

**NETWORKING COMO ESTRATEGIA DE MARKETING DE LA
MULTINACIONAL HERBALIFE EN CARTAGENA: ESTUDIO DE CASO.**

GUEVARA S, JENNY

**MONOGRAFIA PRESENTADA PARA OPTAR TITULO DE PROFESIONAL DE
FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES.**

**ANA CAROLINA DUSSAN H
Magíster en Ciencia Política**

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINIDTRATIVAS
CARTAGENA
2009**

Cartagena de Indias D.T y C., 30 de Abril de 2009

Señores:

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

COMITÉ EVALUADOR TRABAJO DE GRADO

La ciudad

Por medio del presente, me permito someter a consideración la propuesta formal del trabajo de grado titulado: **"NETWORKING COMO ESTRATEGIA DE MARKETING DE LA MULTINACIONAL HERBALIFE EN CARTAGENA: ESTUDIO DE CASO."** De la estudiante **JENNY PAULIN GUEVARA SALAMANCA.**

Muy cordialmente,

JENNY P GUEVARA S.
C.C 1.047.364.771 de Cartagena

Cartagena de Indias D.T y C., 30 de Abril de 2009

Señores:

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE BOLIVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

COMITÉ EVALUADOR TRABAJO DE GRADO

La ciudad

Por medio del presente, me permito someter a consideración la propuesta formal del trabajo de grado titulado: **"NETWORKING COMO ESTRATEGIA DE MARKETING DE LA MULTINACIONAL HERBALIFE EN CARTAGENA: ESTUDIO DE CASO."** De la estudiante **JENNY PAULIN GUEVARA SALAMANCA.**

Muy cordialmente,

ANA CAROLINA DUSSAN
C.C 45.556.913 de Cartagena

AUTORIZACION

Yo, **JENNY PAULIN GUEVARA SALAMANCA**, identificada con C.C 1.047.364.771 de Cartagena, autorizo a la Universidad Tecnológica de Bolívar para hacer uso de mi trabajo de grado y publicarlo en el catalogo de la universidad online.

JENNY P GUEVARA S.
C.C 1.047.364.771 de Cartagena

**NETWORKING COMO ESTRATEGIA DE MARKETING DE LA
MULTINACIONAL HERBALIFE EN CARTAGENA: ESTUDIO DE CASO.**

JENNY PAULIN GUEVARA SALAMANCA

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARTAGENA DE INDIAS**

2009

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN...	
PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	6
0.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	6
0.2 OBJETIVOS	9
0.2.1 Objetivo General.	9
0.2.2 Objetivos Específicos	9
0.3 JUSTIFICACIÓN	10
0.4 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	11
0.5. METODOLOGÍA DEL TRABAJO	12
0.6 LOGROS ESPERADOS	12
1. DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DE CARTAGENA	13
2. MARCO LEGAL	16
3. EL SISTEMA MULTINIVEL: ESTRATEGIA DE MARKETING	19
3.1 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE MERCADEO MULTINIVEL	21
3.2 LA COMERCIALIZACIÓN MULTINIVEL	27
3.3 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN PERSONA A PERSONA (MULTINIVEL)	36
3.4 CAUSAS DE LA INSATISFACCIÓN LABORAL	38
3.4.1 Insatisfacción Laboral	38
3.5 CONCEPTO DE VENTA PIRAMIDAL	46
3.5.1 Principales Diferencias entre venta Multinivel y venta Piramidal	48
3.5.2 Ventajas del sistema Network Marketing	50

4. HERBALIFE EN CARTAGENA	52
4.1 COMO HERBALIFE DA A CONOCER SU SISTEMA DE MULTINIVEL EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.	52
4.2 COMO SE ADMINISTRA HERBALIFE.	54
4.3 HERRAMIENTAS DE HERBALIFE PARA DARSE A CONOCER EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.	55
5. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS HERBALIFE	57
5.1 HERBALIFE ALTERNATIVAS SALUDABLES	57
5.1.1 Nutrición básica.	57
5.1.2 Línea de productos para el cuidado de la piel.	66
5.1.3 El multinivel como solución al desempleo.	77
5.1.4 “Ganar plata no es fácil”	81
5.1.5 “Como todo negocio hay que ponerle ganas”.	82
5.2 MAYOREO	90
5.3 REGALÍAS	91
5.4 ACTIVIDADES DE UN DISTRIBUIDOR	93
5.5 HERBALIFE COLOMBIA	94
6. CONCLUSIONES	95
BIBLIOGRAFÍA	

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 LOCALIDADES DISTRITO DE CARTAGENA.....	14
Ilustración 2. Organigrama.....	34
Ilustración 3. Estructura de ganancia.....	35
Ilustración 4. SISTEMA TRADICIONAL DE DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS MULTINIVEL.....	36
Ilustración 5. PIRAMIDE DE LAS NECESIDADES DE MASLOW.....	41
Ilustración 6. FORMULA 1.....	58
Ilustración 7. Multivitamínico Formula 2.....	59
Ilustración 8. Proteína personalizada Formula 3.....	60
Ilustración 9. Herbal Aloe.....	61
Ilustración 10. Bebida instantánea.....	62
Ilustración 11. Tabletas de fibra termo.bond.....	63
Ilustración 12. Herbalifeline OMEGA.....	64
Ilustración 13. Kickoff® Bebida energizante.....	65
Ilustración 14. Te Guaraná N-R-G.....	66
Ilustración 15. NouriFusion®Multivitamin.....	67
Ilustración 16. NouriFusion® Multivitamin.....	68
Ilustración 17. NouriFusion® Humectante.....	69
Ilustración 18. Nourifusion™ Multivitamin humectante.....	70
Ilustración 19. Nourifusion™ Multivitamin Exfoliante.....	71
Ilustración 20. Nourifusion™ Multivitamin Mascarilla Aclarante.....	72
Ilustración 21. Nourifusion™ Multivitamin Gel contorno de ojos.....	73
Ilustración 22. Nourifusion™ Multivitamin Crema de noche.....	74
Ilustración 23. Nourifusi™ Multivitamin Mascarilla humectante..	75
Ilustración 24. Nourifusion™ Multivitamin Crema contorno de ojos.....	75
Ilustración 25. Nourifusion™ Multivitamin Tónico.....	76
Ilustración 26. Nourifusion™ Multivitamin Gel limpiador.....	77
Ilustración 27. Crecimiento de Herbalife.....	86
Ilustración 28. Dr. DAVID HEBER.....	87
Ilustración 29. Dr. LOUIS IGNARRO.....	87
Ilustración 30. Organigrama de distribución.....	89
Ilustración 31. Distribución de ganancias Herbalife.....	89
Ilustración 32. Distribución del mayoreo.....	90
Ilustración 33. Distribución de regalías.....	91

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Estrategias para el enriquecimiento del Trabajo	46
Tabla 2 venta Multinivel y venta Piramidal	48
Tabla 3 Ingresos en Cartagena	52
Tabla 4 Ingresos en Colombia	95

RESUMEN EJECUTIVO

A nivel mundial temas como el desempleo, subempleo y la insatisfacción laboral han tomado mayor importancia en los últimos años, debido a que las cifras y la situación en general de las personas son cada vez más alarmantes. Diariamente se ven diferentes artículos en los cuales todos los estudios arrojan como resultado una conclusión en común: la oferta laboral excede en gran manera la demanda y las oportunidades laborales cada vez son más escasas.

