaje de bonificación por el desempeño de la organización personal (ingresos residuales), y la tercer categoría se presenta con base a los reconocimientos (contempla ingresos por bonificaciones, viajes y seminarios especiales). Los datos se presentan tomando los porcentajes de personas que se encuentran en cada nivel y se agrupan para cada categoría, de tal manera que se pueda tener información homogénea y característica de las mismas dependiendo de los resultados de las variables de la encuesta. Los datos se presentan tomando los porcentajes de personas que se encuentran en cada nivel y se agrupan para cada categoría, con el propósito de tener información homogénea y característica de las mismas de acuerdo a variables que se presentaron en la encuesta.

Tabla 23. Datos relevantes de acuerdo a los niveles alcanzados en el plan de mercadeo de AMWAY

NIVELES PLAN DE MERCADEO AMWAY	PLATINO FUNDADOR					RUBÍ					PLATINO					ORO					PLATA				
	21% Dto * Desempeño					18% Dto * Desempeño					15% Dto * Desempeño					12% Dto * Desempeño					9% Dto *				
	Reconocimientos...					% De bonificación * desempeño Org.					% Descuento* vol. ventas														
Personas en cada nivel	2%	2%	5%	0 %	6%	10%	7%	3%	6%	23 %	4%	14%	19%												
Nivel de estudios:	Profesionales: 40% Cursos auxiliares: 34% Secundarios: 26%					Superiores: 62% Carreras técnicas: 37%					Secundarios: 35% y Carreras técnicas: 30% Superiores: 30% Cursos auxiliares: 5%														
Estrato económico	Estrato Cuatro: 73% Estrato tres: 27%					Estrato tres: 32% Estrato dos: 24% Estrato Cuatro: 23% Estrato uno: 21%					Estrato dos: 55% Estrato tres: 43%, Estrato cuatro: 3%														

Actividad principal	Distribuidor independiente: 80% Empleo: 20%	Comerciantes: 40% Distribuidor independiente: 29% Estudiantes: 23% Amas de casa: 8%	Empleo: 68%, Comerciantes: 16%, Amas de casa: 12% Estudios: 4%
Lugares más utilizados para desarrollar el negocio.	Centro de apoyo (Cámara de Comercio), 87%, Visitas varias: 13%	Centro de apoyo (Cámara de Comercio): 63% Casa: 23% casa de amigos: 11%, local/oficina: 3%	Centro de apoyo (Cámara de Comercio): 70% Visitas varias: 21%, local/oficina: 9%
Habilidad mejor desarrollada.	Liderazgo: 93% Poder de negociación y persuasión: 7%	Liderazgo: 91% Poder de negociación y persuasión: 9%	Liderazgo: 38%, Habilidad comercialización: 37%, Habilidades de comercialización: 25%
Tiempo realizando el negocio	Más de 4 años: 47% De 2 a 4 años: 53%	De 2 a 4 años: 46% Más de 4 años: 26% De 1 a 2 años: 20% Menos de 1 año: 8%	De 1 a 2 años: 42%, Menos de 1 año: 31% De 2 a 4 años: 24% Más de 4 años: 3%
Obtención de dinero para realizar los pedidos.	Ingresos producto del negocio 100%	Ingresos producto del negocio: 63% Ahorros personales: 40% Ahorros familiares: 26%	Ahorros familiares: 60% Créditos Bancarios: 47%, Ingresos producto del negocio: 32%
Cantidad de Personas que conforman su organización personal.	De 50 a 60: 40% De 20 a 30: 33% Más de 60: 27%	De 20 a 30: 46% De 30 a 40: 37% De 10 a 20: 17%	De 10 a 20: 52% menos de 10: 42% De 30 a 40: 6%
Ingresos lineales por ventas directas	De \$1 a \$2 millones: 60% De \$500 mil a \$1 millón: 40%	De \$200 a \$500 mil: 48% De \$0 a \$200 mil 32% De \$500 mil a \$1 millón 20%	De \$200 a \$500 mil: 46% De \$0 a \$200 mil: 32%, De \$500 mil a \$1 millón: 13% De \$1 a \$2 millones: 9%
Ingresos residuales (red)	De \$4 a \$5 millones: 53% De \$2 a \$3 millones: 34% De \$5 millones a mas: 13%	De \$1 a \$2 millones: 48% De \$2 a \$3 millones: 37% De \$3 a \$4 millones: 14%	De \$0 a \$1 Millón: 62%, De \$1 a \$2 millones: 38%

Horas diarias dedicadas al negocio	De 10 a 12 horas: 60% De 7 a 9 horas: 40%	De 4 a 6 Horas: 63% De 1 a 3 Horas: 20% De 7 a 9 horas: 17%	De 4 a 6 horas:57% De 1 a 3 Horas:43%
---	--	---	--

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

3.3.7 Datos relevantes de la aplicación de la encuesta para Herbalife: En la tabla 24 “Datos relevantes de acuerdo a los niveles alcanzados en el plan de mercadeo de HERBALIFE” se resaltan características de las personas que desarrollan el negocio del Multinivel de acuerdo a los niveles del plan de mercadeo de Herbalife alcanzados en la Cuidad de Pasto, la información se presenta de manera general agrupando esos niveles en dos categorías donde la primera hace alusión al “descuento por ventas” (ingresos lineales), la segunda categoría se presenta con base a los reconocimientos (contempla ingresos por bonificaciones, viajes y seminarios especiales). Los datos se presentan tomando los porcentajes de personas que se encuentran en cada nivel y se agrupan para cada categoría, con el propósito de tener información homogénea y característica de las mismas de acuerdo a variables que se presentaron en la encuesta.

Tabla 24. Datos relevantes de acuerdo a los niveles alcanzados en el plan de mercadeo de HERBALIFE

NIVELES PLAN DE MERCADERO HERBALIFE							
Porcentaje de personas en cada nivel	2%	8%	24%	12%	14%	14%	26%
Nivel de estudios:	superiores: 52% Secundarios: 48%			superiores : 42%: Secundarios: 29% Carreras técnicas: 23% Cursos Auxiliares: 5%			
Estrato económico:	Estrato tres: 92% Estrato Cuatro: 8%			Estrato uno: 48% Estrato dos: 26% Estrato tres 18% Estrato cuatro 8%,			

Actividad principal	Comerciantes: 39% Empleo 26% Distribuidor independiente: 22% Amas de casa 13%	Distribuidores independientes: 37% Empleo: 27% Estudiantes: 22% Amas de casa: 14%
Lugares más utilizados para desarrollar el negocio.	Centro de apoyo (oficina principal y clubes de nutrición): 89% Visitas varias: 57%, Visitas varias: 26% Casa de amigos: 24%.	Centro de apoyo (oficina principal y clubes de nutrición): 85% casa de amigos 52% Casa: 39% Local/oficina 18%
Habilidad mejor desarrollada	Liderazgo: 48% Poder de negociación y persuasión: 41% Habilidad en comercialización: 11%	Habilidad en comercialización: 58% Liderazgo: 34% Poder de negociación y persuasión: 8%
Tiempo realizando el negocio	De 1 a dos años: 54% De 2 a 4 años: 35% Más de 4 años: 11%	Menos de 1 año: 56% De 1 a 2 años: 44%
Obtención de dinero para realizar los pedidos.	Ingresos producto del negocio: 91% Ahorros familiares: 9%	Ingresos producto del negocio: 45% Ahorros personales 36% créditos bancarios: 17% Ahorros familiares: 2%
Cantidad de Personas que conforman su organización personal.	De 40 a 50: 35% De 50 a 60: 26% De 20 a 30: 22% Más de 60: 17%	De 10 a 20: 46% Menos de 10: 28% De 30 a 40: 24% De 20 a 30: 2%
Ingresos lineales por ventas directas	De \$500 mil a \$1 millón: 46% De \$200 a \$500 mil: 26% De 2 a 5 millones: 15% De \$1 a \$2 millones: 13%	De \$500 mil a \$1 millón: 32% De \$200 a \$500 mil: 25% De \$0 a \$200: 20% De \$1 a \$2 millones 17% De \$2 a \$5 millones 6%
Ingresos residuales por la organización personal	De 1 a 2 millones: 34% De \$2.000.00 a \$3.000.000: 14% De \$3.000.000 a \$4.000.000: 14% De \$4.000.000 a \$5.000.000: 16%, De \$5.000.000 a más: 5%.	De \$ a \$1.000.000: 52% De \$1.000.000 a \$2.000.000: 48% De \$2.000.00 a \$3.000.000: 18%
Horas diarias dedicadas al negocio	De 10 a 12 horas: 13% De 7 a 9 horas: 85%, De 4 a 6 horas: 2%	De 4 a 6 Horas: 73% De 1 a 3 Horas: 27%

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

3.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS OBTENIDOS EN LA OBSERVACIÓN

Para la investigación como tal, se tuvo cierto contacto con los “Distribuidores Independientes” o también llamados “Empresarios Independientes”, de las ya mencionadas empresas Herbalife y Amway. Se logró asistir a algunos de los eventos, seminarios y capacitaciones locales donde se interrelaciono fácilmente con las personas y se logro tener charlas sobre su percepción frente al Sistema del Multinivel, lo cual también se verá observó en los resultados de la encuesta. También se consigo estudiar el comportamiento que se observa de forma empírica en estos eventos. Es así como inicia la investigación formal de este tipo de negocios con la expectativa de tener mayor conocimiento y utilizar la información que se pudiera extraer de las juntas de oportunidad y todos los cursos de capacitación disponibles en estas empresas, se acoplan los elementos que pueden ser atendidos mediante la observación, es decir se tiene en cuenta lo visto, lo entendido y lo pensado.

En términos de tiempo y lugar para efectos de esta investigación la observación se inicia en el cuarto trimestre (octubre) del año 2011. Para la realización de los apuntes que llevaron a las conclusiones que a continuación se describen se asistió de forma regular a juntas de oportunidad llevadas a cabo en diversos centros de apoyo de cada una de las organizaciones. Una de las actividades llevadas a cabo en esta investigación fue la de inscribirse personalmente como distribuidor de ambas compañías para así poder asistir a estos eventos y tener acceso a información precisa del contexto que las envuelve.

La observación e interacción con las personas de las organizaciones objeto de estudio permite reconocer que los mecanismos de venta y principalmente los de reclutamiento son los que han llevado a las personas que ahora hacen parte de estas empresas a mirar “oportunidades”, frente a una realidad insatisfactoria que se deja ver más abiertamente cuando se da a conocer la oportunidad de negocio propuesto por la organizaciones del Multinivel. Situaciones como la necesidad de reconocimiento, el ambiente de trabajo, el estilo de vida, relaciones sociales, independencia financiera, son algunas de las razones fundamentales que manifiestan los distribuidores del por qué hacen parte de estos Sistemas. Los distribuidores siembran sus expectativas y trabajan en ellas.

Durante la investigación se observó que las personas que han logrado resultados positivos con un desarrollo personal y también económico presentan algunas de las características siguientes:

- **Las personas de mayor crecimiento y estabilidad dentro de la compañía:**
 - Sufrieron un tipo de decepción y/o necesitaban una oportunidad distinta en la vida para poder salir adelante. Dentro del grupo de sus “impulsos” para motivarse se encontraron: 1. La carencia de oportunidades que brinda el mercado laboral actualmente, 2. Una necesidad de obtener ingresos para satisfacer necesidades primarias y secundarias, 3. Un deseo o voluntad para realizar un cambio importante en su vida.

- Son personas disciplinadas que habían intentado una realización personal por medio del trabajo en otro tipo de actividad y que a pesar de ello no lograron obtener el beneficio esperado.
- Son personas adultas, en su mayoría de más de 30 años, que han laborado algún tiempo y que no han conseguido cubrir todos sus anhelos y más aún, quizá han fracasado en sus varios intentos de mejorar su economía y la de sus familias.

Por medio de la observación se encontró también que durante los seminarios mensuales se congrega un número mayor de personas en los eventos, principalmente porque se compone de distribuidores e invitados, allí, se puede percibir un ambiente de armonía y positivismo que ayuda a mantenerse activo en el Sistema. Cada una de las experiencias compartidas de las personas que han tenido resultados en el negocio, asociado a la información que ahí se adquiere revitaliza a los presentes. La comunicación asertiva, y la emoción con la que se expresan los testimonios producen una reacción en la mente de los que escuchan, hacia el creer, desear y hacer. La finalidad de los seminarios al cumplirse su etapa al final de la actividad es producir el crecimiento del negocio, ya que se busca que, el antes espectador se convierta en miembro activo y en emisor de mensajes igualmente asertivos.

Mediante algunos de los conversatorios realizados por los distribuidores de las dos compañías y en los cuales se pudo estar presente permitió llegar a concluir que uno de los mayores obstáculos a los cuales debe enfrentarse una persona después de haberse registrado, principalmente en uno los seminarios a los que asistieron, es dar a conocer la noticia a sus familiares, ya que la percepción inicial es que serán “vendedores puerta a puerta”, “que esto no es un trabajo serio” y “menos un negocio formal”.

Por otra parte, tomando como ejemplo a la organización de Herbalife en Pasto, en cuanto a la filosofía de Servicio y responsabilidad social, se puede afirmar que estos factores, no únicamente se promueven desde la casa matriz de Herbalife, sino que esa filosofía se busca difundir al más amplio nivel en todos los lugares donde se encuentran sus productos y a la vez los líderes que la representan, por esa razón los líderes en la Ciudad de Pasto, buscan la manera adecuada de promover la responsabilidad social a la cual se sienten comprometidos. La actividad puntual que realizaron es organizar un evento que se denominó “el kilo del amor”, esto consistió en convocar a todos los distribuidores de la organización a aportar alimentos no perecederos, ropa para niños y juguetes en el mes de diciembre. Posteriormente, con ayuda de una congregación religiosa se entregaron a 101 familias, kits que contenían el conjunto de los tres elementos.

También se ha logrado conocer que la organización de Herbalife en la Ciudad de Pasto, busca aportar a su responsabilidad social, a través de entregar a 2 personas de escasos recursos becas donde puedan desayunar saludablemente, es decir, que se alimenten con los productos que se promueven en los clubes de nutrición de la ciudad.

En una de las entrevistas que se logró con los líderes de la organización se dio a conocer por parte de ellos una de las proyecciones que tienen con Herbalife en pro de ayudar a la

región. Esta consiste en constituir la “Casa Herbalife”⁶⁵ que puede ser gestionada una vez ellos logren ser Presidentes de la compañía, este es un reconocimiento que esta propuesto dentro del plan de mercadeo de la misma.

3.5 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE CAMPO Y DOCUMENTAL

Habiendo revisado de forma detallada algunos de los diversos planteamientos que existen en torno al tema de iniciar un negocio propio en el Sistema del Multinivel, además de revisar algunas de las incidencias económicas y sociales que se modifican el proceso del mismo, como el crecimiento personal, el desarrollo de habilidades en ventas y liderazgo, las relaciones sociales y familiares, la oportunidad de generar ingresos y ocupación, es necesario en este punto de la investigación establecer algunos de los resultados que la investigación asociada a la información documental, plantea en este momento.

3.5.1 Interpretación de fundamentos teóricos en comparación a la información extraída de la investigación de campo. Es claro que la visión acerca de las condiciones para alcanzar el éxito, entendido este como el logro consecutivo de sueños, está cambiando a pasos agigantados, las personas buscan nuevas condiciones que propicien mejor calidad de vida, no únicamente “subsistir”, sin embargo lo paradójico de ello es que no todos tienen la suficiente perseverancia. La idea de luchar por los sueños carece de sentido cuando hay que enfrentar muchas dificultades, principalmente personales (miedos, frustraciones, falta de orientación, etc.), es quizá por ello que la percepción de los entrevistados cuando se plantea la pregunta del por qué los distribuidores abandonan el Sistema se sustenta con más del 50% indicando que la principal causa radica en no ser disciplinados. Siguiendo esta situación el autor que ha sido el referente principal en esta investigación Robert Kiyosaki, afirma que “la razón por la cual la mayoría no alcanza la cumbre es porque abandona demasiado pronto”, frente a estas dos situaciones disciplina y falta de constancia se puede decir que son aspectos muy marcados en las personas cuando estas se han educado bajo un modelo social y cultural, con la expectativa de un empleo que garantice estabilidad y obtener ingresos a corto plazo, por ello se pierde rápidamente la noción de encontrar la oportunidad de independencia, que para este caso ofrece el negocio del Sistema del Multinivel, pero, de manera general para cualquier ámbito de la vida será necesario no “abandonar”; y mantener la disciplina y la constancia enfocadas en las metas. Enfocarse en las metas es lo que hará mantenerse en el camino adecuado.

Una de las herramientas que mantendrán activa esa motivación interna, será tener claro hacia donde se quiere ir, y de manera general se podría decir que las personas que se encuentran en un Sistema como el del Multinivel ya han dado un gran paso, al menos al asistir a las capacitaciones logran generar cambios en la actitud, en la actividad y en muchos otros aspectos relacionados a la emoción y la autoestima.

⁶⁵ Programa que ayuda a ofrecer alimentos saludables y nutritivos en conjunto con organizaciones de caridad que trabajan con la comunidad infantil.

3.5.2 Métodos de motivación que influyen en el desempeño. “La “motivación” y la “emoción” representan la línea caliente de los procesos psicológicos, donde el estudio de la actividad humana se hace más humano y, por ello, la comprensión de sus aspectos prácticos presenta un especial interés, al tiempo que una mayor dificultad”⁶⁶.

El entorno en este caso es muy importante para los distribuidores. Principalmente en los semanarios y conferencias, donde la actitud de las personas, lo es todo, en todo momento. Pues de ello depende que más personas hagan parte del Sistema, como clientes o distribuidores y que el negocio se afecte debido a ello. Durante la investigación se pudo platicar con diversos distribuidores que comparten su experiencia y sostienen que las juntas de oportunidad y las reuniones con personas que tienen objetivos comunes, y que han logrado de formas diversas obtener beneficios, es un tipo de “combustible” por llamarlo de alguna forma, es un impulso para esforzarse, para emprender y para no sentirse derrotados, o frustrados. Es cuestión de avanzar hacia las metas establecidas. Así también una forma de renovarse y mantener presente las razones principales por las que hay que tomar acción.

Las juntas de capacitación, los oradores que participan en ellas y el gran entusiasmo de decenas de personas que en ellos invierten su tiempo provocan una reacción en cadena que permite el crecimiento paulatino pero ascendente de la organización. Encontrar que hay una forma alternativa de superar las necesidades e insatisfacciones económicas y personales y que esta se llama Multinivel, motiva y es el “impulso” o “motor” para estas personas.

En las “juntas de oportunidad o negocios” como son llamadas en ambas organizaciones, (Herbalife y Amway) los distribuidores y las personas que se integran por primera vez escuchan las historias de otros individuos que como ellos, ingresaron a estas empresas con una visión (algunas sin definirse de forma clara). El compartir estas palabras de experiencias y vivencias, y las formas en las que su vida cambió, genera una actitud de emprender, es decir un cambio en la conducta. Es contagioso el ambiente, así, esas palabras penetran en el consciente y subconsciente de los que las escuchan con atención, son discernidas y van del pensamiento al sentimiento logrando en muchos un cambio, no solo de conducta, sino de una actitud hacia la vida. Hacia la construcción de su destino.