Las personas tienden a buscar la seguridad laboral porque es una costumbre escucharlo como una recomendación tradicional de padres o abuelos. Este consejo se ha venido practicando de generación en generación y hoy en día sigue vigente en nuestra sociedad. “Muchos de nosotros hemos sido condicionados desde nuestros primeros años de vida para pensar más en la seguridad laboral que en la seguridad o libertad financiera. Y como la mayoría de nosotros aprendemos poco o nada acerca del dinero en nuestro hogar o en la escuela, es más que natural que nos aferremos con más firmeza a la idea de seguridad laboral, en vez de alcanzar libertad.

Cuando se tiene un negocio propio no es tan fácil sobrellevarlo, porque de serlo todas las personas lo tendrían y dejarían su condición de empleados. Pero existen barreras como los costos, permisos y licencias, que hacen que la posibilidad de ser dueño de un negocio sea casi imposible o que solo apliquen para un grupo reducido de personas. Este sistema es el único a través del cual se ha logrado que las personas puedan construir un negocio independiente sin tener que incurrir en los costos, permisos, licencias, pago de salarios, entre otros, que se requieren normalmente para montar un negocio propio.

Este sistema es el multinivel o network marketing, es una forma de mercadeo que le da la oportunidad a las empresas de ampliar su capacidad de distribución por medio de personas independientes que se encargan de llevar el producto al mercado. Este sistema y su forma de compensación es mucho más generoso que el tradicional, porque las compañías que se acogen a este plan de mercadeo, se ahorran todos los gastos de publicidad y los distribuidores se encargan directamente de los clientes. Por esto gran porcentaje de sus ventas la distribuyen entre las personas que trabajan de manera independiente llevando el producto al mercado.

INTRODUCCIÓN

Para esta monografía fue necesario conocer la situación actual que afronta el país a nivel laboral. Por ello se investigaron cifras relacionadas con la tasa de desempleo, subempleo e insatisfacción laboral y otras variables que sirven como base o indicadores que caracterizan el objeto de estudio.

A nivel mundial temas como el desempleo, el subempleo y la insatisfacción laboral han tomado mayor relevancia en los últimos años, debido a que las cifras y la situación económica en general de las personas es cada vez más alarmante. Diariamente se ven diferentes artículos e informes académicos y de prensa los cuales tienen un común denominador: la oferta laboral excede en gran manera la demanda y las oportunidades laborales cada vez son más escasas.

Según un estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT); en el 2007 la población de desempleados llegó a sobrepasar los 190 millones de personas a nivel mundial. Entre la población con trabajo, alrededor de 487 millones de personas no ganaban lo suficiente para superar con sus familias la línea de pobreza de 1 dólar al día, y 1.300 millones ganaban menos de 2 dólares al día. "Pese a trabajar, 4 de cada 10 trabajadores son pobres", concluyó el informe. Con el enfriamiento de la economía mundial, se estima que para los años siguientes el porcentaje de las personas desempleadas se incremente.¹

Esta misma tendencia en la problemática se traslada a América latina, donde aproximadamente 200 millones de personas se encuentran sin empleo. Otros análisis sostienen que la economía mundial se enfrenta al riesgo de una crisis

¹ La economía mundial entra en época de fuerte desaceleración, FMI. Recuperado de: <http://spanish.peopledaily.com.cn/31620/6512203.html>.
10 octubre del 2008.

mundial debido a que en 2007 su crecimiento fue del 3,9 % y se estima una disminución del 3% en 2009.² Según el Departamento Nacional Estadístico de Colombia la tasa de crecimiento económico colombiana para el año 2008 creció un 2,5% con relación al año 2007. Por su parte, en el cuarto trimestre el PIB disminuyó en 0,7%, comparado con el mismo periodo del año anterior.³ En el plano regional el Departamento de Bolívar cerró el 2006 con una tasa de crecimiento de 3.60%.⁴

La tasa nacional de desempleo en Colombia alcanzó el 10,6% en diciembre de 2008, una cifra que representa un incremento de 0,7 puntos en relación con el mismo mes en el año 2007. El porcentaje significa que más de 2,09 millones de colombianos estaban sin trabajo al terminar el año pasado, según un informe del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (Dane), que indicó que esta cifra es superior en 182.000 personas a los 1,91 millones de desempleados que había en diciembre de 2007⁵.

Por otro lado en el contexto mundial se observa que el número de trabajadores formales aumentó un 1.5% a 2,850 millones, pero la mitad, 1,400 millones, cuentan con un ingreso inferior a dos dólares diarios. Para el caso local de la ciudad de Cartagena, el comportamiento de la tasa de ocupación para el 2008 fue del 46,4%, con respecto al año anterior hubo una reducción de 0.9 puntos, la tasa de desempleo del 13,0% y la tasa del subempleo del 15.4%.⁶

² La economía mundial entra en época de fuerte desaceleración, FMI. recuperado de: <http://spanish.peopledaily.com.cn/31620/6512203.html>. 13 octubre del 2008

³ Comunicado de prensa. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/comunicados/cp_pib_ivtrim08.pdf. 26 de Marzo de 2009

⁴ Cuentas departamentales – Colombia: Participación porcentual 2006. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/PIB_TOTAL-Y-PARTICIPACION_2000-2006/PIB_TP_PreciosConstantes_00_06.xls. 3 de octubre de 2008

⁵ Crece el indicador. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co>. 10 de octubre de 2008.

⁶ Desarrollo económico. Recuperado de: <http://www.cccartagena.org.co/economica/investigaciones.htm>. 10 de octubre de 2008.

Sumado a lo anterior, es importante mencionar que un 7.7% de la población activa se encuentra afectada por el desempleo; entendiendo por esta última “el conjunto de personas que en un periodo de tiempo determinado suministran mano de obra para la producción de bienes y servicios económicos, o que están disponibles y hacen las gestiones para incorporarse a dicha producción.”⁷

En este sentido, se analiza de igual manera que los niveles de desempleo y subempleo afectan a la juventud mundial; los cuales se han agravado en los últimos años como consecuencia de la recesión mundial que ha afectado principalmente a los países en vía de desarrollo. Además el diario *El Economista* afirma que aunque exista un crecimiento económico este no siempre se traduce en un crecimiento paralelo del empleo.⁸

Según estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo, para los próximos 20 años habría que crear más de 100 millones de nuevos empleos para dar opciones laborales acordes con el creciente número de jóvenes que integran la población económicamente activa de los países en desarrollo.

Por tal motivo, se hace necesario que tanto los gobiernos, las organizaciones y las empresas implementen o promuevan programas de donaciones con la finalidad de proporcionar capital inicial que estimule y apoye los programas relacionados con la creación de empresas y de empleo para los jóvenes.⁹

Ante este panorama tan alarmante es imprescindible el planteamiento de una solución alternativa para las personas que se ven afectadas por esta problemática; por consiguiente, en esta monografía se sugiere el sistema Multinivel como una

⁷ Encuesta sobre niveles de población activa en el mundo. Recuperado de: www.oit.com. 10 de octubre de 2008.

⁸ Tendencias económicas globales. Recuperado de: www.eleconomista.es. 13 de octubre de 2008.

⁹ La Juventud y las Naciones Unidas, Empleo, [Citado 24 Feb. de 2009] Disponible en Internet: <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/spanish/wpayemployment.htm>

respuesta ante la situación, cuyas bases teóricas se encuentran en el NETWORK MARKETING.

El sistema Multinivel “constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un 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.¹⁰

Sin embargo, el Multinivel es un sistema desconocido para la mayor parte de la población colombiana; por lo tanto, es necesario dar a conocerlo primero y luego proponerlo como una alternativa para su aplicación en el ámbito laboral. Lo anterior, justifica la necesidad de construir un marco teórico de la estrategia del Multinivel, que explique sus principales características, así mismo identificar las diferentes causas del desempleo y de la insatisfacción laboral, así como el alcance de ésta dentro de las organizaciones.