- ✓ De acuerdo con el análisis documental y la investigación de campo en Herbalife y Amway

Habiendo consultado por recomendación, ya un número considerable de libros y audios de autores que tratan temas como lo son la motivación, la autoestima, el desarrollo personal, la programación neurolingüística y desarrollo en habilidades en los negocios, se ha discernido de forma muy clara que las empresas que utilizan el Sistema Multinivel y que logran expandirse de la forma en la que lo han hecho, ha sido producto de la aplicación de técnicas para ayudar a las personas que generan actitudes de compromiso

⁶⁶ FERNÁNDEZ, Enrique, PALOMERO Cantero F. Cuaderno de prácticas de motivación y emoción Ed. Ediciones Pirámide, S.A., 1997. p. 32. Tomado de: <http://grupobunge.wordpress.com/>. Consultado el: 22/01/2012.

en estas organizaciones; no ha sido un hecho sin bases estructuradas ser hoy reconocidas a nivel mundial.

A continuación se avanza hacia el cumplimiento del objetivo específico que persigue “realizar un paralelo y una tipificación de las organizaciones Herbalife y Amway conformadas en la ciudad de Pasto”

3.6 PARALELO ENTRE LAS COMPAÑÍAS HERBALIFE Y AMWAY

En la siguiente tabla se presentan las características de las Compañías Herbalife y Amway de manera general, hasta llegar a mencionar aspectos particulares de estas organizaciones en el contexto de investigación. Se recogió información a través de referentes teóricos y la aplicación de los instrumentos de recolección de información primaria (encuestas, entrevistas y observación) y de esa manera se hace un paralelo entre las dos.

Tabla 25. Paralelo entres las Compañías Herbalife y Amway

HERBALIFE	AMWAY
Empresa fundada en California, en 1980.	Empresa fundada en Ada, Michigan en 1959
Cotizan en la bolsa de valores En diciembre de 2004, la compañía efectuó una oferta pública y ahora sus acciones se cotizan en la Bolsa de Valores de Nueva York bajo el símbolo “HLF”. La empresa tuvo ventas récord de \$3,800 millones de dólares en 2008.	Es una compañía privada. Sus acciones no han sido emitidas al público
Costo del kit de distribuidor \$ 195.000	Costo del kit de distribuidor \$45.000
El kit incluye 4 manuales con información diversa de capacitación, un botón, con la leyenda “¿Y tú ya tomaste tu batido?”, un video de presentación y capacitación, un contrato de distribución y un producto para preparar bebida energética.	El estuche de negocios de Amway contiene: Manuales de Referencia 1. DVD de entrenamiento ¡Bienvenido a Amway! y Folleto PLAN 1. Guía de inicio rápido, catalogo de productos. Guía de capacitación. Listas de precios.
Productos orientados a nutrición interna y externa (nutrición celular): complementos alimenticios, vitamínicos y energizantes y productos para el cuidado personal que nutren y protegen el rostro.	Productos de consumo masivo: nutrición y bienestar, cuidados personal (cremas, jabones desodorantes, shampoo, etc.), cuidado del hogar y tecnología del hogar.
Para conseguir el máximo descuento (Mayorista) en la organización el distribuidor deberá desplazar un total de	Para conseguir el máximo descuento en la empresa el distribuidor deberá desplazar un total de 4.300 puntos de volumen lo cual

4,000 puntos de volumen lo cual representa en pesos la cantidad aproximada de \$ 8.200.000 en total.	representa en pesos la cantidad aproximada de \$8.400.000 en un total de un mes.
Para conservar el descuento y los mayoristas en su red, el distribuidor deberá recalificar una vez al año haciendo exactamente lo mismo que cuando calificó a mayorista por primera vez.	Para conservar el descuento el distribuidor deberá de tener un consumo mínimo al mes de 300 puntos personales + 1.200 puntos de grupo.
Bajo normas de funcionamiento de la Compañía los distribuidores pueden ubicar puntos de comercialización denominados "Club de Nutrición".	Según las políticas de la compañía los distribuidores no tienen el aval para colocar puntos de distribución o exhibición de los productos.
Se enfocan en la importancia de la venta directa. (Clientes), de esa manera se busca personas que se interesen en realizar el negocio.	Se enfocan en la importancia de formar la red de Distribuidores (personas afiladas consumiendo), de esa manera se forma el negocio
Centros de Apoyo en la Ciudad de Pasto: Los eventos de fin de mes se realizan en lugares de prestigio en la ciudad, tales como: El Hotel Agulango, Restaurante Vino Tinto. Y los eventos que se realizan durante el mes se efectúan en el centro de apoyo ubicado en la calle 18 Nro. 25-50. Las personas que han alcanzado mayor reconocimiento dentro del plan de mercadeo son los encargados de preparar los eventos, cuidan cada detalle de la presentación para que impacte positivamente en todas las personas (invitados para iniciar el negocio) que se hacen presentes.	Centros de Apoyo en la Ciudad de Pasto: En general los eventos se llevan a cabo en salones de la Cámara de Comercio de la Ciudad. Las personas que han alcanzado mayor reconocimiento dentro del plan de mercadeo son los encargados de preparar los eventos, cuidan cada detalle de la presentación para que impacte positivamente en todas las personas (invitados para iniciar el negocio) que se hacen presentes.
Inversión en los eventos de capacitación en la Ciudad de Pasto: Los eventos mensuales tienen un valor que varía dependiendo del nivel en el cual se encuentre el Distribuidor. El valor de la entrada se clasifica en 2 categorías: a). Distribuidor, \$ 35.000 pesos. b). mayorista, \$60.000 pesos por persona. Las actividades de capacitación semanales no requieren inversión económica. Para personas invitadas no tiene costo alguno.	Inversión en los eventos de capacitación en la Ciudad de Pasto: Los eventos de fin de mes tienen un valor aproximado de \$25.000 pesos por persona, indiferente del nivel alcanzado por cada persona en el plan de mercadeo de la Compañía. Los eventos semanales tienen un valor de \$8000 pesos. Para personas invitadas no tiene costo alguno.
Herramientas de trabajo utilizadas en	Herramientas de trabajo utilizadas en:

Comercialización y Prospección: . Cena saludable. . Cena saludable de negocios. . Hidratación facial . Club de nutrición. . Visitas varias. . Contactos personales (tarjetas o volantes) . Llamadas a clientes reales y potenciales.	Comercialización y prospección: . contactos personales (tarjetas o volantes) . visitas varias . Llamadas a clientes reales y potenciales.
Actividades de capacitación: semanales Seminario de inicio, academia básica, universidad de éxito, reunión de anfitriones. Mensuales Presentación de invitados especiales. Busca motivar para seguir o iniciar el negocio.	Actividades de capacitación: Semanales: . Orientaciones sobre la oportunidad de negocio, principalmente. Mensuales Presentación de invitados especiales. Busca motivar para seguir o iniciar el negocio.

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

3.7 TIPIFICACIÓN ORGANIZACIONAL DE HERBALIFE Y AMWAY

La tipificación que se realiza a continuación es única para las dos organizaciones llegando a reconocer varios puntos semejantes entre ellas que permiten resaltar características organizacionales que proyectan en común. Las similitudes de estas compañías radican principalmente en el Sistema de mercadeo o plan de mercado.

A continuación se enlistan sus similitudes:

- Son organizaciones extranjeras que llevan en la industria del Sistema Multinivel más de 30 años ejerciendo sus funciones.
- Son Compañías que hacen parte como miembros activos de asociaciones nacionales de venta directa y en todos los países donde hacen presencia.
- Son creadoras de productos para consumo masivo que se enfoca en el bienestar integral.
- Cuentan con un Sistema de distribución de productos de venta directa Multinivel a través de distribuidores independientes.
- Ofrecen un plan de descuentos, bonos y “reconocimientos” de acuerdo al incremento en el nivel de ventas individuales o por la organización descendente.

- Cuentan con un Sistema de información computarizado que ayuda a llevar un control de la puntuación que cada distribuidor ha logrado con su esfuerzo y además registrar la estructura de la organización en red de forma organizada. (información confidencial)
- Capacitan y motivan a los distribuidores a través de juntas masivas que se llevan a cabo con cierta regularidad, las capacitaciones se enfocan en la comercialización, formación del negocio y el liderazgo.
- Dentro de la capacitación está inmersa en ambas organizaciones la disciplina de leer. Son libros dirigidos al crecimiento personal, tales como: La Magia de Pensar en Grande, la Llave Maestra de la Riqueza, Piense y Hágase Rico, La vaca, El Rinoceronte, Comienza Donde Estas, Mi Primer Año en el NetWork Marketing, Mercadeo para Copiones, La Parábola del Conducto, Como Ganar Amigos, entre otros. También está el hecho de capacitarse mediante audios que manifiestan la historia y los resultados de las personas que hacen parte del sistema, y seminarios regulares.
- Recompensan a los distribuidores de distintas formas que se describen en el plan de mercado propuesto por cada organización.
- Plantean un plan de acción que es definido con objetivos, actividades, recursos necesarios, tiempo para actuar y fecha de finalización, que orienta el trabajo de los distribuidores independientes.
- Ambas cuentan con manuales del distribuidor independiente en donde se explica el plan de mercado y las normas de ética que se deben observar, además proporcionan una serie de herramientas de apoyo para desarrollar el trabajo, ya sea por medios escritos o digitales, estas herramientas dan pautas para conocer el negocio y como actuar frente al mismo con mayor certeza y efectividad.
- “Educan” al distribuidor en aspectos como la Disciplina, la puntualidad, importancia de la presentación personal y la buena actitud no únicamente en el negocio sino también ante la vida, este es un factor fundamental dentro de estas organizaciones.

3.8 PARALELO ENTRE LAS COMPAÑÍAS DEL SISTEMA MULTINIVEL Y TRADICIONAL

Con la presentación de la tabla 26 se da cumplimiento al objetivo “realizar un paralelo de la características entre las compañías del Sistema Multinivel y Tradicional”, este objetivo se planteó con el propósito de apoyar el desarrollo del objetivo que busca conocer las ventajas y desventajas del Sistema Multinivel como una de las alternativa de ingreso. Las ventajas y desventajas del Multinivel serán planteadas en cierta medida de la comparación con la forma tradicional de generar ingresos y desarrollar negocios.

Entre las diferencias más importantes que se observaran de esta comparación están las oportunidades que se derivan del Sistema Multinivel en términos de: retribución económica a corto y largo plazo, fácil incorporación a las organizaciones, brindan un

Sistema de negocio ya diseñado, “estabilidad laboral”, capacitación constante sobre el negocio y desarrollo personal, mejores reconocimientos personales.

Tabla 26. Paralelo de las compañías del Sistema Multinivel y Tradicional

COMPAÑÍAS MULTINIVEL	Explicación	COMPAÑÍAS TRADICIONALES
Brindan la oportunidad de desarrollar un negocio	Las empresas del Multinivel ofrecen un Sistema articulado con herramientas de capacitación y trabajo para hacer crecer su propio negocio. Las empresas tradicionales ofrecen dependencia de un empleo y un salario.	Brindan la oportunidad de un empleo.
No es requisito tener un nivel escolar específico, ni experiencia previa.	Las situaciones que manifiestan las empresas del Sistema tradicional sobre educación y experiencia abren las puertas a las empresas del Sistema Multinivel, para que las personas hagan parte activa de las mismas.	Se requieren niveles escolares mayores a primaria y experiencia en un trabajo en particular, incluso habiendo terminado una carrera profesional.
El estado civil de la persona no es impedimento o requisito	Los requisitos de algunas empresas del Sistema tradicional siguen siendo un condicionante que limita el ingreso a un empleo. En el Sistema Multinivel no es impedimento para iniciar.	El estado civil es importante para ser evaluado como candidato en un puesto vacante
Se puede permanecer como distribuidor independiente el tiempo que se desee laborar como tal. (genera estabilidad laboral)	En las empresas del Sistema Multinivel la persona es dueña de su propio negocio y puede permanecer en él. En las empresas tradicionales, las personas pueden ser reemplazadas fácilmente por otras.	Se establecen contratos por tiempo establecido, nada garantiza que se permanezca en el empleo aún a pesar del desempeño y la dedicación
El distribuidor decide cuánto tiempo dedicará a formar su negocio.	Las empresas Multinivel guían en la labor de desarrollar el negocio y de manera autónoma las personas deciden como trabajara para alcanzar sus metas. En las empresas tradicionales las personas dependen de unas normas a cumplir sobre el tiempo de trabajo.	Existe un mínimo de horas laborales regido por la Ley, de acuerdo al Código Sustantivo del Trabajo, la jornada de trabajo es de 8 horas diarias.
No se cuenta con seguridad social	Las empresas Multinivel proyectan su Sistema como un negocio independiente	El empleador deberá ingresar al

ofrecida por la empresa Multinivel	propio, lo que implica que estas no tengan contrato alguno en cuanto a prestaciones sociales. En el Sistema tradicional el empleador debe garantizar el cumplimiento de seguridad social con sus colaboradores.	trabajador en el Sistema de seguridad social que corresponda. (Ley 100 de 1993).
El distribuidor podrá tener retribución económica que garantice sus ingresos a futuro.	Las empresas Multinivel permiten al distribuidor generar ingresos residuales por lograr construir su organización de distribuidores. En las empresas tradicionales las personas ganan en proporción del tiempo que venden, (si dejan de trabajar dejan de ganar).	El empleador descuenta del salario del empleado cierta cantidad de dinero que “se supone” será utilizada por el empleado al momento de su retiro.
Reconocimiento personal	En las organizaciones Multinivel el reconocimiento personal sobre los logros alcanzados es una prioridad. (Enfatizan en resaltar al ser humano). Entre las insatisfacciones de las personas que trabajan en empresas tradicionales esta el “escaso” reconocimiento a sus esfuerzos, los empresarios se limitan a pagar un salario.	Insatisfacción en el reconocimiento personal.
Las empresas Multinivel promueven capacitación constante que impulsa a las personas a mejorar su situación económica y personal, y desarrollar habilidades principalmente de ventas y liderazgo.	Las actividades de capacitación son fuente de crecimiento y motivación. Hacen que fluyan los sueños de las personas y esa es la energía que impulsa a la acción, con herramientas adecuadas. La capacitación orientada en el ser humano permite alcanzar mayor productividad organizacional, las empresas Multinivel saben de ese gran valor y lo manejan efectivamente, por su parte las empresas tradicionales se están preocupando por aplicar esos programas.	Algunas empresas tradicionales cuentan con cursos de capacitación que están enfocados principalmente al trabajo que se desempeña en un área particular. Vale resaltar la disposición de cambio que han hecho las empresas por motivar a sus colaboradores.
El distribuidor podrá ir escalando niveles de ingreso y reconocimientos en la medida en la que se desempeñe.	A través de las empresas Multinivel las personas se construyen personal y financieramente en la medida de su compromiso. En las empresas tradicionales las personas dependen de disposiciones ajenas para seguir o no en su empleo.	El empleado deberá principalmente buscar formas alternativas además o a pesar de su desempeño para ser considerado en algún aumento en la

		empresa.
El Sistema elimina el canal de distribución con varios intermediarios y el costo en publicidad.	Las empresas del Multinivel hacen que, los productos lleguen directamente al Distribuidor (que también es consumidor final) y de allí al Consumidor final (clientes). Esto hace que la mayor parte de las ganancias quede en manos de los distribuidores que son los encargados de hacer la buena publicidad. Las empresas tradicionales utilizan varios medios de distribución para llegar al consumidor final, e invierte en medios masivos de comunicación para hacer conocer sus productos, razón por la cual las ganancias de los productos se distribuyen a lo largo del proceso.	El canal de distribución es eficiente pero, son varios los entes que intervienen en el mismo hasta llegar al consumidor final además se invierte en varios medios publicitarios.

Fuente: información obtenida a partir de la encuesta aplicada.

Después de haber resaltado las características del sistema multinivel y tradicional y encontrar principalmente diferencias entre los dos sistemas se procede a resaltar ventajas y desventajas del sistema multinivel

3.9 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS ORGANIZACIONES HERBALIFE Y AMWAY EN LA CIUDAD DE PASTO

El análisis que se presentara en esta parte de la investigación estará orientado a conocer las ventajas y desventajas del Sistema Multinivel de manera general pasando luego a las organizaciones Herbalife y Amway concretamente, esto con la expectativa de visualizar de manera sintética los pro y los contra que pueden surgir al mirar este tipo de Sistemas como una de las alternativas para generar ingresos. De esa manera se estaría dando cumplimiento al objetivo “Describir las ventajas y desventajas del Multinivel dentro del contexto regional como una de las alternativas de ingresos”.

Las ideas que se expondrá principalmente son un cumulo de resultados alcanzados sobre el contexto que fluye alrededor del Sistema Multinivel. La información se presenta como resultado de lo encontrado a lo largo del análisis de algunos puntos de la encuesta, la entrevista, la observación y las referencias teóricas del tema.

La información presentada en la tabla 27 (Ventajas y desventajas del Sistema Multinivel) va de lo general a lo particular, siendo incluyentes las ventajas y desventajas de la primera parte en la siguiente. En la misma tabla se realizan observaciones de los aspectos que se van presentando.