Es así como se generan dos problemas en la sociedad colombiana que fundamentan la realización de este trabajo, ya que con él se pretende ofrecer una alternativa a través del Multinivel para que las personas que se encuentran sin trabajo tengan la posibilidad de generar ingresos por medio de este sistema o tener ingresos extras sin tener que dejar a un lado su actividad tradicional de trabajo.

¹⁰ Ries Al, Trout Jack. La guerra del marketing. Edición 1. Mac Graw Hill. Pág.195

Lo anterior, justifica la necesidad de construir un marco teórico de la estrategia del Multinivel, que explique sus principales características y el alcance de ésta dentro de las organizaciones. Además es necesario analizar una compañía creada alrededor del concepto del Multinivel, para finalmente llegar a un modelo de negocio que genere una posible solución al desempleo y a la insatisfacción laboral en Colombia.

Por consiguiente, este trabajo formula como objetivo principal proponer un modelo de negocio, basado en la implementación del NETWORK MARKETING como estrategia de mercadeo, para una posible solución para disminuir las cifras de desempleo e insatisfacción laboral en Cartagena.

PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

0.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Para esta monografía es necesario conocer la situación actual que afronta el país a nivel laboral. Para esto se investigaran cifras relacionadas con la tasa de desempleo, subempleo e insatisfacción laboral y otras variables que sirven como base o indicadores que caracterizan el objeto de estudio.

A nivel mundial temas como el desempleo, subempleo y la insatisfacción laboral han tomado mayor importancia en los últimos años, debido a que las cifras y la situación en general de las personas son cada vez más alarmantes. Diariamente se ven diferentes artículos en los cuales todos los estudios arrojan como resultado una conclusión en común: la oferta laboral excede en gran manera la demanda y las oportunidades laborales cada vez son más escasas.

Según un estudio internacional del Diario el Economista del año 2006 el nivel de desempleo asciende a 191.8 millones de desempleados; adicionalmente la mayor parte de la población se encuentra en un ingreso medio bajo, cifra que no se ha modificado en los últimos diez años, según un informe de la Organización Internacional del Trabajo.

Esta misma tendencia en la problemática se traslada a América latina, donde aproximadamente 200 millones de personas se encuentran sin empleo. otros análisis sostienen que la economía mundial se enfrenta al riesgo de la rebaja y su crecimiento fue del 3,9 % en 2007 y se estima una disminución del 3 % en 2009.¹¹

¹¹ La economía mundial entra en época de fuerte desaceleración, FMI. recuperado de: <http://spanish.peopledaily.com.cn/31620/6512203.html>. 10 octubre del 2008

Según el Departamento nacional estadístico de Colombia la tasa de crecimiento económico para el año 2007 fue del 7.7%¹². En el plano regional el departamento de Bolívar cerró el 2006 con una tasa de crecimiento de 3.60%¹³

Por otro lado en el contexto mundial se observa que el número de trabajadores formales aumentó un 1.5% a 2,850 millones, pero la mitad, 1,400 millones, cuentan con un ingreso inferior a dos dólares diarios. Para el caso local de la ciudad de Cartagena, el comportamiento de la tasa de ocupación para el 2006 fue del 1.1%, la tasa de desempleo del -2.6% y la tasa del subempleo del 11.6%.¹⁴

Sumado a lo anterior, es importante mencionar que un 7.7 por ciento de la población activa, se encuentra afectada por el desempleo; entendiendo por esta última “el conjunto de personas que en un periodo de tiempo determinado suministran mano de obra para la producción de bienes y servicios económicos, o que están disponibles y hacen las gestiones para incorporarse a dicha producción.”¹⁵

En este sentido, se analiza de igual manera que los niveles de desempleo y subempleo afectan a la juventud mundial; los cuales se han agravado en los últimos años como consecuencia de la recesión mundial que ha afectado principalmente a los países en vía de desarrollo. Además el artículo del diario el economista afirma que aunque exista un crecimiento económico este no siempre se traduce en un crecimiento paralelo del empleo.

¹² El gobierno bajó la tasa de crecimiento económico de 2007. recuperado de: <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=677367>. 10 de octubre de 2008

¹³ Cuentas departamentales – Colombia
Participación porcentual 2006. recuperado de:
http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/PIB_TOTAL-Y-PARTICIPACION_2000-2006/PIB_TP_PreciosConstantes_00_06.xls. 3 de octubre de 2008

¹⁴ Desarrollo económico. Recuperado de:
http://www.cartagenacomovamos.org/evaluacion_desarrollo.htm

¹⁵ WWW.OIT.COM. Encuesta sobre niveles de población activa en el mundo.

Según estimaciones de la Organización Internacional del Trabajo, para los próximos 20 años habría que crear más de 100 millones de nuevos empleos para dar opciones laborales acordes con el creciente número de jóvenes que integran la población económicamente activa de los países en desarrollo.

Por tal motivo, se hace necesario que tanto los gobiernos, las organizaciones y las empresas implementen o promuevan programas de donaciones con la finalidad de proporcionar capital inicial que estimule y apoye los programas relacionados con la creación de empresas y de empleo para los jóvenes.¹⁶

Ante este panorama tan alarmante es imprescindible el planteamiento de una solución alternativa para las personas que se ven afectadas por esta problemática; por consiguiente, en esta monografía se sugiere el sistema Multinivel como una respuesta ante esta situación, cuyas bases teóricas se encuentran en el network marketing.

El sistema Multinivel “constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un 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.

Sin embargo, el Multinivel es un sistema desconocido para la mayor parte de la población colombiana; por lo tanto, es necesario dar a conocerlo primero y luego proponerlo como una alternativa para su aplicación en el ámbito laboral. Lo

¹⁶ La Juventud y las Naciones Unidas, Empleo, [Citado 24 Ene. de 2006] Disponible en Internet: <http://www.un.org/esa/socdev/unyin/spanish/wpayemployment.htm>

anterior, justifica la necesidad de construir un marco teórico de la estrategia del Multinivel, que explique sus principales características, así mismo identificar las diferentes causas del desempleo y de la insatisfacción laboral, así como el alcance de ésta dentro de las organizaciones.

Es así como se generan dos problemas en la sociedad colombiana que fundamentan la realización de este trabajo, ya que con él se pretende ofrecer una alternativa a través del Multinivel para que las personas que se encuentran sin trabajo tengan la posibilidad de generar ingresos por medio de este sistema o tener ingresos extras sin tener que dejar a un lado su actividad tradicional de trabajo.

0.2 OBJETIVOS

0.2.1 Objetivo General.

- Analizar la implementación del NETWORKING como estrategia de marketing de la multinacional HERBALIFE en la ciudad de Cartagena.

0.2.2 Objetivos Específicos:

- Construir un marco teórico donde se explique el sistema de mercadeo del Multinivel.
- Describir el portafolio de los productos de Herbalife.
- Analizar el comportamiento de la estrategia de NETWORKING que utiliza, que utiliza el sistema Multinivel en la ciudad de Cartagena.
- Proponer el sistema Multinivel como una solución a la problemática planteada, según el diagnostico general del trabajo.

0.3 JUSTIFICACIÓN

En el país, esta multinacional obtiene ingresos por más de 60 mil millones de pesos por la venta de sus productos.¹⁷ Después del análisis anterior respecto a la coyuntura laboral colombiana, se evidencia como el desarrollo y la implementación del Sistema Multinivel, tanto a nivel teórico como práctico, se convierte en una alternativa a la problemática esbozada.