Tabla 27. Ventajas y desventajas del Sistema Multinivel

	VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SISTEMA MULTINIVEL	Descripción y observaciones
VENTAJAS	Los costos iniciales son mínimos, al igual que los Riesgos percibidos.	Para ingresar a la organización la inversión es generalmente modesta, implica inicialmente adquirir un kit de registro. Todo funciona de acuerdo a la disposición económica y de trabajo de cada persona. Si se informa bien de la trayectoria y enfoque de la organización Multinivel el riesgo es mínimo, en caso de decidir que el negocio no “conviene”, este Sistema de negocios hace que resulte fácil tomar un nuevo rumbo.
DESVENTAJAS	Los Sistemas usualmente requieren de asistir a reuniones, seminarios y eventos especiales para mantener el espíritu emprendedor. Si no tiene paciencia, se expone simplemente a perder su tiempo y dinero, inversión en libros, y productos que son parte del Sistema.	Si se logra aprovechar sabiamente el Sistema existente que provee de un sin número de herramientas a disposición se lograra ganar más que tiempo y dinero. Crecimiento personal. Esto es necesario aunque no siempre se aprecie el beneficio inmediato.
DESVENTAJAS	Existe mucho pseudo-líder dirigiendo redes. Es difícil reconocer quién puede verdaderamente guiar de forma correcta a construir un negocio exitoso.	Es vital informarse de la solidez de la organización que se ha construido en torno a la Compañía de la cual se desea hacer parte. Ya que el nivel de liderazgo desarrollado fortalece y motiva la permanencia en el Sistema y por ende el desarrollo del negocio.
VENTAJAS	Las Compañías Multinivel desean “hacerlo fácil” para que las personas comiencen a trabajar con ellas.	La expectativa es que toda persona que desee ingresar en este Sistema de negocios tenga la posibilidad de acceder a él bajo las mismas condiciones, siendo accesible.
DESVENTAJAS	Muchas veces las Compañías Multinivel requieren que se cumplan ciertas metas mínimas de ventas para obtener los puntos y beneficios, que si no se alcanzan causan cierta frustración en el Empresario Independiente ⁶⁷	El plan de mercadeo de cada Compañía varía, ello implica que algunas tengan como política alcanzar ciertas metas en ventas o consumo personal, aspectos que pueden ser inamovibles para mantener o ganar posición dentro de ese mismo plan..
	Lo atractivo de ser miembro de un Sistema Multinivel es la retribución que ofrece por las ventas directas y	El Sistema Multinivel contempla en su plan de mercadeo retribución mediante: ingresos lineales, (ingresos por ventas),

VENTAJAS	por las ventas de las personas reclutadas bajo su línea.	ingresos residuales, (ingresos por la red de distribuidores), a demás las personas pueden acceder de acuerdo a su desempeño viajes capacitaciones especiales.
DESVENTAJAS	Estas compañías aunque benefician a un número de personas mediante proveer de formas alternativas para lograr ingresos, no son un sustituto equivalente al empleo formal.	El modelo que emplean estas Compañías es el de ser un empresario , no de un trabajador (empleado) que posee por ejemplo prestaciones sociales. Por lo que los beneficios de cesantía y vejez así como otros de servicios médicos que se contemplan en nuestro país como beneficios de ley, solo podrán ser cubiertos por el mismo distribuidor a través de su esfuerzo en el crecimiento de su red de distribución.
VENTAJAS	Se posee un negocio propio con un Sistema articulado.	Cada persona es su propio jefe, por lo que goza de: hay elección de cuándo y cuánto desea trabajar, se fijan metas propias y determina como alcanzarlas, gana en proporción a los esfuerzos realizados, a la vez, la persona está apoyada en un Sistema de capacitación y trabajo que orienta sus acciones.
VENTAJAS	Productos de alta calidad, garantía de Satisfacción 100%.	Este son puntos fuertes que identifican a las Compañías del Sistema Multinivel, las personas que comercializan los productos se siente bien respaldados.
VENTAJAS	Las Compañías Multinivel generan inspiración por la proyección en la realización de los sueños.	En este Sistema de negocios se involucran al más alto nivel los sueños y anhelos de las personas; buscan al ser humano a través de ellos y lo inspiran, quizá ese sea el factor de éxito más importante de la industria del Multinivel en el mundo.
VENTAJAS	El Multinivel es un modelo de Negocio que permite no solo ir creciendo económicamente sino que además permite ir desarrollando habilidades personales muy interesantes	El Sistema facilita el conocimiento obtenido de otras personas de cómo funciona el negocio. El entrenamiento y apoyo en el desarrollo personal y del negocio es paso a paso, pero a la vez rápidamente a través de la acción
	Flexibilidad: un complemento del salario o un negocio a tiempo completo.	Este negocio ofrece la alternativa de ser ejecutado a tiempo parcial o completo, lo cual no significa que no necesita de disciplina y trabajo para alcanzar objetivos. Este negocio puede ser realizado a la vez que otras actividades.
	Un amplio mercado que busca el	En la actualidad la tendencia de consumo

	"bienestar" mejorando su calidad de vida.	de las personas se marca fuertemente hacia el "bienestar" (prevenir y no curar).
--	---	--

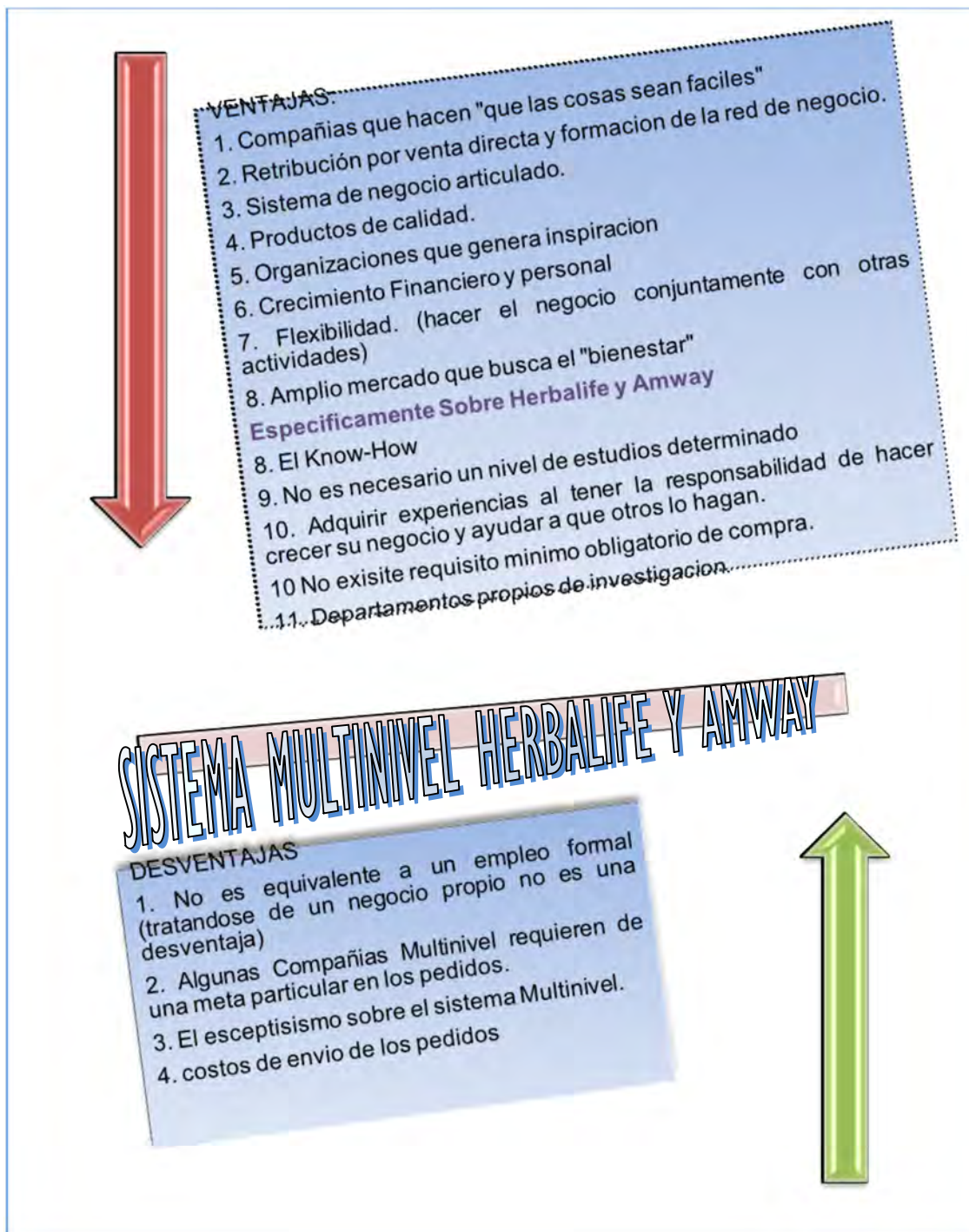
Tabla 28. Ventajas y desventajas de las Compañías Herbalife y Amway

Ventajas Herbalife y Amway	
Ventajas Herbalife y Amway	Análisis de las ventajas percibidas
Respaldo económico sólido	Herbalife Cotiza en la bolsa de valores de E.E.U.U.
El Know-How de Herbalife y Amway.	El conocimiento, la experiencia y el aprendizaje de estas Compañías es el soporte de sus distribuidores, a la vez el Sistema Multinivel ayuda a generar intangibles en las personas.
No es necesario un nivel de estudios determinado.	Las personas que desean hacer parte del Sistema y gestionar su negocio desde el Multinivel no necesitan un nivel de estudios determinado, sin embargo es válido dar a conocer que las personas que ya se encuentran en la organización se preparan muy bien en temas de autoayuda y superación personal, desarrollo de habilidades en los negocios, etc.
Adquirir experiencias al tener la responsabilidad de hacer crecer su negocio y ayudar a que otros lo hagan.	Forjar un negocio a través del Sistema Multinivel, implica una ventaja importante y es la de obtener información y conocimiento general de lo que significa desarrollar un negocio propio ya sea en el Sistema Multinivel como tal, o incluso en el Sistema tradicional, por ello hacer parte de estas organizaciones es un vínculo con la experiencia. La falta de práctica de muchas personas en los negocio hace que se cohíba de iniciar de manera independiente y por ello muchos no inician u otros pueden desaparecer.
Para convertirse en "distribuidor" y continuar siéndolo, no existe ningún tipo de requisito mínimo u obligatorio de compra de productos.	Después de haberse registrado en una u otra compañía y haberse retirado un tiempo del negocio no hay un requisito necesario para regresar.las personas tienen la autonomía de continuar o no en el Sistema por el tiempo que deseen.
Reconocimiento personal tomado como factor importante para mantener motivadas a los Distribuidores.	Las organizaciones del Multinivel generan motivación en las personas por medio del reconocimiento personal, por los logros alcanzados, esto es realizado tanto por las organizaciones de Herbalife y Amway generalmente al finalizar el mes.
Departamentos de desarrollo e investigación tecnificados, respaldo Medico y científico que avala la calidad de los productos.	Tanto Herbalife como Amway se destacan por la calidad de sus productos constituyéndose en el mejor referente para llegar al mercado con efectividad, dando confianza a sus distribuidores.

Ventaja exclusiva de Amway 1: Todos los productos susceptibles de ser puestos de nuevo a la venta pueden devolverse a Amway, que reembolsará su importe íntegro ⁶⁸ .	En casos particulares donde por ejemplo un distribuidor desee dejar de hacer el negocio y haya adquirido inventario, bajo ciertas especificaciones dadas por la Compañía puede regresar los productos adquiridos directamente.
Ventaja exclusiva de Amway 2: diversificación de productos orientados al consumo masivo.	Los distribuidores de esta compañía pueden abarcar distintos mercados por la variedad de productos que la compañía ofrece.
Ventaja de la organización Herbalife en la Ciudad de Pasto 1: Sistema de capacitación bien liderado.	Las capacitaciones que presenta la organización de Herbalife en la Ciudad son dirigidas por personas que han sabido desarrollar muy bien el arte del liderazgo, motivando y guiando eficazmente a su gente.
Desventajas Herbalife y Amway	Análisis de las ventajas percibidas
Costos de envío de los pedidos	Específicamente en la ciudad de Pasto se ha identificado como desventaja a la hora de hacer los pedidos, el costo de envío. Los pedidos se hacen generalmente a Bogotá, la distancia del centro nodal con esta ciudad hace que incrementen los costos de los pedidos.
El escepticismo presente sobre lo que es el Sistema Multinivel	Según el trabajo de campo donde se indago sobre la percepción que tenían los entrevistados antes de ingresar al Sistema se encontró que la imagen del Multinivel se proyecta como la forma de comercialización de puerta en puerta, cosa que para muchas personas se torna desagradable. Este es una idea que se podría generalizar, además, aquellas personas que ya se encuentran desarrollando el negocio, afirman que fue ese uno de los primeros “miedos” que tuvieron que enfrentar. Por otra parte esta la percepción de que el Multinivel es principalmente un negocio para mujeres, por lo que los hombres dudan en hacerlo.
Desventaja de Amway en la Ciudad de Pasto 1: Sistema de capacitación débil.	El Sistema de capacitación a pesar de estar activo de acuerdo a un plan de acción, no posee la influencia suficiente que “energice” a sus participantes. (es pasivo)

Fuente: información recopilada a través de fuentes teóricas sobre el Sistema Multinivel, páginas de internet propias de Herbalife y Amway; de las entrevistas, encuestas y observación aplicadas durante la investigación.

Gráfico 38. Resumen ventajas y desventajas del Sistema Multinivel



Fuente: elaboración propia.

3.10 IMPACTO SOCIOECONÓMICO

Al finalizar este capítulo en el proyecto de investigación se encontró que las personas que desarrollan el negocio del Multinivel obtienen beneficios socioeconómicos tanto para ellos como para entorno en el que se desenvuelven, a continuación se da a conocer el impacto que genera formalizar un negocio independiente a través de las organizaciones Multinivel tanto a nivel social como económico:

3.10.1 Impacto social. Las organizaciones Multinivel Herbalife y Amway comprometen a las 269 personas que hacen parte de esta investigación en la muestra total, ya que requieren aprender y ejecutar tácticas y estrategias puntuales con el propósito de tener los resultados esperados a nivel de crecimiento personal, para esto se emplea la ayuda de un Sistema de capacitación como eje fundamental en el negocio que contempla la formación integral, principalmente enfocado en el crecimiento del ser humano, de esa manera se ven afectadas positivamente variables como la familia, las mejores y amplias relaciones sociales, el desarrollo de habilidades como el liderazgo y el cambio positivo en la autoestima al contagiarse de buena energía con personas que permanecen con buena actitud y buscan superar constantemente las dificultades.

La flexibilidad del sistema permite a las personas adecuarse fácilmente a esta oportunidad y dar resultados grandes o pequeños tanto como se desee, eso implica que no se requiere de una edad, un nivel de estudios o una habilidad específica, lo que se requiere más concretamente es el emprendimiento que las personas promuevan frente a la oportunidad de negocio expuesta y la expectativa de ayudarse y ayudar a los demás a obtener resultados a través del sistema.

3.10.2 Impacto Económico. El impacto económico que producen las organizaciones multinivel es positivo porque se implementan nuevas herramientas de forjar un negocio independiente con el objetivo de lograr un desarrollo financiero al largo plazo. Como se ha detallado en la investigación, las organizaciones del Sistema Multinivel proporcionan una oportunidad real de generar ingresos lineales producto de la venta directa, que oscilan entre \$200.000 y \$1.000.000 de pesos, e ingresos residuales, provenientes de la comercialización de la organización personal, que fluctúan entre \$0 y \$2.000.000 de pesos. De esa manera los esfuerzos no son únicamente individuales sino también, producto de la incorporación de nuevas personas que están dispuestas a capacitarse, aprender, obtener resultados y buscar que otras personas hagan lo mismo fortaleciendo el incremento de ingresos y proyectarlos a corto, mediano y largo plazo

La investigación permite determinar que el actuar de las organizaciones Multinivel Herbalife y Amway contribuyen en la generación de ocupación de manera indiferente para cualquier persona que desee ingresar en estos Sistemas, gestándose allí una oportunidad de generar ingresos extras o únicos dependiendo del tiempo que se decida dedicar a la realización del negocio, ya que en este sistema cada persona es su propio jefe.

Tanto a nivel social como económico las organizaciones Multinivel presenta perspectivas futuras favorables para el crecimiento personal y financiero de las personas que deciden hacer parte de ellas, pues tienen una tendencia positiva por el “boom” de los productos

naturales que cada vez son más aceptados y por las expectativas de capacitación y desarrollo integral que manejan estas organizaciones para promover su plan de mercadeo.

CAPÍTULO IV

CONOCIMIENTO DEL SISTEMA MULTINIVEL COMO UNA OPCIÓN FORMAL DE NEGOCIO

Este capítulo específicamente contiene dos propuestas: la primera postula la metodología recomendada para elegir una empresa del Sistema Multinivel y otra, derivada de la anterior que es una guía práctica que sirva de herramienta para conocer y desarrollar el negocio del Sistema Multinivel.

4.1 METODOLOGÍA PARA LA ELECCIÓN DE UNA COMPAÑÍA MULTINIVEL

El objetivo de esta parte es generar orientación y conocimiento sobre el Sistema de negocios Multinivel y determinar los aspectos necesarios a tener en cuenta al momento de elegir una Compañía Multinivel a las cual afiliarse con la idea de que sea una verdadera fuente formal y accesible sobre aspectos económicos y sociales, manifestándose principalmente en el crecimiento personal y financiero de las personas que deseen hacer parte de esta alternativa de negocio en la Ciudad de Pasto- Nariño.

Una vez que se ha hablado acerca de lo que es el Multinivel, y su Sistema de funcionamiento, destacando características, ventajas y desventajas; de haber profundizado en dos organizaciones que hacen parte del Sistema Multinivel como es Herbalife y Amway y del impacto socioeconómico que estas han generado en las personas que desarrollan el negocio en la Ciudad de Pasto, y también haber realizado un paralelo entre las características de Sistema de negocios Multinivel y tradicional. Se procederá a hablar acerca de cómo encontrar una empresa de Multinivel, que como lo menciona Robert Kiyosaki en su Best Seller padre rico Padre pobre, "...Es importante que la empresa del Multinivel este comprometida en primer lugar a ayudarlo a usted a desarrollarse como ser humano, mas que ha convertirlo en un vendedor." Una empresa que representa el verdadero espíritu del Multinivel y que realmente sea una opción de ingresos únicos o adicionales.

A través de la información recabada durante el proceso de la investigación, ha sido posible construir puntos clave al momento de considerar la elección de una compañía del Multinivel. Estos puntos se agrupan en cinco áreas de análisis:

1. ¿Qué es Multinivel? Es una oportunidad de negocio que ofrece la posibilidad de alcanzar la independencia económica en el plazo de pocos años. Es una oportunidad para tener unos ingresos complementarios a los que nos genera nuestra actividad cotidiana. Es una oportunidad de conseguir ingresos de tipo residual. Imagine por un momento que sufres un despido, que tu negocio tradicional está ahogado por los impuestos y la competencia o simplemente que quieres tener unos ingresos mejores. ¿Te vendría bien disponer de otra fuente de ingresos que te garantizase mejorar tu nivel de vida?

Creando su propia organización Multinivel eso es posible, con la inversión de un pequeño capital tiene la posibilidad de garantizarte tu seguridad financiera, y lo mejor, sin necesidad de abandonar tu actual ocupación profesional, el Multinivel es compatible con

cualquier actividad y solamente requiere unas horas semanales que podemos detraer por ejemplo de nuestro tiempo de ocio.

Gracias al Multinivel gente normal tiene la capacidad de conseguir ingresos en cantidades superiores a cualquier otro tipo de negocios. Todos tienen un denominador común: "saben que la persistencia, el trabajo serio y la convicción son los tres elementos en los que se asienta su éxito".

2. ¿Quién es la empresa de Multinivel? Si bien es cierto, cualquier empresa que pertenezca a la AMVD, cuenta por este hecho con el respaldo de solidez y confiabilidad; también es cierto que hay empresas de empresas, es decir, no es, lo mismo ingresar en una empresa que lleva 40 años o más que por lo general son las empresas pioneras, que afiliarse en una que es relativamente joven. Esto porque existen factores directamente relacionados con la antigüedad de la empresa, por una parte la infraestructura que soporta la operación de la distribución y administración y por otra, el cumplimiento con la legislación aplicable para que sea legal.

Las Compañías que tienen más años de funcionamiento, presupone una mejor trayectoria que respalda una mayor infraestructura y cabal cumplimiento legislativo.