En este orden de ideas, es importante mencionar que el mercadeo multinivel es una estrategia que se utiliza hace varias décadas en otras latitudes, lo que resalta la importancia de definir el concepto, explicar por que representa beneficios importantes para la empresa y como establece una relación “gana-gana” entre sus distribuidores, de todo la cadena de cualquier cadena de comercio de bienes y servicios.

En primer lugar para poder tratar el tema de Mercadeo Multinivel, es fundamental entender la diferencia que existe entre “tener un empleo” y “ser dueño de tu propio negocio”. “Las luchas financieras son a menudo el resultado de que la gente pase su vida trabajando para otros. Muchas personas terminan sin tener nada al finalizar su etapa activa.”¹⁸

Esta compañía abrió operaciones oficiales en Colombia en el año 2001. En estos 7 años de apertura ha logrado tener 7 productos aprobados por el Invima, facturar mensualmente 2 millones de dólares, con un crecimiento del 98 % anual. En la actualidad cuenta con más de 2000 distribuidores.

¹⁷ Herbalife califica de 'apresurada' advertencia de autoridades españolas. recuperado <http://www.caracol.com.co>. 5 de octubre de 2008.

¹⁸ KIYOSAKI T. Robert. SHARON, Lechter L. “Padre Rico Padre Pobre”, Aguilar 2004. p. 90.

Tabla Ingresos en Colombia

Posición en HERBALIFE Colombia	Ingresos Promedio Mensual (pesos)	Niveles de Producción mensuales (venta de productos en Dólares)
1500 mayoristas	1 500 000 – 3 000 000	4.000
700 equipos del mundo	2 500 000 – 5 000 000	10.000
60 equipo de expansión global	5 000 000 – 10 000 000	20.000
25 equipo millonario	10 000 000 – 20 000 000	80.000
7 equipo presidente	20 000 000 – 50 000 000	200.000

Las proyecciones para lo que queda de este año es llegar a 5000 distribuidores y superar los 5 millones de dólares en facturación mensual. Esto ayudando cada vez a más personas a mejorar su nutrición y su situación económica.

En este sentido, se puede resaltar a esta compañía como un modelo exitoso dentro del sistema Multinivel: justificado por sus resultados y sus proyecciones hacia el futuro, respaldados por una presencia en el mercado de 28 años, con operaciones en 68 países. Es necesario entonces comprender a la luz de la teoría toda la estrategia de implementación del network marketing por un lado y por el otro conocer el comportamiento de esta industria de bienestar con respecto a la ciudad de Cartagena, en este sentido esta monografía pretende dar respuesta a través de este estudio de caso.

0.4 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo es una investigación de corte descriptivo y exploratoria de manera que como estudio de caso, explica y permitirá brindar nueva información acerca de una problemática que evidencia un gran crecimiento e impacto en el sector de más auge de la última década; Revolución del Bienestar de acuerdo al premio Nóbel Paul Zane Pilzer.

0.5. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

Las principales herramientas metodológicas para el análisis de este estudio de caso serán fuentes primarias y secundarias; además de seguimientos de la información a través de los medios de comunicación: prensa, televisión y recopilación de artículos informativos relacionados con el tema en cuestión; ya que estos logran evidenciar realmente la coyuntura en la actualidad. Entrevistas a los distribuidores independientes de la compañía de la ciudad de Cartagena.

0.6 LOGROS ESPERADOS

Estudio de caso el comportamiento de la estrategia de NETWORKING que utiliza HERBALIFE, multinacional que utiliza el sistema de mercadeo Multinivel en la ciudad de Cartagena.

El multinivel como solución al problema laboral.

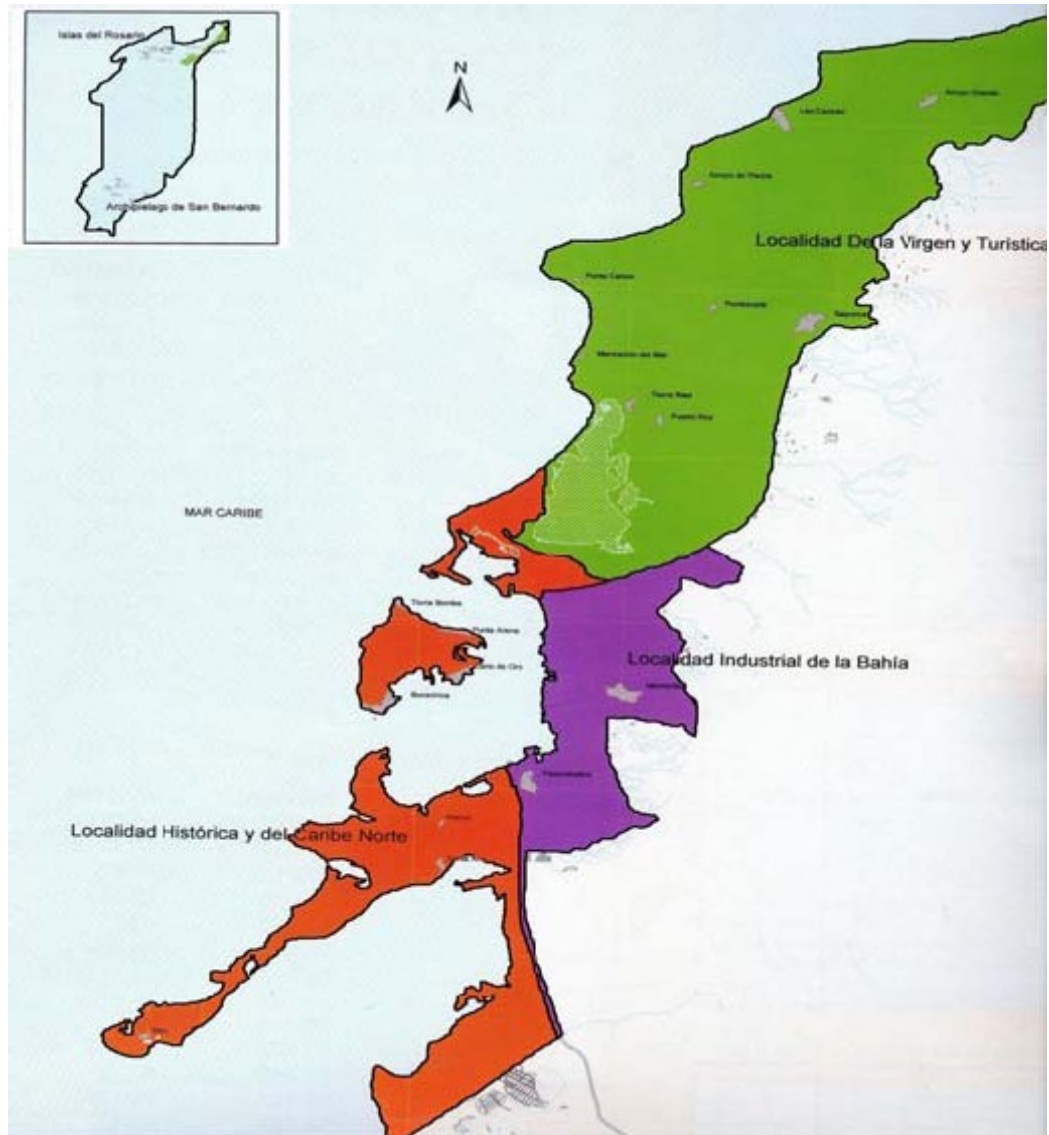
1. DIAGNÓSTICO SOCIOECONÓMICO DE CARTAGENA

El distrito de Cartagena está conformado por un total de 181 barrios, de los cuales 15 están ubicados en zonas rurales. Con una población total de 1'069.7558 habitantes a 2007, la densidad promedio del municipio es de 1.717 habitantes por km². A nivel de localidades, la Industrial y de la Bahía es la de mayor densidad poblacional, con 3.898 hab/km², seguida por la Histórica y del Caribe Norte con 2.398 hab/km², y la De la Virgen y Turística con la menor densidad, 901 hab/km².