3. ¿Cuál es la oportunidad de negocio que ofrece? La oportunidad de negocio como tal debe ser analizada a través de la información oficial que brinde tanto la compañía Multinivel como alguna otra que pueda ser consultada públicamente. Por otra parte el plan de compensación debe ser comprendido en términos razonables, la persona interesada en ingresar puede apoyarse en la persona que le invitó a participar y directamente en la información que provee la Compañía antes de tomar la decisión de iniciar con el negocio, informarse correctamente producirá mayor confianza.

4. ¿Cuáles son sus programas de capacitación, en caso de tenerlos? Las Compañías del Sistema Multinivel bien establecidas, cuentan con la información adecuada de cómo funciona el negocio, pero independiente de ello, va más allá de capacitar para la comercialización de los productos. Se debe estar seguro de que ésta esté interesada en formar a la persona como líder y profesional en la industria, entonces la Compañía será recomendable.

De los programas Sistemas de capacitación, será necesario verificar:

- ✓ Que los haya con regularidad.
- ✓ Que se orienten a un desarrollo personal y empresarial
- ✓ Que cuente con la experiencia de empresarios en el contexto organizacional del que va a hacer parte. Eso respaldará su crecimiento.

5. ¿Cuáles son los productos y servicios que maneja? Los productos y servicios que manejan las compañías que hacen parte del Sistema Multinivel, suelen abarcar diferentes ámbitos de consumo, por ello es importante estar seguro de que área se desea profundizar para desarrollar el negocio, y de allí, se debe tener en cuenta calidad, precio que valga la calidad, exclusividad, novedad e innovación tanto en una Compañía Multinivel de productos como de servicios en la que se pretenda incursionar.

Otra característica importante de estos productos es que deben resolver necesidades cotidianas, para que su reposición se haga necesaria periódicamente.

6. ¿Qué características deberá tener la persona interesada en participar? La persona interesa en participar en esta industria, deberá desarrollar casi instantáneamente al momento de su ingreso un compromiso hacia el consumo de los productos y “lealtad” a la organización de la cual ahora hará parte como su socio comercial. Es importante tener claro que la comercialización de los productos y servicios le dará el dinero necesario para “comprar” el Sistema de capacitación, ya que los seminarios y/o conferencias propuestos por las organizaciones Multinivel tienen un costo, aunque no todos.

Analizadas brevemente las áreas anteriores de la metodología se procede a estructurarlas en una guía analítica, la cual se muestra en el gráfico 39 (Matriz del contenido de la metodología – Guía analítica) para posteriormente desglosarlas en detalle en lineamientos específicos.

4.1.1 Guía analítica para la selección de una empresa de Multinivel. Los pasos de la metodología para saber cómo elegir una Compañía del Sistema Multinivel y a la cual afiliarse como fuente formal y accesible de desarrollo personal y financiero, se concentra a través de un esquema matricial, en el cual las filas enumeradas son las etapas y las columnas son las fases que corresponden a cada etapa de análisis.

La matriz consta de dos etapas principales:

- ✚ Una externa, que trata aspectos referentes a las Compañías del Multinivel
- ✚ Una interna, que señala los aspectos relativos a las personas que desean hacer parte del Sistema Multinivel.

Dentro de la etapa externa se contemplan cuatro áreas de análisis:

1. La empresa de Multinivel
2. La oportunidad de negocio
3. Los programas de capacitación
4. Los productos y servicios

Por su parte, dentro de la etapa interna, se considera una sola área de análisis:

5. La persona interesada.

En ese orden de ideas se plantean en total cinco áreas de análisis, áreas diferentes y específicas. Cada una de las cuales se observa bajo tres partes o fases (denotadas con las letras mayúsculas: A, B, C), mismas que en su conjunto toman en cuenta aspectos descriptivos relevantes de esa etapa en particular.

Finalmente se concluye cada etapa, en la última columna, con actividades claras y concretas a realizar para determinar si se hace elegible o no una determinada Compañía del Multinivel.

Cada cuadro de la inserción Etapa-fase, se distingue uno de otro con dos dígitos: el primer dígito que corresponde al número de etapa (número del I al V) y el segundo dígito que corresponde a la fase (letra mayúscula de la A a la C). Así por ejemplo, la fase A de la etapa 1 se denotará: 1A, y de la Fase B de la etapa 2, se asignará como 2B y así sucesivamente.

Gráfico 39. Matriz del contenido de la metodología – Guía analítica

		FASES			Actividades a realizar		
		A	B	C			
ETAPAS	EXTERNA	I	Empresa Multinivel	Trayectoria y reconocimiento exitoso	Infraestructura y soporte de la Compañía	Normatividad y Legislación	Investigar y verificar en AMVD
		II	Programa de capacitación	Oportunidad real	Plan de ventas y mercadeo	Inspire confianza	Estudiar y comprender la información
		III	Oportunidad de negocio	Existentes a corto, mediano y largo plazo	Con desarrollo personal y en el negocio	Organizado y estructurado con líderes	Conocer los Sistemas de capacitación
		IV	Productos y servicios	Excelente calidad y precio competitivo.	Novedoso, innovador y exclusivo	Constante rotación	Conocer los productos y/o servicios
	INTERNA	V	Personas interesadas en participar	Compromiso y lealtad a los productos (consumo)	Comercialización (ingreso lineal-autofinanciamiento)	Construcción de redes (ingreso residual-regalías)	Darse la oportunidad de aprender, actuar mejorar y enseñar

Fuente: elaboración propia para esta investigación.

A continuación se hablará de cada fase por etapa, explicando la matriz anteriormente expuestas para la metodología recomendada:

- **ETAPAS EXTERNAS**

Tratan de los aspectos independientes de la persona interesada en participar y dependientes exclusivamente de la Compañía Multinivel.

Etapas I. Empresa del Multinivel

Esta primera etapa, tiene por objetivo ubicar los puntos más relevantes respecto a la empresa que será socio comercial de la persona interesada en incursionar en la industria del Multinivel.

1A trayectoria y reconocimiento exitoso. Resulta imprescindible buscar que sean organizaciones de trayectoria exitosa comprobada, que cuenten con cierto reconocimiento de renombre por parte de instituciones independientes a ella; es decir, la empresa del Multinivel debe contar con una marca e imagen conocida y respetada como tal, ya sea a nivel nacional o internacional, es mas también se puede tener en cuenta otros organismos ya sea por sus acciones sociales-ambientales, o su forma de trabajo.

La información que reciba de quien presenta la oportunidad o de la empresa como tal, debe contar con otras opiniones, principalmente sobre la legalidad, por ejemplo si se encuentra afiliada a ACOVEDI, que es la asociación colombiana de venta directa. Es recomendable ingresar en Compañías Multinivel que cuenten con varios años, (más de 30 años), dada la infraestructura que han desarrollado a través del tiempo y la solidez que han construido.

1B infraestructura y soporte de la compañía. Muy conveniente es que la empresa de Multinivel cuente con un Sistema de distribución de productos o servicios con años de buena reputación, que sea funcional trabaje de forma ética, considerando en especial el pago de comisiones, bonos y premios a que haya lugar.

Una compañía sana y en crecimiento, deberá tener contemplado invertir constantemente en la infraestructura propia, tanto en instalaciones, tecnología, investigación, desarrollo de más y mejores productos, Sistemas de información, entre otros aspectos organizacionales que hacen parte de una empresa solida.

1C cumplimiento con normatividad y legislación. Cada país marca sus propias leyes y normas. Como se explico en el marco normativo de esta investigación, la comercialización de venta directa no ha sido regulado de manera legal en Colombia, sin embargo, es importante valerse para la construcción del marco legal de la legislación Española para dar una definición del mismo, contenida en el artículo 22 de la Ley 7 de 1996.

Cabe señalar que la empresa del Multinivel que esté interesada en realmente hacer buenos negocios en este y en cualquier País deberá proceder adecuadamente y cumplir amplia y suficientemente con los señalamientos a los que haya lugar. Adicionalmente, a lo mencionado y en cierta forma de manera reciproca, una compañía que tiene y cuida su trayectoria debe precalificar a los distribuidores potenciales con el objeto de eliminar o no aceptar a aquellos que violen o potencialmente puedan violar las políticas o lineamientos normativos, tanto de la empresa Multinivel de la que hace parte como del país donde se instale la empresa.

En esta etapa habrá que hacer una revisión de la documentación que emita la empresa Multinivel y deberá consultar, en los organismos gubernamentales y privados que correspondan los antecedentes de la misma.

Por las consideraciones anteriormente planteadas, la actividad a realizar en la etapa 1 consiste en investigar y verificar a la empresa de Multinivel en la AMVD y ACOVEDI.

- **Etapla 2. Oportunidad de Negocio**

La segunda etapa contempla los aspectos prioritarios respecto a la oportunidad de negocios, como tal, al margen de la empresa Multinivel y los productos.

2A oportunidad real El sentido común es quien debe orientar para determinar si la opción que se le presenta es una buena opción en términos reales. Un negocio donde ofrezcan “hacerse rico de la noche a la mañana”, sin hacer esfuerzo o poner trabajo de por medio, donde no haya que capacitarse, ni haya que vender y que lo avalen organismos independientes confiables en todo momento, no suele ser confiable, al menos para todos. Cualquier negocio, no solo del Multinivel, requieren necesariamente por lo menos de un trabajo disciplinado y constante, ejecutado bajo un plan de trabajo, a demás necesita de una capacitación y una inversión de tiempo y dinero por muy pequeño que este sea.

Por otra parte, una verdadera oportunidad de negocio en esta industria: no es costosa. El convertirse en distribuidor debe contemplar la adquisición de un registro, unos manuales con información sobre la empresa y unos catálogos sobre los productos o servicios y sus precios, por mencionar lo necesario. Todo esto con la intención de facilitar el inicio en el negocio.

2B plan de ventas y mercadeo. El plan de ventas y mercadeo que le presenten, por escrito preferiblemente, deberá necesariamente y obligadamente explicar con claridad que es lo que hay que hacer para lograr los resultados económicos deseados. Se debe tener presente si al ingresar se desea obtener ingresos únicos o adicionales.

Hay empresas de Multinivel que establecen metas de deslazamiento de productos a mover en determinado periodo y otras empresas lo dejan abierto aunque lo ideal es que estas metas sean fijadas por la persona interesada en tener resultados.

Un plan confuso, incompleto o que no se comparte desde el principio, pone en duda que se trata de una verdadera oportunidad de negocio.

2C inspire confianza. Tanto la compañía de Multinivel como la persona que invite a participar deben transmitir, de una u otra manera, confianza. De este tipo de confianza que genera tranquilidad y seguridad, que siembra la semilla de una verdadera perdurable relación comercial y de amistad

Tratando cada aspecto por separado, se contempla:
La empresa:

✓ Debe proporcionar productos que agraden y satisfagan necesidades con los que la persona interesada en ingresar se sienta identificada y entusiasmada como para usarlos y promoverlos entre sus conocidos.

✓ Debe manifestar su interés de crecer con la persona interesada en participar, de hacer un negocio rentable para las dos partes, (empresa y persona) de hacer las cosas bien a través del tiempo.

Entre otras cosas, por ejemplo, estar en la disposición de volver a comprar los productos que la persona auspiciada no haya podido vender (en un periodo razonable y que estén en buenas condiciones), estar al tanto de las practica desleales en las que llegan a incurrir algunos empresarios y tomar cartas en el asunto, entre otras.

La persona que comparte la oportunidad:

✓ Debe, de primera impresión, parecer una persona honesta y respetable.

✓ Debe manifestar tempranamente que quiere hacer negocios con la persona interesada en ingresar, que le interesa el éxito de la persona y su bienestar, más allá del beneficio económico que para ella puede representar (a ninguna persona le gusta sentirse engañado o utilizado).

Consecuentemente en esta etapa habrá que guiarse un tanto por el sentido común y otro tanto, de manera objetiva, por la información recabada que haga hincapié en el hecho de conocer a fondo la oportunidad de negocio ofrecida.

En resumen, las actividades a hacer en la etapa 2. Son estudiar y comprender la información sobre la oportunidad de negocio.

Etapas 3. Programas de Capacitación.

Esta etapa señala un punto medular en el Multinivel, prácticamente habla de lo que marca la diferencia entre tener y no tener éxito en esta industria, a corto, mediano, largo plazo o nunca. Algo que lo hace sobresalir de los demás negocios: son los Sistemas de capacitación, así lo manifiesta Donald Trump y Robert Kiyosaki cuando afirman "... una recomendación a fin de encontrar una buena organización que le sirva para alcanzar el lado derecho del cuadrante, la clave no es tanto el producto, sino la información que ofrece la organización."⁶⁹

3A existente a corto, mediano y largo plazo. Debido a que no todas las empresas del Multinivel cuentan con Sistema de capacitación, es imprescindible hacer especial mención de este punto por su importancia y trascendencia vital para la motivación, interacción, reconocimiento e integración de las personas que conforman la red y para el crecimiento y trascendencia garantizada de la organización en el largo plazo.

Los Sistemas de capacitación, usualmente están conformados por:

- Libros, manuales, folletos, cintas, CD's o DVD's, y en general todo tipo de material impreso o digital.

- Reuniones efectuadas de manera semanal, mensual y cada varios meses, (3, 4 o más meses) mismas que ofrecen un espacio para crear y desarrollar las habilidades que requiere la industria. Así como alimentar y fortalecer otro tipo de habilidades que requiere la industria. Así como alimentar y fortalecer otro tipo de habilidades, relacionadas con la interacción entre seres humanos y las personales.

Para estos Sistemas de capacitación, se prefiere que existan desde antes de que se inicia en la oportunidad y que tengan miras a seguir evolucionando con este mundo cambiante por mucho tiempo.

Resulta importante señalar que este interés en crecer y desarrollarse sólo para quienes quieren llevar su negocio profesionalmente y para quienes desean construir redes que trascienden fronteras y generaciones. Por ello, no se consideran, o deberían considerarse obligatorios para todas las personas que inician.

3B con desarrollo personal y en ventas. Los objetivos primordiales de estos Sistemas de capacitación, que han sido especialmente diseñados y/o elegidos para la persona que desea ingresar, son:

a) Llevar de la mano al nuevo distribuidor, independientemente del grado de estudios o experiencia en ventas, (o en construcción de redes) para desarrollar las habilidades y actitudes imprescindibles en esta industria.

b) Formarlo como todo un ser humano empresario pleno, feliz, y si ese es su objetivo multimillonario dentro de la industria, esto es debido a que la capacitación comprende tópicos sobre ventas, relaciones humanas, liderazgo, motivación, administración de recursos, desarrollo de personalidad, manejo de imagen, autoestima, inteligencia emocional, programación neurolingüística, etc.

Este programa abarca, no sólo de lo que se lee o escucha, sino que además lo que se manifestará en el siguiente apartado.

3C organizado y estructurado Estos Sistemas de capacitación, a diferencia de muchos otros, en cualquier área del conocimiento, cuentan con mentores, son persona guía en el negocio con el conocimiento y la experiencia amplia sobre el mismo.

La persona deseosa de ingresar quiere y debe aprender de los líderes que han puesto el trabajo y han logrado los resultados; no de concejeros, ni de personas teóricas “expertas” en el Sistema Multinivel. La persona que quiere ingresar, que quiere tener resultados: quiere aprender de la experiencia práctica de quienes desean compartir lo que saben, algo nada usual en otros negocios o fuentes de ingresos, no del conocimiento teórico de quienes han oído hablar o han escrito acerca del tema.

Cabe señalar que desarrollar esta organización y estructura de mentoría, lleva varios años y mucho trabajo. Prácticamente, solo las empresas que han desarrollado varias dinastías de líderes consumados, líderes que han trabajado y desean el éxito de los demás, pueden ofrecerle un programa serio con mentores.

Ahora bien, estos líderes o mentores, no solo deben existir dentro del Sistema de capacitación, sino que deben estar, de alguna manera, al alcance de las personas que recién ingresan a la organización o que desean ingresar.

Los mentores básicamente son las personas que pueden y quieren guiar a los demás hacia los resultados que el interesado en la industria busca; son personas que ganan el respeto y confianza, por el trabajo desarrollado directa o indirectamente con y para los nuevos distribuidores o los interesados en auspiciarse, son personas en las que se cree y con las cuales disfruta estar.

En resumen, las actividades a hacer en la etapa III, son conocer los Sistemas de capacitación.

Etapla 4. Productos y Servicios

Una vez analizados los puntos anteriores, lo siguiente a verificar es el producto o servicio que ofrece la empresa de Multinivel. Debido a que esta industria, (como otros Sistemas de venta directa) depende directamente del consumo por parte del distribuidor, la comercialización hacia los clientes y del establecimiento de un mercado.

Los productos que contemple la empresa del Multinivel deberán ser:

4A de excelente calidad y precio competitivo. Por lo general, la calidad en este tipo de empresas no es problema sin embargo hay que señalar que ésta debe quedar de acuerdo a la completa satisfacción del cliente, que en este caso es el distribuidor y de los clientes del distribuidor. Esto tiene que ver el que los precios sean competitivos, que haya un buen servicio posventa, que tenga valor real la garantía de satisfacción, es decir que sea fácil de hacerla válida, que se tengan diversos productos para diversos mercados, o para un mercado amplio en tamaño o por la rotación del producto, el que ofrezcan un “plus” al consumidor final, por ejemplo, el rendimiento o los beneficios indirectos y secundarios del producto, que cubran o contemplen los aspectos de seguridad e información comercial que la normatividad del país demande.

4B novedoso, innovador y exclusivo. El producto que maneja la empresa de Multinivel debe ser necesariamente novedoso, innovador y exclusivo, de preferencia único en el mercado, para que pueda competir con los productos que se distribuyen por otros canales de distribución en el mercado.

Estos productos, por la misma razón, siguen y deben seguir las tendencias que haya a nivel mundial, con el objeto de que puedan tener gran demanda. No se trata necesariamente de productos de moda, sino de tendencias de mercado que se ven mundialmente.

Una marcada tendencia vista en todos los países, por ejemplo, es la búsqueda de la salud, la juventud, la belleza y el bienestar en general. Las personas están cambiando de una cultura de “curar enfermedad” a una cultura de “prevenir enfermedades y mantener el bienestar” a través de cuidar su alimentación, hacer ejercicio, tener revisiones periódicas con su médico, verificar sus antecedentes genéticos y hereditarios para prevenir, disminuir o controlar sus efectos. Las personas buscan medicinas, tratamientos terapias,

no únicamente alopáticas sino alternativas como acupuntura, manejo de energía, por mencionar algunos. Así que bajo esta nueva cultura, se están demandando productos que “hagan verse y sentirse más joven”, que brinden “una vida más sana y llena de energía”, se requieren de productos “anti-edad”, “anti-arrugas”, “anti-envejecimiento” de rápidos resultados, fácil uso, entre otras satisfacciones de expectativas. Por esta razón, las empresas de Multinivel y algunas otras lanzan al mercado nuevos productos basados en un alto desarrollo científico, tecnológico y también orientados al cuidado del medio ambiente.