El número de habitantes promedio por localidad es el siguiente; para la Localidad Histórica y del Caribe Norte es de aproximadamente 388.489. Le siguen Industrial de la Bahía 346.883 y De la Virgen y Turística con 334.383. La mayor concentración de población se encuentra en las zonas urbanas, el 93.4% (999.463 habitantes), mientras que tan sólo el 6.6% (70.292 habitantes) de las personas habitan en alguna de las zonas rurales.¹⁹

¹⁹ Informe de la Alcaldía de Cartagena de Indias. Recuperado de: www.alcaldiadecartagena.gov.co. 10 de marzo de 2009.

Ilustración 1 LOCALIDADES DISTRITO DE CARTAGENA



Fuente: Alcaldía Mayor de Cartagena de Indias – Secretaría de Planeación.

El número de habitantes promedio por localidad es el siguiente; para la Localidad Histórica y del Caribe Norte es de aproximadamente 388.489. Le siguen Industrial de la Bahía 346.883 y De la Virgen y Turística con 334.383. La mayor concentración de población se encuentra en las zonas urbanas, el 93.4% (999.463 habitantes), mientras que tan sólo el 6.6% (70.292 habitantes) de las personas habitan en alguna de las zonas rurales.

La localidad Histórica y del Caribe Norte está conformada por un total de 82 barrios, 74 de los cuales son urbanos y 8 rurales. Para el caso de la localidad De la Virgen y Turística, son 34 los barrios que la conforman, 28 urbanos y 6 rurales. Finalmente, la localidad Industrial de la Bahía cuenta con 65 barrios, en donde tan sólo uno de ellos es considerado como rural.

En el panorama macroeconómico se observa que según el DANE la tasa de crecimiento económico para el año 2007 fue del 7.7%²⁰ y se espera que para el 2009 el PIB se ubique en 3.5% con una tasa inflacionaria de 5.5%.²¹ En el plano regional el departamento de Bolívar cerró el 2006 con una tasa de crecimiento de 3.60%.²²

Para el caso local de la ciudad de Cartagena, el comportamiento de la tasa de ocupación para el 2008 fue del 46,4%, con respecto al año anterior hubo una reducción de 0.9 puntos, la tasa de desempleo del 13,0% y la tasa del subempleo del 15.4%.²³

Sumado a lo anterior, es importante mencionar que un 7.7% de la población económicamente activa, se encuentra afectada por el desempleo; entendiendo por esta último “el conjunto de personas que en un periodo de tiempo determinado suministran mano de obra para la producción de bienes y servicios económicos, o que están disponibles y hacen las gestiones para incorporarse a dicha producción.”²⁴

²⁰ El gobierno bajó la tasa de crecimiento económico de 2007. Recuperado de: <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=677367>. 10 de octubre de 2008

²¹ Revista Poder Edición No. 60. 18 de Octubre de 2008. Pág. 50.

²² Cuentas departamentales – Colombia Participación porcentual 2006. recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/pib/departamentales/PIB_TOTAL-Y-PARTICIPACION_2000-2006/PIB_TP_PreciosConstantes_00_06.xls. 3 de octubre de 2008

²³ Desarrollo económico. Recuperado de: <http://www.cccartagena.org.co/economica/investigaciones.htm>

²⁴ WWW.OIT.COM. Encuesta sobre niveles de población activa en el mundo. 28 de Septiembre de 2008.

2. MARCO LEGAL

Con toda la alteración de las pirámides en nuestro país se ha generado una gran confusión entre estos dos modelos de negocios. De hecho, muchas personas que venden bienes y servicios a través del sistema multinivel se han visto afectadas, a pesar de que es legal, siempre y cuando conserve unos parámetros bien definidos²⁵.

La Superintendencia de sociedades de Colombia en las resoluciones 265645 y 267514, mediante la cual efectúa un recuento de las actividades desplegadas por la funciones a su cargo, dentro de las cuales se encuentra la que pudiera definirse como operación de mercadeo de productos a través del sistema multinivel, y manifiesta su preocupación porque esta última pudiera eventualmente transgredir la normatividad vigente, especialmente la expedida con ocasión del Estado de Emergencia decretado mediante el Decreto 4333 del 17 de noviembre de 2008.

El sistema de marketing denominado “*multinivel*” aún no ha sido objeto de regulación por parte de la legislación colombiana, no obstante, se tiene en cuenta 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 servicios:

²⁵ Hay diferencias entre el Sistema Multinivel y el (peligroso) Sistema Piramidal? Recuperado de: www.actualicese.com. 20 de marzo 2009.

Artículo 22. Venta multinivel:

1. La venta multinivel constituye una forma especial de comercio en la que un fabricante o un 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”.

Adicionalmente, el referido artículo 22 dispone:

- 0. Queda prohibido organizar la comercialización de productos y servicios cuando:*
 - a) El beneficio económico de la organización y de los vendedores no se obtenga exclusivamente de la venta o servicio distribuido a los consumidores finales sino de la incorporación de nuevos vendedores.*
 - 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.*

2. 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”

De lo expuesto, puede colegirse que el sistema de ventas multinivel es una forma de comercializar un producto a través de una red de vendedores, quienes perciben ingresos de acuerdo a lo facturado por cada componente, sistema con el cual el proveedor original elimina algunos gastos al obviar tal comercialización por medio de establecimientos fijos y los vendedores perciben ingresos, no solo por las ventas directas suyas, sino también por las efectuadas por quienes integran su componente.

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° del Decreto 4334 del 17 de noviembre de 2008.²⁶

²⁶ Recuperado de: <http://incp.org.co/Site/2008/InfoINCP/2009/Textos/t437.htm>. Superintendencia de Sociedades. Concepto 220-003058. 19 de enero de 2009.

3. EL SISTEMA MULTINIVEL: ESTRATEGIA DE MARKETING

El sistema multinivel es una estrategia que se utiliza desde hace varias décadas en otras latitudes del mundo como en Estados Unidos, Inglaterra, España, China, Australia, Canadá países considerados pioneros en la implementación de este concepto dada la importancia de definir esta estrategia y, explicar porque representa beneficios importantes para las empresas y permite establecer una relación “gana-gana” en toda la cadena de valor de bienes y/o servicios.

Para afianzar el concepto de Mercadeo Multinivel, es fundamental entender la diferencia que existe entre “tener un empleo” y “ser dueño de tu propio negocio”; reconocer que la mejor opción es buscar la independencia “Las luchas financieras son a menudo el resultado de que la gente pase su vida trabajando para otros. Muchas personas terminan sin tener nada al finalizar su etapa activa.”²⁷

Las personas tienden a buscar la seguridad laboral porque es una costumbre escucharlo como una recomendación tradicional de padres o abuelos. Este consejo se ha venido practicando de generación en generación y hoy en día sigue vigente en nuestra sociedad. “Muchos de nosotros hemos sido condicionados desde nuestros primeros años de vida para pensar más en la seguridad laboral que en la seguridad o libertad financiera. Y como la mayoría de nosotros aprendemos poco o nada acerca del dinero en nuestro hogar o en la escuela, es más que natural que nos aferremos con más firmeza a la idea de seguridad laboral, en vez de alcanzar libertad.”²⁸

Existe una gran diferencia entre ser empleado y ser dueño de un negocio propio.