4C constante rotación. El tipo de productos que debe buscar en una empresa Multinivel es aquel que puedan ser considerados necesarios y de constante rotación, a tal grado que haya que comprarlos casi obligatoriamente después de que se agoten. Los cosméticos son uno de estos productos, además de los productos de uso personal, de uso en casa (limpieza), los relacionados con la salud.

Adicionalmente, estos productos son orientados al consumo de cualquier persona en cualquier parte del mundo, son productos con amplios segmentos de mercado.

Por estas razones, se considera muy conveniente que la empresa de Multinivel posea varias líneas de productos o varios productos con estas características; lo cual, además de facilitar para el distribuidor el establecimiento de mercados, facilitará la creación de volúmenes de desplazamiento de productos.

Eso sin mencionar que no se hará necesario consumir los productos “X” de la empresa tal, los productos “Y” de la tienda tal (sean o no de Multinivel); lo cual creará mayor lealtad hacia la empresa de Multinivel.

De esta forma se concluye que las actividades en la etapa IV, son Conocer los productos o servicios a distribuir en la red.

• ETAPA INTERNA

Señala los aspectos directamente relacionados con el individuo interesado en contemplar esta industria como opción de ingresos únicos o adicionales, independientemente del valor que pueda tener la empresa de Multinivel.

Etapa 5. Persona Interesada en Participar. Finalmente, la parte más importante del concepto, de este y cualquier negocio, es la persona. Quién es, a qué se dedica, cuáles son sus valores, por qué decidió tomar esta opción como una oportunidad de generación de ingresos, qué está dispuesta a hacer para construir una fuente de ingresos, etc. El individuo es quien decide si la oportunidad “X” con la empresa “Z” es para él y es quien determina la “cantidad y calidad” de trabajo que quiere realizar y la “cantidad” de éxito económico que desea alcanzar.

Así que esencialmente la persona deberá contar con el deseo de triunfar con este negocio, hacer lo que haya que hacer y ser lo suficientemente enseñable para alcanzar las expectativas puestas en este Sistema de trabajo. En dicho sentido, habrá que hacer una reflexión retrospectiva con respecto a lo señalado en los siguientes puntos:

5A compromiso y lealtad a los productos. El próximo o existente distribuidor deberá reflexionar respecto al compromiso y lealtad personal que pretende dar a los productos que distribuirá o distribuye; no tanto por la empresa de Multinivel a la cual está afiliado, si no por lo que persigue detrás de ellos. Esto es imprescindible porque la base de un negocio de este tipo es el consumo personal de los productos, debido a que permite al distribuidor;

- ✓ Conocer, por experiencia propia, los productos que ofrecerá a otras personas.
- ✓ Ofrecer los productos con total confianza y convicción. Las personas usarían y recomendarían productos que son buenos, que le agradan y satisfacen necesidades específicas.
- ✓ Ser congruente entre lo que dice y lo que hace, no es lo mismo decir “son buenos” que pasar por la experiencia que demuestra que “son realmente buenos, los recomiendo”, lo cual puede generar y transmitir un sentimiento de credibilidad y honestidad en la percepción que tengan las personas respecto a la empresa de Multinivel, al producto y a la persona que hace el negocio (tanto dentro, con sus socios y líderes, como fuera del negocio, con sus clientes y prospectos potenciales. Esto es lo que se conoce como “ser producto del producto.”
- ✓ Respalda ese valor que tiene la marca y que tanto ha preocupado y ocupado a la empresa de Multinivel en crear y defender⁷⁰.

5B comercialización (ingreso lineal – autofinanciamiento). Como en todo negocio, la autosuficiencia y rentabilidad son vitales, por lo que habrá de tenerla lo más pronto posible. Siendo un negocio que, al menos inicialmente, comienza desde el hogar, es prioritario que cubra los gastos básicos de la persona y también que se encarguen de las inversiones que se requieran, en el Sistema de capacitación, básicamente. Para ello. La opción más rápida y viable de lograrlo es por medio de la comercialización. En caso de contar con una fuente de ingresos, no es necesario tomar dinero de ésta para invertir en el negocio y en caso de no tenerla es crucial desarrollarla al máximo, ya que este ingreso deberá dar para cubrir las necesidades básicas y para invertir en el negocio.

La idea es crear una cartera de clientes lo suficientemente grande y con suficiente rotación como para crear un desplazamiento creciente y periódico de productos, tal que permita obtener las metas de desplazamiento de productos y que cubra los gastos e inversiones requeridas. Dicha cartera se construye con tiempo y dedicación, y se va formando con cada cliente satisfecho que repite su compra y con cada cliente que se sumando a la clientela.

Así que en este paso es sumamente importante y necesario, aprender a relacionarse con las personas, aprender a vencer el miedo, a superar la timidez, pena o “estatus”. Lo cual puede facilitarse al tener presente el porqué se está haciendo el negocio, estar dispuesto a aprender y vencer los propios retos y estar comprometido con los resultados deseados.

Cabe señalar que los puntos anteriores (consumo y comercialización) constituyen la parte minorista del negocio, no requieren de mucha capacidad ni capacitación; sin embargo hay

que tener en cuenta que, por muy eficiente que se realicen, brindan ingresos de tipo lineal lo cual no es ni el alcance, ni la intención del Multinivel.

5C. construcción de redes (ingreso residual – regalías). La construcción de redes, contempla la parte mayorista del negocio, es decir los ingresos residuales; el verdadero potencial del negocio Multinivel. Estos ingresos se estima pueden ser tan grandes que para los próximos años “los multimillonarios más grandes del mundo provendrán de esta industria”.

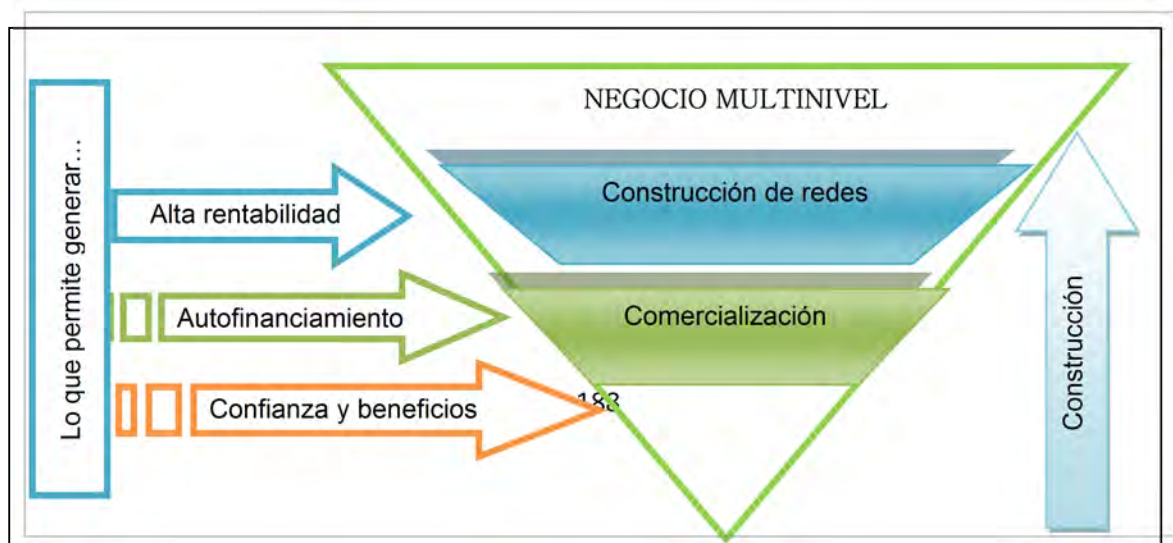
Para desarrollar exitosamente esta parte, habrá necesariamente que capacitarse y capacitar a toda una organización; habrá que ser líder y desarrollar líderes en la organización.

De esta forma, se aprecia que las actividades en la etapa V, son darse la oportunidad de aprender, actuar y mejorar continuamente en la industria del Multinivel. Y esto es, solamente, una decisión personal.

Haciendo un apunte final respecto a estos tres puntos se señala que:

- ✓ Existe organizaciones que promueven y dan mayor énfasis a una respecto a las otras, por ejemplo, el consumo, sobre la comercialización; la comercialización respecto a la construcción de redes. Lo que da lugar a organizaciones de vendedores, de consumidores, de constructores y combinaciones de estas.
- ✓ La base de todo negocio Multinivel es el consumo, desde cada unidad de negocio (El distribuidor y su familia) hasta todas y cada una de las unidades de negocio de la organización (las familias que están en la red). Seguida de la comercialización, que permite el autofinanciamiento y rentabilidad a corto plazo. Para concluir en el punto que diferencia este esquema de generación de ingresos respecto a los otros: la construcción de redes. Tal como se aprecia en la Figura 40.

Gráfico 40. Componentes de un negocio Multinivel





Fuente: elaboración propia tomando como referencia la información recabada

El diagrama que se presenta anteriormente representa que el desarrollo del negocio parte del consumo, el cual trae los beneficios propios del producto o servicio (ahorro, calidad, buena relación costo beneficio, etc.), mismo que generará confianza en el distribuidor nuevo y en los existentes; después continua la comercialización, que tiene el potencial de crear una rentabilidad (no solo en el número de personas, sino el número de personas que generan un desplazamiento de productos).

El diagrama 40 “componentes de un Sistema Multinivel” hace énfasis en que el desplazamiento de productos inicia con el consumo, el cual es menor que la comercialización y ambas son menores que la construcción de redes. Estas son las tres formas que desarrollan un negocio Multinivel (como ya se mencionó, algunas personas o en la industria pueden inclinarse más para alguna (s) de estas).

Una vez que se ha visto a detalle cada una de las partes que se consideran importantes para la propuesta de la siguiente investigación, se procede a realizar algo más manejable en cuanto información, por lo tanto, dentro de la misma metodología se plantea una guía práctica.

4.2 DISEÑO DE GUÍA PRÁCTICA PARA EL CONOCIMIENTO Y DESARROLLO DEL NEGOCIO DEL SISTEMA MULTINIVEL

Considerando lo mencionado en las Figuras 39 y 40, así como la explicación de las fases de cada etapa, esta parte brinda una guía más accesible para orientar a la persona interesada en ingresar en la industria del Multinivel. Es necesario contar con una metodología que guíe, en términos muy sencillos, sobre los aspectos clave para elegir una empresa de Multinivel que se convierta en realidad en la fuente de ingresos únicos o adicionales que de solución a temas como el desempleo, bajos ingresos e insatisfacciones de crecimiento personal que ofrecen algunos ámbitos tradicionales en los negocios. Lo cual adquiere una relación que trasciende, ya que a pesar de que se industria se mueve a grandes rasgos en contextos mundiales, no se da a conocer, sugerir u orientar, ni en la iniciativa privada ni en la iniciativa pública sobre esta forma de generar ingresos.

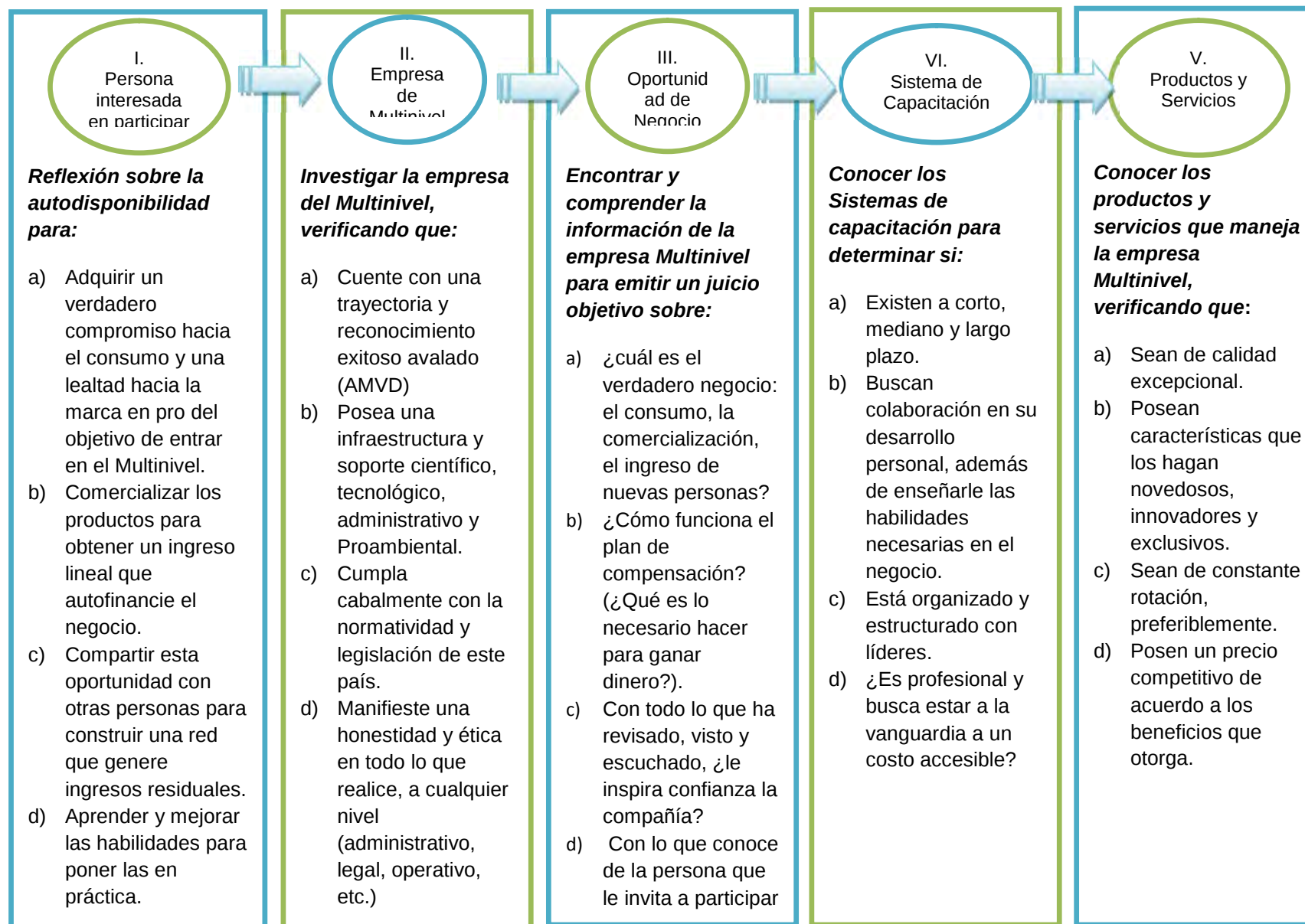
Así que el contenido de la propuesta de investigación queda plasmado en el diagrama 41 (Lineamientos de la metodología para la elección de una empresa multinivel), para posteriormente explicar un poco más dentro del mismo.

Se hace la aclaración que el diagrama 41 posee ciertas variaciones respecto al diagrama 39, (Matriz del contenido de la metodología – Guía analítica), ya que busca ser más accesible para toda la población y parte de la idea de que todo comienza en el individuo

mismo. El diagrama siguiente tiene un arreglo lineal, donde cada uno de los cinco componentes clave (en círculo) se ordenan de izquierda a derecha y enumeran con números romanos. Y la explicación de cada círculo, se encuentra debajo del mismo (dentro del rectángulo), indicando en un párrafo en letras negritas, mismo que explica en términos específicos ese punto clave en los respectivos apartados que continúan.

Debido a la explicación que se realizó en el diagrama 39 (Matriz del contenido de la metodología – Guía analítica) y en vista de que el diagrama 41 (Lineamientos de la metodología para la elección de una empresa multinivel) es el resultado de este se suprime la explicación nuevamente.

Gráfico 41. Lineamientos de la metodología para la elección de una Compañía Multinivel



Fuente: información presentada a partir de la metodología para elegir una empresa del multinivel

Como se aprecia, la metodología de la Figura 41 es una versión corta, clara y concisa de fácil manejo y entendimiento para las personas que deseen buscar en el Multinivel una opción de aumentar o tener una fuente de ingresos en la Ciudad de Pasto.

De esta forma, se concluye que con el Diagrama 39 y 41 se presenta la primera parte de la propuesta realizada en el objetivo general de la investigación: “Plantear la metodología para elegir una Compañía Multinivel”. A continuación se presenta la segunda parte del objetivo general, que consiste en el “diseño de una guía práctica como herramienta para conocer y desarrollar el negocio del Sistema Multinivel”.

La información que se presenta a continuación abarca de manera resumida el contexto del Sistema Multinivel de tal manera que oriente sobre la oportunidad latente acerca de nuevas formas de alcanzar el desarrollo personal y profesional que muchas personas desean.

La guía contempla una serie de preguntas que incitan a reflexionar del por qué hacer parte del Sistema Multinivel, los aspectos, que como en todo buen negocio se deben invertir, y aquello que se debe hacer y tener en cuenta como recomendación para lograr el éxito del negocio que se pretende iniciar.

La guía que se da a conocer a continuación es producto de la información recabada a lo largo de la investigación, apoyándose en fuentes primarias y secundarias que permitieron articular conocimiento en función de lograr el diseño de una herramienta práctica accesible a aquellas personas que deseen hacer parte del sistema empresarial multinivel.



INTRODUCCIÓN

En esta guía, se presentan criterios sobre el sistema multinivel con el objetivo de dar a conocer oportunidades económicas accesibles a las personas que buscan fuentes alternativas de ingreso, cuyo éxito no está restringido al género, la edad, educación o experiencia previa, ya que lo más importante es la confrontación personal sobre la disposición y deseo de iniciar o no este camino.

Esta guía, busca ser una contribución tangible en la Ciudad de Pasto, a la difusión honesta y profesional de la industria del Sistema Multinivel como una opción de desarrollo integral, tanto en lo personal como en lo financiero, bajo la forma de negocio propio con un sistema ya establecido.



VIVE TUS SUEÑOS!

HE DECIDIDO ENFRENTAR
LA REALIDAD, ASÍ QUE
APENAS SE PONGA LINDA
ME AVISAN



“Inicia en el Sistema Multinivel para conseguir aquello que se desees y que el salario nunca permitirá alcanzar. “No esperemos a que la realidad se ponga linda”.



iReflexiona frente a estos interrogantes para participara en un **Multinivel!**

¿Cómo prevés que será tu futuro?

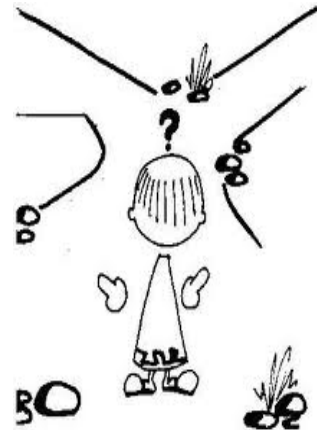
¿Tu actividad actual lo puede mejorar sustancialmente?

¿Vives en la vivienda que te gustaría vivir?

¿Conduces el modelo de coche que te gustaría conducir?

¿Tienes el estilo de vida que te gustaría disfrutar?

¿Tienes más de una fuente de ingresos?