²⁷ KIYOSAKI T. Robert. SHARON, Lechter L. “Padre Rico Padre Pobre”, Aguilar 2004. p. 90.

²⁸KIYOSAKI, T. Robert, LECHTER, Sharon L. “El Cuadrante del Flujo de Dinero”, Time & Money Network Editions, Abr. 2002. p. 54.

En el primero, las personas se pasan la vida trabajando para otros y por consiguiente generándoles riqueza a otros a costa de su trabajo. Mientras que en la segunda las personas trabajan para construir “algo” propio, que les pertenece.

Cuando se tiene un negocio propio no es tan fácil sobrellevarlo, porque de serlo todas las personas lo tendrían y dejarían su condición de empleados. Pero existen barreras como los costos, permisos y licencias, que hacen que la posibilidad de ser dueño de un negocio sea casi imposible o que solo apliquen para un grupo reducido de personas. Este sistema es el único a través del cual se ha logrado que las personas puedan construir un negocio independiente sin tener que incurrir en los costos, permisos, licencias, pago de salarios, entre otros, que se requieren normalmente para montar un negocio propio.

Construir nuestro propio negocio es la mejor manera de ser independientes, y tener un gran flujo de dinero. Si no se tiene una buena educación financiera, muchas veces las personas se guían por asesores financieros quienes aconsejan un variado portafolio de servicios financieros de corto y largo plazo: comprar fondos mutuos de inversión, invertir a largo plazo y diversificar.

El concepto de Mercadeo Multinivel da la opción de crear un negocio propio sin los costos que se incurren diariamente dentro de una empresa tradicional. El concepto de Mercadeo Multinivel viene evolucionando desde inicios de la década de los 90's y lo que busca principalmente, es encontrar una forma más inteligente de distribuir los productos teniendo menores costos de transacción y mayores beneficios económicos.

Por medio del sistema multinivel muchas personas se han convertido en millonarias, las cuales reciben miles de dólares mensualmente derivados de su negocio multinivel. Para que una persona pueda lograrlo basta con que se comience a aplicar el sistema multinivel, para lograr excelentes resultados no

tienen que invertir mucho dinero y mucho menos trabajar un día completo. Solo se necesita las ganas, el esfuerzo, el tiempo y dinero que se ajusten a las expectativas y necesidades de las personas.

3.1 DEFINICIÓN DEL CONCEPTO DE MERCADEO MULTINIVEL

Atendiendo al término, El marketing multinivel es un sistema de ventas que una compañía puede utilizar para distribuir sus productos o servicios. Como un sistema de ventas, el Marketing Multinivel contempla la difusión de nuevos productos, la retención de los consumidores y la expansión constante de la compañía.

Este sistema de ventas está basado en un concepto sumamente sencillo: La recomendación. Por ejemplo, a una persona le ha surgido la necesidad de visitar a su nutricionista por presentar problemas de sobrepeso, sin embargo, su antiguo nutricionista se ha mudado a otra ciudad y no sabe a quién acudir. Bajo estas circunstancias lo normal para cualquier persona es consultar a quienes les rodean y solicitarle algún tipo de recomendación al respecto. Si dentro de sus conocidos alguien fue atendido satisfactoriamente y pudo obtener los resultados esperados, este seguramente le hará una recomendación de un consultor del bienestar para que solucione su problema sin esperar recibir ninguna recompensa por parte del experto recomendado, a pesar de su efectiva publicidad. Luego al presentarse el profesional al referido recomendado, es posible que lo salude y diga *“Juan me han recomendado que viniese a verte...”* transmitiendo con esta frase el concepto que “alguien ha confiado en él” y por tanto ahora debe “dar la talla” al otorgar sus servicios. Hasta ahora, siendo la publicidad “boca a boca” (ya sea positiva o negativa) la más eficiente de todas, debido a que diariamente recomendamos productos y servicios sin recibir una retribución económica a cambio. A diario todos los seres humanos hacen publicidad de productos y servicios todos los días sin darse cuenta y sin siquiera ganarse un descuento o comisión por tan importante actividad. Dentistas, psicólogos, informáticos, consultores y un sin

número de profesionales basan su estrategia de publicidad en la recomendación a la hora de atraer nuevos clientes, algunos de ellos han dedicado mucho esfuerzo en tiempo y dinero para aprender más sobre el funcionamiento de estos principios a fin de ponerlos en práctica y hacer crecer su negocio. Ante tal procedimiento, algunos empresarios y visionarios se preguntan *¿Qué se puede hacer para que una persona refiera a otra y esta a otra y así sucesivamente y que todos ganen dinero de acuerdo a la eficiencia por su valioso trabajo?*²⁹

La respuesta a esta formulación, fue una estructura de ventas que permitiera ordenar una red de consumidores/recomendadores relacionados entre sí a fin de recompensarlos económicamente cada vez que la empresa se beneficie por su trabajo. A esta estructura se le denomina **Marketing Multinivel, o Marketing de red.**

A estos consumidores/recomendadores, formalmente llamados distribuidores, se les ofrece desarrollar un trabajo de forma independiente dentro de la compañía. El trabajo de este “*distribuidor*” consiste en consumir los productos de una compañía determinada y reclutar a nuevos “distribuidores”, así cada vez que estos nuevos distribuidores consuman algún producto o servicio, la compañía premia a sus referidos con un porcentaje de las ventas producidas.

Por tanto, el trabajo del distribuidor es crear volumen de ventas e incorporar a tantos distribuidores asociados como sea posible y ayudarles a estos a incorporar a los suyos y luego, hacer lo mismo con los nuevos distribuidores y así sucesivamente, a fin de construir una red lo suficientemente grande como para que se mantenga por sí misma. En síntesis los distribuidores pretenden a través de diversos medios, hacer que muchas personas compren los productos o servicios de modo repetido en grandes cantidades y a precios competitivos. El

²⁹ Fundamentos del marketing. Recuperado de: [HTTP://www. Escueladeriqueza.org](http://www.Escueladeriqueza.org) 10 de diciembre 2008

éxito en el marketing está determinado por el tiempo que les toma a los clientes decidir comprar un producto.

Los expertos en marketing señalan que existen tres maneras de incrementar las ventas: primero aumentando el monto de dinero que cada cliente gasta por compra (precios más altos o pedidos más grandes) o aumentando la frecuencia con la cual compran los clientes. El Marketing Multinivel ordena y sistematiza la recomendación persona a persona entregando los justos beneficios a mutuos a cada parte de la red.³⁰

En el marketing la toma de decisiones juega un papel fundamental, ya que de este depende el éxito o el fracaso del producto o servicio. La aceleración de la toma de decisiones, es la herramienta más poderosa de dominar un mercado y la manera más eficaz de acelerar la toma de decisiones propicia para la circulación de la información boca a boca. La velocidad de la decisión es más poderosa que el posicionamiento, la imagen, el valor, la satisfacción del cliente, las garantías o incluso la superioridad del producto, porque al concentrarse se organizan estos factores, en la combinación más eficaz posible³¹.

La velocidad de decisión es el tiempo que toman los clientes entre el conocimiento inicial del producto o servicio y su uso entusiasta y su recomendación. Esto a su vez, depende de la sencillez, la facilidad y en ocasiones la diversión que produce el proceso de toma de decisiones. Una empresa que facilite la decisión de compra de sus productos adquirirá clientes con mayor rapidez y aumentara más rápidamente su participación en el mercado. El aumento en la velocidad de las decisiones produce cambios muchos mayores en la participación del mercado. De esta manera, es la clave del dominio en el mercado, para facilitar la toma en las decisiones, hay que pensar en el personal de ventas, los materiales sobre

³⁰ *Ibíd.*

³¹ SILVERMAN, George. Los secretos del marketing boca a boca. Editorial Norma. P.10

productos, las presentaciones, los seminarios, los comunicados de prensa, las líneas telefónicas directas, y demás aspectos de un programa de marketing, el cual acelera las decisiones de los clientes existentes y potenciales.

Para convertir el marketing en un sistema de aceleración de decisiones hay que asegurarse de lo siguiente en relación con los productos:

- Que los beneficios, las afirmaciones y las promesas sean atractivas.
- Que la información sea clara y equilibrada.
- Que las comparaciones sean significativas.
- Que las evaluaciones sean claras y sencillas.
- Que las garantías sean firmes y generosas.
- Que los testimonios y otros métodos de marketing boca a boca sean relevantes.
- Que la entrega y capacitación sean óptimos.

Una vez los clientes tienen la información que les facilite la decisión, la toman rápidamente. Cuando una empresa facilita la toma de decisiones sobre un producto, no solo se realiza la compra del producto sino que se genera un sentimiento de gratitud y lealtad con la compañía, una información completa, sobre un producto o servicio- incluidas las comparaciones claras entre productos, las garantías y el soporte, todo en secuencia apropiada incrementada su valor y le concede una ventaja competitiva. Si se facilita la toma de decisión más clientes potenciales podrán escoger el producto con mayor más rapidez.

El proceso de decisión dentro de una compañía es muy importante para dejarlas en manos de los clientes. El profesional del marketing puede convertir el camino de la decisión en una súper autopista, o en una trocha descuidada, si el proceso facilita el camino para los clientes potenciales, la velocidad aumenta y se pueden obtener enormes ganancias en cuanto a la participación en el mercado. Esto hace

que la aceleración de la decisión sea el elemento más importante en el camino del éxito comercial.

Según George Silverman existen treinta maneras de aprovechar el boca a boca dentro de la aceleración de las decisiones:

Expertos

- Grupos de asesores
- Clientes
- Proveedores
- Expertos
- Vendedores
- Mesas redondas con expertos
- Grupos de ventas con expertos

Seminarios, talleres y conferencias

- Programas con adoradores
- Seminarios
- Ventas en grupo
- Reuniones con cena incluida
- Grupos de ventas entre pares
- Paneles de expertos por teleconferencias

Boca a boca “enlatado”

- Videocintas
- Casetes
- Internet
- CD

Ventas por recomendación

- Testimonios.
- Redes de contactos.
- Programas de venta por recomendación.

Medios “nuevos”

- Líneas directas
- Servicios de respuesta automática por fax
- Transmisión de información boca a boca con base en la red, foros en línea, correo electrónico, etc.
- Centros de atención telefónica a clientes

Usar los medios tradicionales del boca a boca

- El servicio al cliente como motor de la transmisión de información boca a boca
- Relaciones publicas
- Colocaciones
- Eventos
- Promociones
- Transmisión de información boca a boca en anuncios, folletos publicitarios o correo directo
- Programas con vendedores, como estrellas de ventas , entrenamiento de pares o uso de vendedores como generadores del boca a boca
- Programas para incentivar el boca a boca(programas de “cuénteselo a un amigo”)
- Obsequios útiles para los clientes (como artículos, manuales prácticos) que a su vez ellos puedan dar a sus amigos.³²

³² Ibid. P.14

3.2 LA COMERCIALIZACIÓN MULTINIVEL

La comercialización es conocida a nivel mundial como "comercialización por redes", "comercialización por estructuras", o "venta directa multinivel"³³. Es parte importante de la industria de las ventas directas. Es un método exitoso y efectivo en lo que concierne a la distribución de productos y servicios directo a los consumidores y a la recompensa de distribuidores o vendedores independientes. La venta directa hace referencia a la comercialización de productos y servicios directos al consumidor, cara a cara, generalmente en sus hogares o en los hogares de otros, en los lugares de trabajo y todos aquellos lugares fuera de locales minoristas permanentes. La venta se desarrolla generalmente mediante la demostración o explicación personal de un vendedor directo independiente.

El multinivel es un modelo de negocios en el cual las personas independientes se asocian a una empresa llamada empresa matriz en la que existe una relación similar a la que se establece por medio de un contrato laboral, lo que quiere decir que la persona al vincularse a este sistema firma un contrato en donde adquiere un derecho de distribución del producto que la empresa maneje y así mismo adquiere responsabilidades estipuladas por la misma compañía, este tipo de negocios se maneja de manera independiente no existe ninguna responsabilidad de las partes con respecto al salario, prestaciones sociales, salud, subsidios, riesgos profesionales.

La remuneración de los distribuidores proviene de la compra de productos dentro de su propio negocio y de la venta de los mismos y se hace más grande cuando se introduce al negocio personas que realicen la misma actividad. Es así como el multinivel organiza y recompensa a los vendedores en un negocio de venta directa.

³³ Cuellar, Eduardo. Estudio de mercadeo de Herbalife en Bogota.

En este negocio los ingresos que adquieren los vendedores se divide en dos; los vendedores ganan una recompensa al obtener descuentos por el volumen personal de ventas de bienes y servicios a los consumidores; la otra forma de recompensa es mediante las comisiones por las ventas o compras de aquellas personas que con anterioridad estos vendedores introdujeron dentro del plan, y también se recibe comisión por las ventas de la red que se encuentra por debajo de ellos.

“El negociante recibe un porcentaje de los negocios generados por la red de los negociantes introducidos por él, así como sobre los beneficios de las personas que introducen éstos y así sucesivamente.³⁴”

El multinivel ofrece a un vendedor directo la oportunidad de ser el dueño de su propio negocio de manera independiente con la venta de bienes y servicios, como cualquier forma de venta directa brinda al mercado ventajas importantes. Brinda la oportunidad de trabajar a un gran número de personas que pueden ser mal aprovechados en el mercado laboral. Esta es una forma sencilla para que las personas puedan adquirir conocimientos básicos de la administración y los negocios, ya que las compañías que manejan este sistema ofrecen capacitaciones referentes a estos temas, los cuales son realizados generalmente por personas que desarrollan el mismo negocio y que poseen mayor experiencia. Permite a sus participantes gozar de un medio flexible para complementar sus ingresos, brinda la facilidad a los negocios e introducir al mercado productos o servicios innovadores sin la necesidad de invertir en altos costos de publicidad en medios de comunicación masivos.

La comercialización multinivel es un método popular de distribución minorista que tiene gran presencia en diferentes regiones del mundo.

³⁴ Marketing Multinivel. Recuperado de: http://es.wikipedia.org/wiki/marketing_multinivel. 20 de diciembre. 2008

Charles King ³⁵ y Tim Sales³⁶ explican que para llegar al concepto de mercadeo multinivel es fundamental establecer los cuatro principios que plantea el mercadeo en general³⁷:

- a.Mercado de Expansión Gigantesco**
- b.Productos Únicos y consumibles**
- c.Momento adecuado**
- d.Emplear a otros para ganar dinero.**

Mercado de expansión gigantesco. Este hace referencia a que para que un negocio sea exitoso tiene que estar enfocado y desenvolverse en una industria que se encuentre en crecimiento, además que estén encaminados hacia la categoría de productos y servicios que sean gigantes y se encuentre en expansión. Sales ofrece un ejemplo, si una persona monta un negocio de discos de vinilo, para la cual la industria de este producto no está en crecimiento y mucho menos en expansión. “No importa que tan bueno sea en una industria que se está desgastando³⁸.”