Todas las personas tenemos sueños, es algo innato al ser humano, es lo que hace que progrese, pero, ¿Hasta dónde has podido acercarte a tus sueños?, ¿Ya los has abandonado?



Ahora con la distribución Multinivel tienes la oportunidad de conjugar tus intereses personales con los de muchas empresas, que mediante el Sistema de mercadeo Multinivel saben que pueden evitarse los enormes costes de una campaña de publicidad a nivel mundial y su mantenimiento, a cambio crean una organización Multinivel y dejan ese trabajo de promocionarla por el Sistema persona a persona, es la fórmula más efectiva

de hacer publicidad y muchas empresas la comienzan a aplicar. Y tú puedes integrarte, si haces bien tu trabajo serás magníficamente recompensado por él. Cuantas más personas conozcan la empresa por tu promoción o por la de algún miembro de tu organización tú obtendrás mayores ingresos.

Implicarse en el Multinivel representa una gran oportunidad de negocio,

puesto que es posible crear una organización de proporciones asombrosas comenzando por uno mismo con una inversión de capital insignificante o nula.

El mayor activo de tu organización Multinivel eres tú mismo y tu capacidad de darla a conocer, porque eres el vértice del que parte y el espejo en el que se mirarán muchos de los miembros que patrocines.

La idea es tan simple que si no conoces el funcionamiento del Multinivel, su potencial puede dar lugar a tu incredulidad, evitando que participes y te involucres al 100% e incluso puede que abandones antes de haber comenzado a promocionarlo en serio.

Es decisión personal intentar conseguir el mayor trozo posible del mercado o dejar que lo hagan otras personas. Las Empresas ahorran en distribución y publicidad, y ese monto queda a disposición de los propios consumidores organizados en una red Multinivel. Hay mucho dinero en el reparto y los que crean las mayores organizaciones en la red mundial más participarán en los beneficios, sin importar cuando comienzan a hacerlo.

BUSCAR UNA EMPRESA QUE SE ADAPTE PERFECTAMENTE AL DESARROLLO MULTINIVEL

Procura que sea una Empresa de ámbito preferentemente mundial, con un producto o servicio de alta demanda y fácilmente duplicable. Si es posible que te facilite el teletrabajo por internet proporcionándote un sitio web. Aplica a TU NEGOCIO MULTINIVEL el programa del éxito. Trabaja duro los primeros 90 días sin cuestionarte nada y sin intervalos, eso hará que adquieras el hábito del éxito y además comenzarás a obtener recompensas financieras muy interesantes por tu trabajo, uno de los aspectos más motivadores que existen.

El perfil de una persona de éxito es:

- ✚ Trabajo duro
- ✚ Perseverancia
- ✚ Buena organización de su tiempo

Si has hecho lo correcto durante 90 días tu organización comenzará a crecer y tu a ganar buen dinero, que es el medio que te permitirá alcanzar la mayoría de tus sueños. Ya lo decía el actor cómico Estadounidense Groucho Marx: "hay cosas mucho más importantes que el dinero, ¡pero son tan caras!"



El Multinivel es muy parecido a las franquicias y en estas siempre buscan personas comprometidas, dispuestas a asumir un cierto riesgo económico y a seguir un patrón ya probado que les conduzca al éxito. El Multinivel tiene la ventaja de que el desembolso es asumible por todas las personas y todas ellas tienen la posibilidad de duplicar el patrón. Cuanto menos lo variemos ese patrón en cada generación de la duplicación, más garantizado está el éxito.

¿Qué busca un negocio Multinivel?. Personas ganadoras, dispuestas a aprender y a trabajar con seriedad. Haz lo mismo, busca en tu lista que ese tipo de personas sean tus patrocinados. Preséntales el negocio sin decidir tú por ellos/as. A ninguna persona le gusta que decidan por ella.

Una organización Multinivel es exitosa cuando se hace una buena labor de equipo y nada mejor que trabajar codo a codo creando sinergia. La idea básica del Multinivel es auto-consumir, promocionar, compartir, patrocinar y ayudar, ¡Así de sencillo. No lo compliquemos!

¿Cómo se gana dinero en el Multinivel?. La mayoría de las personas ganan dinero lineal, es decir cobran por el trabajo que hacen en el día, es decir, trabaja un día y gana dinero, y así siempre. Hay algunas personas que gozan de lo que se llama ingreso residual, este tipo de dinero se obtiene al beneficiarse de un trabajo previa, por ejemplo un escritor de éxito cuando se reedita su libro, o un cantante cuando sale un nuevo CD recopilación de sus canciones, o un agente de seguros, cuando se le renueva una póliza.

EN UN MULTINIVEL

DISFRUTAMOS DE ESTOS DOS TIPOS DE INGRESOS

Obtenemos ingresos lineales:

- cada vez que en tu organización se abre el centro de negocios de un nuevo socio. El día que se abre ese centro tú ganas dinero.

Obtenemos ingresos residuales:

- cada vez que en un centro de tu organización se realiza autoconsumo. Tú recibes de forma repetida beneficios cada semana.

Muchas personas creen que es necesario estar al principio de un Multinivel para obtener grandes beneficios, pero eso no es así, ya que el Multinivel ofrece la misma oportunidad a todos, y se exige una labor mínima de patrocinio personal y un trabajo de creación personal del negocio.

Cada nuevo miembro se encuentra en el vértice de su propia organización, o si lo quieres ver de otra forma en la raíz de su árbol que se va ramificando y puede hacerla crecer hasta los límites que su actitud y perseverancia le permitan. Su predecesor en la organización puede ocurrirle que por falta de actitud o constancia no cree su parte personal y en ese caso no obtendrá beneficios.

En la mayoría de los empleos y trabajos se cobra lo que otros deciden que vale lo que hacemos. En un Multinivel se gana por lo que haces y eres tú quien decide lo que vale tu trabajo.

¿Qué tengo que invertir para obtener esos beneficios?

1. Tiempo. Es la mejor inversión, porque tú eres quien decides lo que quieres hacer con él. Todas las personas disponemos del mismo tiempo cada día, unas lo emplean en trabajar para otros y descansar para hacer lo mismo toda su vida hasta la jubilación, otras el trabajo lo hacen como autónomos, y algunas personas decidimos hacer algo extraordinario dedicando parte de



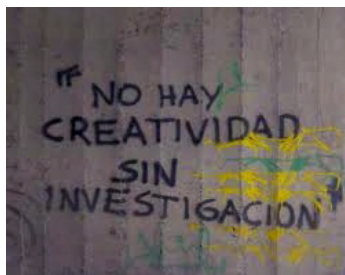
nuestro tiempo de ocio (2-3 horas al día) a nuestro negocio Multinivel. Tenemos la capacidad de multiplicar nuestro potencial en otras personas a las que ayudamos y enseñamos, hasta convertir ese tiempo extra en cientos o miles de tiempos extras haciendo lo mismo que nosotros y generando pequeños beneficios de muchos tiempos. Cada día con sus 24 horas es una inversión y cada día perdido es irrecuperable.



2. Dinero. Actualmente y más gracias a internet hay mas Empresas que usan el Sistema Multinivel. Una buena empresa Multinivel es la que deja claro desde el principio lo que pone al alcance de cualquier persona en infraestructura y beneficios. Si combinas el costo de usar sus productos/servicios con el factor tiempo la relación inversión/rentabilidad en unos años te estará dando ingresos que serán muy interesantes, con el potencial que los ingresos en Multinivel suelen aumentar cada mes hasta los topes que suelen fijar las empresas en su Plan de Ganancias y hay personas que llegan a conseguir y superar ingresos de decenas de Euros o Dólares mensuales después de unos años de trabajo profesional.



3. Optimismo. Debes de ser optimista y positivo en todo momento en que vas a conseguir lo que te propones y para poder animar a todo tu equipo. Si eres optimista te será fácil transmitir ese estado de ánimo.



4. Trabajo y perseverancia. Debes trabajar con constancia y con inteligencia manteniendo una acción diaria en la promoción de tu negocio. Es mejor dedicar 3 horas al día que no 15 seguidas el fin de semana. En el Multinivel todo el mundo comienza en el mismo punto. No se pueden coger atajos ni comprar un

puesto de éxito.

5. Creatividad. Aprende lo que funciona, aplícalo y duplícalo al 100 % y a partir de ahí, mejora lo que estás haciendo, no caigas en el error de inventar cosas diferentes a las que funcionan para otros. Reinventar la rueda y hacerla cuadrada te va a conducir al fracaso.

MULTINIVEL ES AYUDAR A OTROS, NO APROVECHARSE.

El Multinivel es relación entre personas que buscan y ofrecen oportunidades y comparten ideas de negocios.

Piensa en lo que tú puedes conseguir, y después piensa en lo que será multiplicado creando nuevos negocios asociados. En el Multinivel tu éxito depende de la prosperidad de tus socios, si comienzas a desarrollar tu organización Multinivel pensando en aprovecharte de los demás y no poner nada de tu parte, estás condenado al fracaso. Cuanta más información y experiencia tengas sobre tu empresa y su plan de marketing para desarrollarlo, mejor y más fructífera será tu actuación ayudando a los nuevos socios.



Al principio debes actuar como una esponja, tomando la mayor información posible, haciendo preguntas y buscando respuestas. Todos los miembros del equipo en el que te integras estarán dispuestos a ayudarte, tu éxito personal contribuye al éxito global del equipo.

Otro factor importante es saber con quién te asocias, es esencial la persona que te patrocina en el negocio y al tiempo debes demostrar a tus patrocinados en todo momento con tus actuaciones una total integridad desprovista de cualquier atisbo de egoísmo.

La credibilidad del negocio y del equipo depende de la actuación de cada uno de los miembros implicados en el proyecto.

PATROCINAR

Patrocinar a alguien dentro del equipo es asumir la responsabilidad y el compromiso de ayudar al nuevo miembro hasta que este demuestre conocimientos suficientes. Debes demostrar a tu patrocinado que estás dispuesto/a a ayudarlo de todas las formas posibles a que tenga éxito en el negocio. Debes enseñarle todo lo que sabes y lo que es más importante, debes enseñarle a enseñar.



Demuestra profesionalidad en el patrocinio practicándolo de forma firme y continuada. Los grandes ingresos de MLM proceden del continuo crecimiento de tu organización, y eres tu quien debe dar ejemplo con tu actuación. Ten en cuenta que tu red crece como un árbol de grandes troncos que se van ramificando, y es conveniente de vez en cuando fortalecer cada una de esas ramas con patrocinios personales. Aun conociendo

el potencial del MLM, en ningún momento es un negocio donde se gana sin trabajar y si llegaste a este negocio con esa idea, vas a conseguir nulo o con escaso éxito.

Para conseguir unos ingresos adicionales a los que te genera tu actividad normal tendrás que dedicar una parte de tu tiempo libre a patrocinar y a ayudar a los nuevos socios. Tu objetivo debe ser duplicar tu forma de trabajar. Cuando tus patrocinados te imiten y patrocinen enseñando a enseñar, tu esfuerzo comenzará a verse gratificado económicamente.

Si eres una persona ambiciosa y quieres construir un negocio de mucho éxito, debes buscar personas serias y con mentalidad ganadora. Muchas veces desechamos para patrocinar las personas de ingresos medios o superiores, porque ya han conseguido el éxito en tu actividad cotidiana, pero suelen ser los mejores candidatos porque son rápidos en comprender y apreciar los múltiples beneficios del MLM, también son buenos candidatos los que desarrollan profesiones liberales, porque dependen exclusivamente de los ingresos que generan y conocen el valor de tener cubiertas sus espaldas cuando están enfermos o de vacaciones, ya que en esos espacios de tiempo su actividad deja de generar dinero. A nadie se le escapa el atractivo que tiene disponer de un negocio que una vez puesto en marcha, está generando ingresos continuamente.

LA DUPLICACIÓN

Hazte una pregunta ¿Cuántas personas quieres tener en tu organización que vayan a desarrollar el negocio Multinivel como lo haces tú?. Muchos te imitarán en lo bueno, y también en lo malo. Si tienes la intención de desarrollar una red grande y próspera de

MLM la búsqueda de nuevos prospectos debe ser continua y prioritaria y en el segundo lugar de tus prioridades debes establecer la de ayudar y enseñar a las personas que vayas patrocinando, lo que dará profundidad y seguridad a tu red.



Nunca debes ser selectivo en la presentación del negocio, porque nadie va voceando que no le gusta el trabajo en red y mucho menos si aún no lo conoce adecuadamente, es decir, nunca debes decidir tu por nadie, igual que a ti no te gustaría que hubiesen decidido por ti si aprovechar o no esta oportunidad.

Tu misión es la de informar al mayor número de personas, la de ellas decidir si les interesa o no asociarse contigo.

Habla con todas las personas que puedas acerca de la oportunidad de integrarse en tu red como miembro y prepárate adecuadamente para enseñarles el plan de desarrollo del negocio a los nuevos socios.

Piensa que aproximadamente un porcentaje de las personas tienen aptitudes para desarrollar este tipo de negocios, otras no se mostrarán receptivas a iniciarlo y otras abandonarán con el mismo entusiasmo con el que comenzaron porque esperaban resultados rápidos y sin esfuerzo o por cualquier otro motivo insignificante de cualquier índole que les sirva de excusa.

Las personas con aptitudes están ahí, sólo hay que buscarlas, son personas con una motivación personal innata a las que les seducen los retos y las nuevas oportunidades, dispuestas a buscar el éxito y a asociarse a personas de éxito como tú. **Recuerda que el éxito es una actitud mental, nunca una meta.** Así pues decídetes desde ahora a ser una persona de éxito y transmite esa actitud a tu alrededor.

CONTACTOS PARA TU ORGANIZACIÓN

La forma más sencilla para poder hablar del negocio a una persona es hacerle la pregunta ¿disfruta Usted con su trabajo?

Si su respuesta es negativa será muy fácil hablarle de tu Multinivel como una oportunidad a tiempo parcial que le pueda abrir otras alternativas en pocos años. Si su respuesta es positiva podemos argumentarle aspectos de mejora de su calidad de vida y la de su familia, como una vivienda más grande, cambiar de coche, disfrutar de las vacaciones soñadas que sus ingresos actuales no le permite disfrutar, etc.



Si queremos tener la posibilidad de hablar de la oportunidad de negocio debemos establecer primero la existencia de una necesidad. Cuando nuestro interlocutor tiene una vida satisfecha y acomodada es difícil que modifique su situación para desarrollar un Multinivel de éxito y no es el tipo de persona que buscamos. En estos casos debemos actuar con discreción y dejar la puerta abierta, sin presiones, la vida tiene muchos avatares y lo que hoy no es de nuestro interés mañana podemos convertirlo en una prioridad, déjale pues a tu contacto una forma de saber dónde encontrarte y que él/ella decida comenzar cuando lo decida.

Tu no compras nada que no necesitas y nadie se involucra en negocios al que tiene que dedicar parte de su tiempo libre, si no le va a representar un beneficio que cubra alguna de sus necesidades. Y si te devuelven la pregunta y es a ti a quien le preguntan si te gusta tu trabajo en el Multinivel y en qué consiste esta debe ser tu respuesta: “Mi trabajo consiste en enseñar a las personas que lo deseen como pueden mejorar sus ingresos”

Finalmente un consejo, haz del intercambio de tarjetas una regla y para ello necesitas tener tú una que sea sencilla y de tamaño estándar, para que se pueda guardar en cualquier tarjetero. Dentro de un tiempo pueden llamarte para comenzar como miembros de tu red.

Las tres primeras fases (La fase puede ser una quincena, un mes o un trimestre a criterio personal de cada uno)

Inicio – primera fase (una quincena, un mes o un trimestre):

1. Date de alta en el Multinivel si es posible integrado en un equipo que trabaje de forma profesional.
2. Familiarízate por completo con tu negocio y todas las fuentes de beneficios.
3. Lee varias veces este manual, artículos y libros sobre Multinivel, sobre negocios y superación personal, la compañía Multinivel en la que desees trabajar proveerá de estas herramientas.
4. Asiste a todas las reuniones que puedas:
 - Reuniones de presentación del negocio.
 - Reuniones de persona a persona cuando sea tu patrocinador quien presenta el negocio, así aprendes de él. Reuniones de formación sobre tu Multinivel.
5. Aprende que el Multinivel no es un negocio piramidal, en el Multinivel se distribuyen productos o servicios y todo el mundo tiene que hacer un trabajo propio, mientras que en las pirámides sólo se mueve dinero y a los primeros siempre les llega el dinero sin hacer nada, por eso las pirámides son ilegales en todos los países.
6. Aprende como funciona todo en tu negocio Multinivel.
7. Aprende a presentar el negocio y a explicar el Plan de Marketing
8. Prepara una gran lista escrita de personas potencialmente interesadas en tener ingresos extras y no dejes de aumentarla.
9. Asiste a todos los cursos de formación y conferencias que puedas.
10. Plántate desarrollar un Plan de Acción, por ejemplo, patrocinar personalmente un nuevo socio cada semana o cada mes, ese será el ritmo de crecimiento que tú decides para tu red.



▪ Desarrollo - 2ª fase.

Ayuda a tus patrocinados a desarrollar correctamente los 10 puntos de la primera fase.

Participa activamente en reuniones de entrevista persona a persona. Atiende y supervisa el proceso de formación de al menos $4 \times 4 = 16$ socios que

pueden integrarse en tu organización, 4 directos tuyos y 4 directos de cada uno de ellos, así les estarás enseñando como deben ayudar a sus propios directos.



▪ Consolidación – 3ª fase

No dejes de apoyar a tus patrocinados directos a formar a sus propios patrocinados, ten en cuenta que tus patrocinados directos duplicarán tu filosofía sobre crecimiento, apoyo y otros factores muy importantes que aquí estamos explicando para el éxito de una red Multinivel. Y lo más importante, duplica que miembros de tu equipo tengan negocios exitosos y seguros enseñándoles a usar las herramientas adecuadas.

Un Networker que quiera tener EXITO desarrollando un Multinivel a través de internet en un plazo más corto debe disponer de 5 herramientas imprescindibles y duplicarlo con sus patrocinados para que ellos también consigan el éxito más fácilmente.

- ✚ Un sitio web propio personalizado: PROCURA QUE TU MULTINIVEL TE FACILITE UNO Un Sistema que te permita reunirte en cualquier momento: SALAS DE CONFERENCIAS ONLINE
- ✚ Un Sistema de comunicación inmediato y programable: AUTORESPONDEDORES PROFESIONALES
- ✚ Un Sistema de formación: CURSOS o SEMINARIOS

LA CLAVE DEL ÉXITO DE TU ORGANIZACIÓN Multinivel

El éxito de tu red no depende sólo de ti y del ejemplo que tu transmitas, hay otro factor a tener en cuenta: “buscar e identificar los ases entre la figuras”



El proceso de crear una organización Multinivel tiene un factor de azar parecido al de voltear las cartas de una baraja. Según vas presentando el negocio aparecerán figuras a las que les interesará y cartas sin valor que irán a otro ritmo. Entre las figuras están los joker, personas ya expertas que saben aplicar correctamente los principios del Multinivel. También están los ases que captan desde el principio el potencial de este tipo de oportunidad de negocio que se les presenta y que se ponen a desarrollarlo sin dilación.

Esos ases hacen explotar tu organización con un crecimiento superior a la media y necesitas estar preparado para darles el apoyo, estímulo y reconocimiento adecuado. Son personas que generan buen ejemplo tanto para ti como para todo su equipo y además suelen estar dotados de un entusiasmo y optimismo innato.

Es fácil reconocerles por estas características:

- Siempre están haciendo preguntas y demandan respuestas (lo que te exige que tu estés preparado)
- Tienen interés en las personas de su equipo
- Son curiosas por naturaleza
- Se programan sus metas y objetivos
- No dilatan la acción. Su lema es “ahora es el momento”
- Tienen una actitud positiva
- Les encanta aprender
- Su energía y disposición para el negocio es total
- Su compañía es gratificante
- Están convencidos del éxito y trabajan para su consecución

Los ases son fruto del trabajo duro y la determinación.

¿Eres un as? ¿Cuántos ases tienes en tu red? ¿Cuántos quieres que sean como tú?

Puedes mejorar cada día, es decisión personal hacerlo.

PROGRÁMATE PARA EL éxito

El ser humano tiene la capacidad de aprender. Y el éxito es una actitud mental que se puede aprender. Podemos hacer de él una filosofía de vida que podemos decidir asumir como propia.

Para ello debemos crear una serie de instrucciones programadoras que se vayan implantando en nuestra mente subconsciente. “Se puede alcanzar todo aquello que la mente humana sea capaz de concebir y en lo que pueda creer”. Estas instrucciones deben ser creíbles y aceptables para nuestra mente consciente a fin de evitar conflictos con nuestras creencias actuales, y para integrarlas debes creer totalmente que podrás realizarlas.



Haz lo siguiente:

Elabora una lista de instrucciones simples sobre lo que quieres, planteadas en tiempo presente, como si ya las hubieras logrado. Deja que sea tu mente subconsciente la que a través de un proceso interno determine las actuaciones más adecuadas para su consecución. Proceso de “consulta con la almohada”. ¿Cuántas veces te has levantado por la mañana viendo con claridad la solución a un problema?.

Ejemplo estándar sobre cómo trabajar la explosión de tu negocio Multinivel para conseguir una organización de éxito:

PASO UNO: Patrocina personalmente a 4 personas en la primera fase.

PASO DOS: Ayuda a tus patrocinados para que en su primera fase tengan 4 personas patrocinadas.

PASO TRES: Consolida tu organización ayudando a los 16 socios nuevos a tener beneficios.

PASO CUATRO: Terminado el ciclo inicia uno nuevo.

PASO CINCO: Si un miembro no quiere ser ayudado, olvídate de él busca a otra persona que si quiera.

HAZ DEL ÉXITO UN hábito



Las personas de éxito hacen precisamente aquello que no hacen la generalidad de las personas. Si repites el ciclo anterior y cada mes patrocinas a 4 nuevos miembros que a su vez hacen lo mismo, tendrás en 9 meses una organización teórica de 262.144 miembros. Vale aclarar que esto varía de acuerdo al plan de trabajo y acción propuesto personalmente y para tu organización.

Supongamos que solo se involucran en la duplicación de cuatro nuevos miembros el 10% quedando la teoría reducida a 26.144 miembros. Y de esos miembros siguen las pautas de éxito otro 10%, por tanto tendrás en

9 meses una organización formada por casi 2.600 miembros activos, lo que te habrá generado unos beneficios muy superiores a un sueldo, y tendrás asegurada tu independencia financiera con el crecimiento y autoconsumo semanal que se genera en tu organización.

Sobre estas premisas:

¿Estarás dispuesto/a a dedicar 10-15 horas semanales a promocionar tu negocio?

¿Qué harás con tus beneficios extras?

¿Cambiarán en algo tu estilo de vida?

Si partiendo de cero has conseguido esa organización en 9 meses, que no puedes conseguir a partiendo de 2.600 personas en los siguientes 9 meses. ¡Comienza a soñar en grande!, mantén los pies en el suelo y ¡trabaja para conseguirlo!

Escribe en un listado lo que quieres conseguir o adquirir, escribe siempre en

tiempo presente:

- Como en los mejores restaurantes
- Viajo en primera clase
- Me compro un coche de gama alta, modelo...

Haz tarjetas diferentes con los enunciados de este listado y lee una cada día al levantarte y antes de dormirte. Recuerda que te estás programando para el éxito. ¡Deja que tu subconsciente trabaje para ti y que sea él quien busque las soluciones! **“No cuestiones, cree y las cosas buenas comenzarán a suceder”.**

ENTRE LOS BUENOS HABITOS DE ÉXITO TAMBIEN ES IMPORTANTE LO SIGUIENTE:

La autodisciplina. Fácilmente puede alcanzarse disciplina, solo es cuestión de propósito, pero si se trata de un negocio es importante pensar en la autodisciplina, ya que esta es la herramienta transversal en todas las actividades realizadas y sin duda alguna es fundamental en los negocios. Se trata de propósito y compromiso.

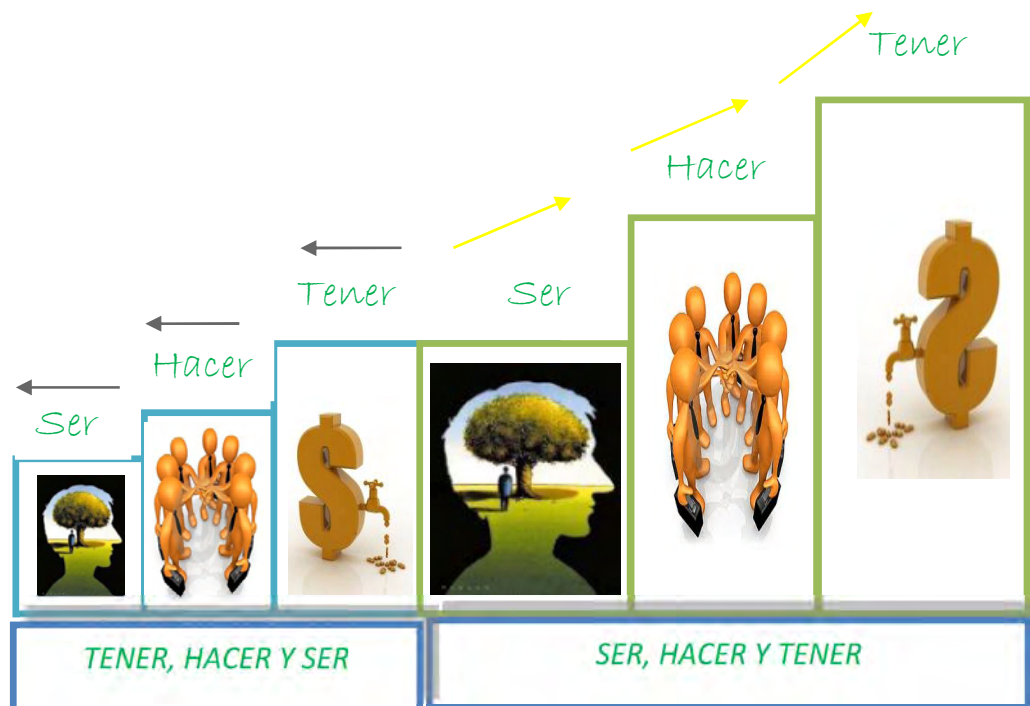
Ser “adiestrables”. Si hay algo que resaltar del Sistema Multinivel, es el hecho de aprender de los demás, de los que saben cómo se hacen las cosas, una frase que resulta propicia en este momento es la de “no hay que inventar la rueda, solo hay que usarla”, esta es una frase muy manejada por los patrocinadores/auspiciadores para las nuevas personas en el negocio. Se trata de ser “obediente”. Afortunadamente este Sistema comparte el conocimiento logrado y guía a los demás, por su parte, si se piensa dentro del Sistema tradicional para iniciar un negocio, hay que construir paulatinamente el conocimiento. Estar dispuestos a aprender en toda circunstancia es la pauta a tener en cuenta.

Volverse experto. Volverse experto en lo que se hace es la herramienta fundamental dentro de un negocio, sin importar su tamaño, o dentro de que Sistema se encuentre es el ser humano quien le da ese carácter de grandeza

y formalidad. Es convertirse en un experto en la industria dentro de la cual se encuentra.

Ser-hacer y tener. Aquí se toma como referencia un punto de vista interesante dentro del Sistema Multinivel, este consiste en que una persona debe “ser”, “hacer” y “tener”, para llegar a construir un negocio firme y proyectarlo en el largo plazo, y no al contrario, como en el común se reflexiona, donde se inicia cuando se “tiene”, luego se “hace” y finalmente se “es”.

Gráfico 41. Ser, Hacer y Tener



Fuente: elaboración propia

Con esta imagen se trata de representar en la primer parte la mentalidad con la que se suele actuar, ya que la preocupación radica en “tener” para iniciar cualquier actividad, luego se piensa en hacer, y finalmente en “ser”. En la segunda parte se encuentra otra lección. Se manifiesta la importancia de trabajar en construir el “ser”, este punto es en el que se debe invertir gran parte del tiempo, seguido del “hacer”, ya que ese crecimiento personal se manifestará en la ejecución de lo pensado, y el “tener”, será consecuencia de las dos anteriores. Este es un punto en el cual es necesario cambiar la

manera tradicional con que miramos la expectativa de iniciar tu negocio.

UN PATRÓN PARA éxito

Estas son aspectos útiles que se consideran como un patrón a seguir dentro de las redes de mercadeo del negocio Multinivel.



1. **Define tu SUEÑO.** ¡¡¡Escríbelo y léelo todos los días!!!. Te ayudará en los momentos en que encuentres obstáculos en la creación de Red de tu negocio.
2. **Comprométete con algunas METAS.** ¡Plasmándolas por escrito!. Es muy importante que te fijes metas a corto, mediano y largo plazo, contigo mismo y con tu negocio.
3. **Haz una LISTA.** Para iniciar que sea una lista de todas las personas que consideras en círculo de influencia y clasifícala.
4. **INVITA a las personas en tu lista.** Es la parte más importante, poner acción invitando todos los días a que nuevas personas hagan parte del negocio o sean clientes (consumidores)
5. **Haz una REUNIÓN EXITOSA.** Con el tiempo comprenderás lo importante que es que tengas tu propia sala de reuniones y que seas tú mismo quien las dirija.
6. **Da un SEGUIMIENTO a tus prospectos.** Ponte en contacto al menos una vez a la semana con tus referidos directos, envíales un correo ofertándoles tu ayuda o dándoles a conocer las ventajas del negocio o negocios que desarrollas y las actividades programadas.
7. **Verifica el PROGRESO.** ¡Revisando tus metas iniciales! y ¡Proponiendo nuevas metas cuando las antiguas están conseguidas!



8. ACTUALÍZATE. Es importante ampliar el conocimiento y estar al día sobre lo que desde ahora en adelante será “tu negocio”, las formas distintas de hacer el negocio se dan a conocer rápidamente por personas que han tenido resultados en el mismo, por lo tanto es fundamental aprender de los demás, de quienes ya saben cómo se hacen las cosas para que el negocio de resultados.

9. ENSEÑA el Patrón del Éxito. Realizando acciones que ayuden a los demás. Por ejemplo, enviando este manual a todos tus contactos.



Finalmente, al concluir el diseño de la guía práctica que sirve como herramienta de apoyo para desarrollar el negocio del Multinivel, se tiene que, si bien, en esta guía no se manejan formulas exactas de cómo hacer que el negocio del Multinivel funcione, si se entrega un bosquejo de conocimiento que deja visualizar e ilustra de manera resumida lo

que conlleva hacer parte de este tipo de negocios, aportando así “este saber común” dentro del Sistema Multinivel a aquellas personas que lo desconocen y desean hacer parte de él.

En este capítulo se ha conseguido la realización tanto de la metodología, como de la guía práctica orientadas a forjar conocimiento sobre el Sistema Multinivel y desarrollo del mismo, así se hace el cumplimiento total del objetivo general.

CONCLUSIONES

Cabe mencionar que aspectos entorno al Sistema del Multinivel tiene poca investigación, tema que debería profundizarse a manera de estudio debido al auge que este Sistema proyecta con sus estrategias de comercialización.

Esta industria está comenzando a demostrar que su propuesta de negocio es más que válida para generar grandes y solidas sumas de capital, así como las redes sociales, el Multinivel aprovecha el principio de la duplicación para dar a conocer su mensaje alrededor del mundo. La gente poco a poco empieza a tener mayor información acerca de este modo de hacer negocios y la creciente ola de productos que se mueven por este canal está incrementando también.

Una característica fundamental del Sistema del Multinivel es posicionar socialmente la idea del emprendimiento propio, el trabajo independiente y la auto-superación. En la era de la sobre información se tiene esta opción de “negocio libre”, donde se logran resultados por desempeño y se crece de forma personal y con trabajo en equipo.

El Sistema de venta directa se ha convertido en una alternativa como modalidad de relación laboral, pasando a ser en los últimos años en el contexto económico de la globalización una oportunidad de generar ingresos. La alta competencia, la falta de experiencia, la saturación del mercado laboral hace que las personas busquen alternativas de ocupación e ingresos.

Es una oportunidad para toda persona de conocer un Sistema de trabajo cargado de motivación y emoción, dirigidos al crecimiento personal y la independencia económica, aspectos que se ven retraídos en el Sistema tradicional, donde las capacitaciones de personal son enfocadas a ciertos grupos de personas y se tratan temas del área de trabajo, sin centrarse en el ser humano como tal.

El marco teórico reúne un amplio tejido acerca de la industria del Multinivel y plasma ideas de personajes que manejan muy bien el concepto de los negocios como Robert Kiyosaki que a pesar de no realizar actividades de esta industria deja vislumbrar la importancia de hacer parte de ella.

Con la investigación se obtuvo un panorama concreto sobre las actividades generales de trabajo, se reconocen las diversas estrategias de venta y prospección o reclutamiento, y se distingue las diversas capacitaciones encaminadas a la superación personal y el alcance de metas propuestas en el negocio en las organizaciones del Multinivel de Herbalife y Amway.

Por medio de la aplicación íntegra del cuestionario, la entrevista, y la observación indirecta, se presentan resultados a lo largo de la investigación, que reflejan los ámbitos económicos y sociales de las personas que desarrollan el negocio del Multinivel en la Ciudad de Pasto. Además, se logró conocer el perfil demográfico de las personas que desarrollan el negocio; las habilidades sobre liderazgo y negociación desarrolladas con

ayuda del Sistema de capacitación llegando a determinar aspectos favorables en el ámbito social, familiar y económico generados en los entrevistados por la participación en este Sistema.

El Sistema de Multinivel se presenta como una oportunidad de emprendimiento. Los resultados de la investigación reflejan que indiferentemente de la edad, el género y el nivel de estudios las personas pueden acceder fácilmente a la realización del negocio, incluso por que éste implica una mínima inversión.

A partir de la propuesta metodológica y la guía práctica que se presenta en esta investigación se puede ampliar de manera real lo que contempla el Sistema Multinivel y así expandir las fortalezas del mismo para que las personas puedan tomar asertivamente esta oportunidad para generar ingresos a través de un sistema ya estructurado.

RECOMENDACIONES

Principalmente dentro de las áreas económicas y administrativas de la Universidad Nariño sería importante impartir una cátedra dirigida al conocimiento del Sistema Multinivel, para visualizar nuevas formas de hacer negocios mediante este tipo de Sistemas.

Dentro de la PRACTICA EMPRESARIAL que tiene previsto la universidad de Nariño para las carreras económicas y administrativas, es recomendable que se promueva que los estudiantes se vinculen a una de las organizaciones que manejen el Sistema Multinivel, tanto para tener mayor conocimiento sobre su forma de trabajo, como para adquirir experiencia frente a estas alternativas.

Es importante hacer conocer a los Empresarios del Sistema tradicional las características particulares del Sistema Multinivel con el propósito de forjar estrategias que les permita llegar a su mercado, principalmente por el sistema de capacitación que imparte adecuadamente el sistema multinivel en el talento humano.

Es importante difundir la información que está contenida en la “guía de conocimiento y desarrollo sobre el negocio del sistema multinivel” propuesta en esta investigación, para que las personas que desean obtener ingresos a través de un Sistema Multinivel tengan conocimiento sobre el mismo antes de hacer parte de él.

BIBLIOGRAFÍA

Clark. L Hull /Colección: Clásicos de la Psicología/ "Principios de conducta" Versión Castellana de Rodolfo Fernández González. 2 Ed. Debate Madrid 1986.

FERNÁNDEZ, Enrique, PALOMERO Cantero F. Cuaderno de prácticas de motivación y emoción Ed. Ediciones Pirámide, S.A., 1997.

GARCÍA SÁNCHEZ, María Dolores. "Marketing Multinivel". Madrid, España. ESIC.

KOTLER, Philip 2000 *Dirección de Mercadotecnia*, Octava Edición Prentice Hill, México.

LAMBIN, J.J, 1991 "*Marketing estratégico*", 2ª Edición, McGraw-Hill, Madrid.

"Manual Lo Básico del Negocio" Herbalife Internacional of América, Inc. Impreso en Colombia 2010.

"Manual Plan de Ventas y Mercado y Normas de Negocio" Herbalife Internacional of América, Inc. Impreso en Colombia 2010.

"Manual Fortaleza su Negocio" Herbalife Internacional of América, Inc. Impreso en Colombia 2010.

"Manual de Referencia Amway" Ada, Michigan. Impreso en Colombia 2011.

"Manual Plan de Ventas y Mercadeo Amway" Ada, Michigan. Impreso en Colombia 2011.

NAVARRO, Eduardo. "Negocios en internet y el comercio electrónico", *Improven Consultores*, Segunda Edición 2002.

Pelton, Lou E., Strutton, David., Lumpkin James R. "Canales de marketing y distribución comercial" Ed.Irwin Mc Graw Hill, Colombia 1999.

REID René, YARNELL Mark "Su Primer año en el Network Marketing" 2006.

STERN, Louis. ADEL I. El Ansary, "Marketing Channels" 4ª ed. Prentice Hall. Upper Saddle River, NJ 1992.

TAMAYO, Mario. *Metodología formal de la Investigación científica*, Bogotá, McGRAW-HILL, 1995.

NET GRAFÍA

<http://publicalpha.com/informacion-para-profesionales-del-Multinivel/>.

<http://www.soynetworker.com/?p=5>

http://es.wikipedia.org/wiki/Esquema_Ponzi..

http://tuereseljefe.ws/alldescargas/secreto_network.pdf

http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_Multinivel

http://www.degerencia.com/tema/marketing_Multinivel.

<http://www.Multinivel.org.mx/marketing-Multinivel-3/venta-marketing-Multinivel/>.

<http://www.empresate.org/2011/09/25/conoce-sobre-el-cuadrante-del-flujo-del-dinero-de-robert-kiyosaki/>.

<http://www.google.com.co/search?q=imagenes+del+cuadrante+del+flujo+fel+dinero&h>.

<http://www.readthespirit.com/wayne-baker-and-our-values/>.

<http://books.google.com.co/books?id=DUMPi9lv8mwC&pg=PA24&lpg=PA24&dq=marco+legal+de+las+empresas+Multinivel&source>.

<http://www.1000ideasdenegocios.com/2007/08/el-mundo-del-mercadeo-Multinivel-mlm.html>. <http://www.emprender-para-ganar-dinero.com/Multinivel-Piramide.html>

<http://www.superfinanciera.gov.co/Normativa/PrincipalesPublicaciones/boletinej/boletin2009/ventas.html>.

<http://www.oportunidadnoni.com/descargas/Multinivel-Piramidal.pdf>

<http://www.wfdsa.org/press/>

http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing_Multinivel

<http://www.inviertaencolombia.com.co/como-invertir/pasos-para-instalarse/constituir-una-sucursal-de-sociedad-extranjera.html>.

<http://www.myherbalife.com>.

<http://www.iboai.com/Default.asp>.

<http://www.amway.com/acerca-de-amway/campanas-y-patrocinios/patrocinios>.

<http://www.acovedi.org.co/afiliados/activos/..>

<http://negocionow.com/Sin%20competencia.htm>.

http://www.amway.es/cms/opportunity/own_business/how_to_join

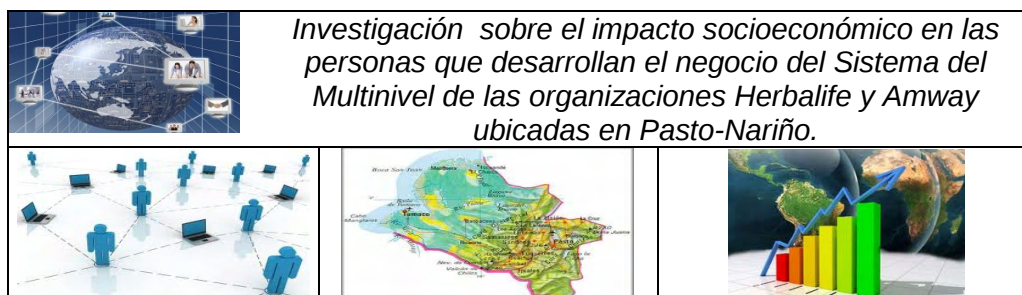
http://es.wikipedia.org/wiki/Programaci%C3%B3n_neuroling%C3%BC%C3%ADstica.

<http://grupobunge.wordpress.com/>.

ANEXOS

Anexo A: Formato de encuesta

UNIVERSIDAD DE NARIÑO PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PASTO NARIÑO



OBJETIVO: Analizar el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema del Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway ubicadas en Pasto-Nariño.

Nro	I. PERFIL PERSONAL					
1	Género:	(a)Masculino		(b)Femenino		
2	Edad:					
3	Estado civil	(a) Solter@	(b) Casad@	(c) Divorciad@		
4	Nivel de estudios	(a)Primarios	(b)Secundarios	(c)Carreras técnicas	(d)Superiores	(e) Cursos auxiliares
5	Estrato Económico	(a) Uno	(b) Dos	(c) Tres	(d) Cuatro	(e) Cinco
6	Religión que profesa	(a)Católica	(b)Protestante	(c) Cristiana	(d) Testigos de Jehová	(e) Otro
II. ASPECTOS PREVIOS A LA PARTICIPACIÓN COMO DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE.						
7. ¿cuál era su percepción sobre la empresa de Multinivel?. (Puede elegir varias opciones)						
(a) Es una pirámide, hay que meter gente			(g) Es una secta, la gente que vende son unos fanáticos			
(b) Se trata de vender de puerta en puerta			(h) Eso ya está saturado			
(c) Es un negocio que tiene buenas regalías, buenos productos			(i) Los productos son muy caros			
(d) Se trata de ventas			(j) Es el comercio con servicio personalizado que se les da a los clientes			
(e) Hay personas que fracasan es en esos negocios.			(k) Es un negocio para mujeres			
(f) Hay que comprar productos todo el tiempo						

8. señale las razones que consideró para ingresar a la venta directa. (a) Tenía tiempo (b) Es un buen negocio (c) Utilizar los productos (d) Necesidad (e) Distracción	
9. ¿Cuál era su ocupación antes de conocer la organización Multinivel en la que trabaja? (puede seguir realizando la misma ocupación) (a) Agricultor (b) Ama de casa (c) Estudiante (d) Trabajaba en otra empresa (e) comerciante (e) Otro	
III FORMACIÓN Y DESARROLLO PERSONAL EN LA ORGANIZACIÓN	
10 ¿Ha sido empleado? Si. (b) No.	
11. ¿Considera que formar su negocio como distribuidor independiente es mejor opción que ser empleado? (a) Si (b) No ¿Por qué? _____ _____ _____ _____	
12. ¿Cómo definiría su trabajo en la organización? (puede elegir varias respuestas) (a) Divertido (b) Interesante (c) Frustrante (d) Aburrido (e) Excitante (f) Fastidioso	
13. ¿Qué lugares son los más utilizados para desarrollar su trabajo ? (puede elegir varias respuestas) (a) Centro de apoyo (b) Casa (c) Casa de amigos (d) Local/oficina (e) visitas varias	
14. ¿Cómo califica los siguientes Sistemas de entrenamiento? (califique en una escala de 1 a 5, donde 1 es mas valioso. 2 es valioso. 3 es regular. 4 es menos valioso. 5 es nada valioso. (a) Comercialización (b) Formación del negocio (c) Liderazgo (d) Desarrollo personal (e) Motivación	
15. ¿Cuál es la habilidad que MAS a desarrollado por el apoyo de la Organización? (a) Poder de negociación y persuasión (b) Liderazgo (c) Habilidades de venta	
IV. ASPECTOS SOBRE EL DESARROLLO DEL NEGOCIO	
16	¿Cuánto tiempo lleva realizando el negocio? (en Pasto) (a) Menos de 1 año (b) De 1 a 2 años (c) De 3 a 4 años (d) Más de 4 años

26. ¿Cuál es su actividad principal actualmente? (a) Ama de casa (b) vendedor /comerciante (c) Estudios (d) Empleo temporal administrativo (e) Distribuidor independiente												
27. ¿Cuántas horas dedica al Día?:	A las ventas: _____ Horas	Otra actividad: _____ Horas										
28. Las capacitaciones que recibe por parte de la organización son: (puede elegir varias opciones) (a) Diarias (b) Semanales (c) Mensuales (d) Trimestrales (e) Semestrales (f) Anuales												
29. ¿Qué tipo de incentivos recibe por parte de la organización? Seleccione 3 en las que más enfatiza? (a) Capacitaciones especializadas (e) Vacaciones (b) Remuneración económica (f) Reconocimiento de sus compañeros (c) Reconocimiento de sus patrocinadores (d) Posibilidad de crear ideas y tomar la iniciativa para desarrollarlas												
30. ¿Considera que la organización lo ha ayudado a mejorar su situación económica, familiar y social? (a) Si (b) No (c) No sabe/ no responde ¿Por qué? _____ _____ _____ _____												
31. ¿Por qué considera que hay distribuidores que no logran permanecer en este negocio?. (Puede seleccionar una, dos o tres opciones en orden de importancia, escriba el número uno para la más importante, así hasta el dos o el tres). <table style="width: 100%;"> <tr> <td>() Por falta de tiempo</td> <td>() Porque no están motivados</td> </tr> <tr> <td>() Porque no están capacitados</td> <td>() Porque son incrédulos</td> </tr> <tr> <td>() Porque no son disciplinados</td> <td>() Porque sus patrocinadores no les explican bien el plan de mercado</td> </tr> <tr> <td>() Porque la compañía no tiene suficientes herramientas para trabajar</td> <td>() Porque les falta tener sueños concretos</td> </tr> <tr> <td>() Porque no tienen una carrera profesional</td> <td>() Porque no tienen recursos para invertir</td> </tr> </table>			() Por falta de tiempo	() Porque no están motivados	() Porque no están capacitados	() Porque son incrédulos	() Porque no son disciplinados	() Porque sus patrocinadores no les explican bien el plan de mercado	() Porque la compañía no tiene suficientes herramientas para trabajar	() Porque les falta tener sueños concretos	() Porque no tienen una carrera profesional	() Porque no tienen recursos para invertir
() Por falta de tiempo	() Porque no están motivados											
() Porque no están capacitados	() Porque son incrédulos											
() Porque no son disciplinados	() Porque sus patrocinadores no les explican bien el plan de mercado											
() Porque la compañía no tiene suficientes herramientas para trabajar	() Porque les falta tener sueños concretos											
() Porque no tienen una carrera profesional	() Porque no tienen recursos para invertir											

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo B: Formato de entrevista

UNIVERSIDAD DE NARIÑO

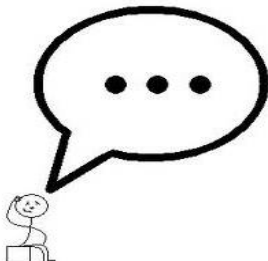
**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PASTO NARIÑO**

La entrevista tienes como objetivo indagar sobre generalidades de la organización y su funcionamiento en la Ciudad.

1. Nombre de la empresa
2. ¿Hace cuanto tiempo se encuentra la compañía realizando sus actividades en la Ciudad de Pasto?
3. ¿Cómo y con quien se tramitan los requisitos legales para el funcionamiento de la organización en el país y por ende en la Ciudad de Pasto?. (secretaria de salud, invima...)
4. ¿Cómo se delegan las funciones en los centros de apoyo (departamentos, funciones, etc)?
5. ¿Cuáles son las Herramientas de trabajo utilizadas tanto en venta como en reclutamiento?
6. ¿Cuáles son las actividades de capacitación? ¿Hay un plan de trabajo?
7. Para conseguir el mayor valor de descuento, ¿ cuánto se debe mover en producto, tanto en pesos, como en punto de volumen?.
8. ¿Cómo se conserva el descuento?
9. ¿Costo de los eventos corporativos mensuales?
10. ¿El valor de la entrada para los eventos cambia dependiendo del nivel que hayan logrado los distribuidores en la organización?
11. ¿Lugares más frecuentados para realizar los eventos especiales programados por la organización? (Pasto)
12. ¿Cuáles son los centros de apoyo de la organización?
13. ¿Cuáles son las ventajas de desarrollar el negocio en la ciudad de Pasto?
14. ¿Cuáles son las desventajas de desarrollar el negocio en la ciudad de Pasto?
15. Eventos que indiquen sobre la responsabilidad social de la organización en Pasto
16. ¿Cuáles son los Pasos para obtener un registro como distribuidor?

Anexo C: Formato observación indirecta

Parámetros	Resultados
Lo que se ha visto	

	
Lo que se ha entendido 	
Lo que se ha pensado 	

Anexo D: Afiliados activos de acovedi

Amelissa Amway AVON Carmel Cristian Lay Dolce S.A.S Duprée L'bel – Esika
Cyzone Formfit de Colombia Herbalife IB international S.A.S. - Luvi Industrias Fuller
Pinto S.A. Lebon Marketing Personal Múscari International S.A. Natura Nature's
Sunshine Nikken Niviglobal S.A. Novaventa S.A.S. Nu Skin Omnilife Oriflame Pikanto
Sueño Rosa SwissJust Yanbal 4 Life

Anexo E: Carta de solicitud dirigida a las organizaciones multinivel en pasto.

San Juan de Pasto, 17 de Enero de 2011.

SEÑORES

**EQUIPO DE EXPANSIÓN GLOBAL, HERBALIFE INTERNACIONAL
PASTO NARIÑO**

Cordial saludo,

Por medio de la presente me permito solicitar amablemente su aprobación para adelantar mi trabajo de grado en la organización de distribuidores independientes de HERBALIFE INTERNACIONAL que se ha construido a través de su gestión. La investigación que se lleva a cabo tiene como objetivo analizar el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema del Sistema Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway ubicadas en Pasto-Nariño. Los métodos a utilizar para recolectar la información consistirán en: entrevistas semi-estructuradas, encuestas y observación indirecta, para lo cual es importante su autorización. También se solicitara información acerca de su Sistema de trabajo: herramientas de trabajo utilizadas en venta y reclutamiento y distribución de funciones en los centros de apoyo. El tiempo requerido será acordado conformé vayan presentándose seminarios y capacitaciones propuestos por la organización, teniendo en cuenta que es allí donde hay mayor confluencia de distribuidores de la compañía quienes hacen parte imprescindible para llevar a cabo esta investigación

La información obtenida será únicamente con propósitos académicos, además, durante las entrevistas y encuestas no es estrictamente necesario precisar datos personales, por lo tanto habrá confidencialidad en el proceso de la investigación.

Agradezco su valiosa colaboración.

Atentamente,

NANCY MERY CUARAN TREJO

Estudiante Administración de Empresas
Universidad de Nariño

San Juan de Pasto, 21 de Enero de 2011.

**SEÑORES
EMPRESARIOS AMWAY
PASTO NARIÑO**

Cordial saludo,

Por medio de la presente me permito solicitar amablemente su aprobación para adelantar mi trabajo de grado en la organización de Empresarios AMWAY que se ha construido a través de su gestión. La investigación que se lleva a cabo tiene como objetivo analizar el impacto socioeconómico en las personas que desarrollan el negocio del Sistema del Sistema Multinivel de las organizaciones Herbalife y Amway ubicadas en Pasto-Nariño. Los métodos a utilizar para recolectar la información consistirán en: entrevistas semi-estructuradas, encuestas y observación indirecta, para lo cual es importante su autorización. También se solicitara información acerca de su Sistema de trabajo: herramientas de trabajo utilizadas en venta y reclutamiento y distribución de funciones en los centros de apoyo. El tiempo requerido será acordado conforme vayan presentándose seminarios y capacitaciones propuestos por la organización, teniendo en cuenta que es allí donde hay mayor confluencia de personas que hacen parte de la compañía, quienes hacen parte imprescindible para llevar a cabo esta investigación

La información obtenida será únicamente con propósitos académicos, además, durante las entrevistas y encuestas no es estrictamente necesario precisar datos personales, por lo tanto habrá confidencialidad en el proceso de la investigación.

Agradezco su valiosa colaboración.
Atentamente,

NANCY MERY CUARAN TREJO
Estudiante Administración de Empresas
Universidad de Nariño

Anexo F: Pasos para apertura de sucursales extranjeras

Estos son los pasos para constituir una sucursal de sociedad extranjera>

Paso 1: Los documentos requeridos para la constitución de una sucursal de sociedad extranjera:

- Certificado de existencia y representación legal de la sociedad inversionista, expedido por el funcionario competente del domicilio de la sociedad. En caso de tratarse de una persona natural, deberá hacerse llegar una copia del pasaporte.
- Poder autorizando a un abogado o persona natural para actuar en nombre de la sociedad inversionista.
- Estatutos de la casa matriz.
- Resolución del órgano competente de la casa matriz autorizando la apertura de la sucursal en Colombia, señalando como mínimo:
 - ✓ Los negocios a que se va a dedicar la sucursal
 - ✓ El monto de capital asignado a la misma
 - ✓ Su domicilio
 - ✓ Su duración.
 - ✓ Las causales para la terminación de los negocios.
 - ✓ El nombramiento del representante legal y sus atribuciones
 - ✓ El nombramiento del revisor fiscal

Los documentos mencionados deberán contar con la cadena de legalizaciones establecida en la legislación colombiana, la cual consiste en lo siguiente:

- La autenticación de los mismos por un notario público del domicilio de la sociedad o persona natural inversionista, el cual certifique la representación legal, veracidad del documento y la existencia de la sociedad.
- La verificación de la información de dichos documentos por el cónsul colombiano del mismo domicilio.
- El reconocimiento del Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia.
- La traducción de dichos documentos al castellano, cuando sea necesario, por un traductor oficial certificado como tal en Colombia.
- Los anteriores pasos para legalizar no aplican si el país de donde provienen los documentos está cobijado por la Convención de la Haya, en cuyo caso sólo se requiere la notarización y la «Apostilla», sin perjuicio de la traducción oficial de los documentos, en caso de requerirse.

Paso 2: Protocolizar en escritura pública:

Para este paso se requieren los documentos mencionados en el primero paso. La escritura pública debe contar con la firma del representante de la compañía extranjera en Colombia.

La firma de la escritura pública de constitución genera el pago de derechos notariales que oscila entre 2.7 y 3.0 por mil del valor del capital asignado.

Paso 3: Obtener las cartas de aceptación de los cargos de la sucursal:

Deberán obtenerse cartas de aceptación al cargo de las personas nombradas en los estatutos de la compañía, como es el caso del representante legal y su suplente. Dichas cartas deben incluir el nombre completo de la persona que acepta el cargo, el cargo, el documento y número de identificación de la persona y su firma.

Paso 4: Efectuar el Registro Único Tributario (RUT)

Este trámite se puede hacer personalmente o a través de apoderado, ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales para así obtener el NIT de la sucursal.

La escritura pública de constitución, las cartas de aceptación, y el formulario adicional para fines tributarios (RUT y NIT si es el caso) diligenciado indicando los impuestos a los que la compañía estará sujeta, deberán inscribirse en la Cámara de Comercio del domicilio de la sucursal. Para ello debe diligenciarse el formulario de matrícula mercantil.

La inscripción en la Cámara está sujeta al pago del impuesto de registro, equivalente al 0.7% del monto del capital asignado a la sucursal. Dicha inscripción debe renovarse anualmente ante la misma entidad, lo cual cuesta entre US\$ 6 y US\$ 182 aproximadamente (tomando como tasa de referencia \$ 2.200), dependiendo del monto de los activos de la sucursal.

Paso 5: Registrar los libros de la compañía en la Cámara de Comercio.

Toda sucursal deberá tener los libros de contabilidad, entre los cuales se incluyen los siguientes:

- Valor de la inscripción de los libros de comercio para el 2009 es de 24.000 pesos (10 US\$ teniendo en cuenta una TRM de 2.200 pesos)
- Libro diario
- Libro mayor de balance.

Paso 6: Abrir una cuenta bancaria en la entidad de su elección.

Toda sucursal debe abrir una cuenta a su nombre en una entidad bancaria. En esta cuenta se hará el depósito del capital por parte de los inversionistas.

Para información de las entidades financieras en Colombia puede visitar la página web de la Súper Intendencia Financiera.

Paso 7: Registrar la inversión extranjera en el Banco de la República.

Una vez efectuada la inversión, es decir una vez se cubra el capital asignado a la sucursal, y posteriormente en cada aumento del mismo, deberá efectuarse el registro de la inversión extranjera ante el Banco de la República. El procedimiento de registro de la inversión varía dependiendo de la modalidad en la que ésta se haya efectuado. Para información detallada sobre este procedimiento consultar el hipervínculo de cómo registrar la inversión.

También puede visitar la página de E-Regulations en donde encontrará los formatos y formularios para constituir una empresa.