Producto único y consumible. En caso de que el producto o servicio que se ofrece no sea único, hay que competir con dos factores importantes: el precio y la conveniencia. El que tenga el mejor precio y el que se encuentre más cerca este será escogido por el consumidor. Si se tiene un producto único la gente obtendrá el producto ya que no lo puede encontrar en otra parte del mercado. Si el producto o servicio no tiene un elemento diferenciador o único debe existir una

³⁵ [HTTP://WWW.MLM.LLAMANDOALMUNDO.COM/PODER.HTML](http://www.mlm.llamandoalmundo.com/poder.html), [Citado 10 Feb. 2009] “Dr. Charles King: Profesor de Marketing en la Universidad de Illinois en Chicago, recibió su doctorado en administración de negocios en la Universidad de Harvard además de graduado y maestro de la Universidad de Texas. Propietario de Charles. W. King & Associates, Management Consultants.” Citado en Cuellar, Eduardo. Estudio de mercadeo de Herbalife en Bogota.

³⁶ [HTTP://WWW.MLM.LLAMANDOALMUNDO.COM/PODER.HTML](http://www.mlm.llamandoalmundo.com/poder.html), [Citado 10 Ene. 2009] “Sr. Tim Sales: Un inteligente hombre de la calle quien ha construido una compañía que hace \$25 millones de dólares anuales, en 24 países, sin empleados, ni cuentas por cobrar, ni cuentas por pagar, ni inventario.” Citado en Cuellar, Eduardo. Estudio de mercadeo de Herbalife en Bogota.

³⁷ La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008.

³⁸ Dr. Charles King & Tim Sales, La Esencia Del Network Marketing. Brilliant Compensation Online.

estrategia que le garantice la fidelidad de los clientes. Si se trata de un producto que no es consumible la persona está desempleada hasta su próxima venta. “El éxito en el negocio requiere de repetición de ventas de productos consumibles. Así sea cada vez que alguien conteste el teléfono, se conecte a Internet, renueve una inscripción, prenda la luz o llegue al final de una caja o botella. Usted quiere que todas esas comisiones se repitan porque puede pagar muchas veces por un esfuerzo inicial.³⁹”

Momento adecuado. “son las tendencias y momentos. Durante todos los ciclos de la economía hay personas que hacen dinero por las tendencias y hay otras que pierden dinero por las mismas tendencias. Los que hacen dinero son los que están frente a grandes tendencias, los que pierden dinero son los que hacen caso omiso a las tendencias.⁴⁰”

De acuerdo a lo anterior, es importante estar a la vanguardia con las tendencias para asegurar el éxito del negocio, en la actualidad la generación del Baby Boomers se encarga de generar las más grandes tendencias en el mundo entero. *“Los Baby Boomers son definidos como un grupo de bebés que nacieron inmediatamente después de la II Guerra Mundial. Es decir que durante un período de 18 años, entre 1946 y 1964 nacieron 76 millones de bebés en Estados Unidos y 1 billón a nivel mundial.⁴¹”*

El crecimiento de este grupo de Baby Boomers se puede comparar con el movimiento de una pelota de basketball en una manguera. Si se puede predecir en donde va la pelota a través de la manguera se desarrolla la habilidad de hacer fortuna. “Si usted puede predecir lo que un billón de personas van a querer

³⁹ . La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008..p.4

⁴⁰La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008..p.5

⁴¹La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008..p.6

comprar, usted puede hacer una fortuna⁴²”.

Según el estudio de Sales se demuestra que así como esta generación puede ser muy rentable también puede llegar a ser muy dañina. La década de los 80 se dio la crisis de las bienes raíces, las persona construían casas y no tuvieron en cuenta que el número de compradores se estaba terminando, seguían construyendo. Para la cual la demanda de estas casas se fue a pique. Se puede decir que *“Esa es la diferencia de estar al frente de la pelota vs., estar en la parte de atrás de ella. Cuando usted está frente a la pelota puede ser una persona promedio y hacer buen dinero, pero si usted está mercadeando al final de la pelota más vale que sea muy bueno en lo que hace porque solo los fuertes y muy talentosos sobreviven⁴³.”*

Al tener un tipo de negocio lo importante es estar enfocado en analizar la industria que se está expandiendo y su potencialidad. De acuerdo a las tendencias del milenio la pelota se trae al presente, en el año 2000 se tiene 1 billón de personas entre los 36 y 54 años, “es decir que cada 8 segundos durante los próximos 18 años alguien va a cumplir 54 años.⁴⁴” De acuerdo a Sales, hay que enfocarse en los que tienen 54 y no en los que tienen 36, ya que los de 36 equivalen a la parte de atrás de la pelota y para tener éxito hay que ir por la parte de adelante. Entonces algunas tendencias son:

- Salud.
- Verse más joven.
- Temas de Jubilación.
- Eficiencia.
- Seguridad y dinero.

⁴². La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008.p.7

⁴³. La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008.p.8

⁴⁴La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008..p.9

Emplear a otros para ganar dinero. En la actualidad existen tres formas en las que se puede ganar dinero:

- A. Trabajar para alguien más: lo que significa que alguien lo emplea.
- B. Ser un profesional.

En estas dos actividades para ganar dinero se intercambia experiencia por dinero. En caso de que no se tenga ninguna experiencia para intercambiar no habrá ninguna posibilidad de ganar dinero. “Entonces, la persona termina dándose cuenta que pasa todo el tiempo trabajando si llegar a ningún lado.”⁴⁵

Tener su propio negocio: En todo negocio, tarde o temprano se termina el tiempo o el talento si se trabaja solo, de esta manera es importante emplear a otros para distribuir el esfuerzo, el cual nos ayuda a generar nuevas ideas y riquezas. Cuando una persona tiene su propio negocio la productividad que le generen sus empleados se verán reflejados en el empleador. Los empleados de una compañía tratan de mostrar el mejor interés posible pero nunca trabajarán tan dedicados como lo hace su dueño, ya que este nunca va a recibir el mismo tipo de ganancias y beneficios.

Se puede decir que cada vez se acerca más el concepto de mercadeo multinivel, de acuerdo a lo anterior se plantea la premisa que para obtener un equilibrio real todos deben tener la misma posibilidad de ganar dinero, no unos más que otros, para que de esta forma todos trabajen por igual y con la misma motivación, por ejemplo, en la estructura que se utiliza en la finca raíz y en la industria de seguros. Existe un corredor de finca raíz que contrata a un agente para que venda un edificio. Al venderlo el agente gana un 3% y el corredor también gana un 3%. Es

⁴⁵La esencia del network marketing. Recuperado de: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>. 20 de noviembre de 2008..p.10

decir que el corredor y el agente tienen la misma ganancia. El agente por hacer el trabajo y el corredor por haberle enseñado a hacerlo bien, si el corredor quiere maximizar sus ingresos lo que tiene que hacer es tener un mayor número de agentes. Es decir, que el corredor tenga mayores personas trabajando para él, pero no como empleados ya que obtienen el mismo porcentaje de ganancia que él. Entonces se podría decir que los agentes son mucho más atractivos que los empleados, pero sigue existiendo un problema en esta estructura de compensación. Seguramente, en algún momento el agente va a querer convertirse en corredor y se irá para tener su propio negocio y sus propios agentes. Entonces el agente que se va deja de ser una fuente de ingreso y se convierte en competencia.

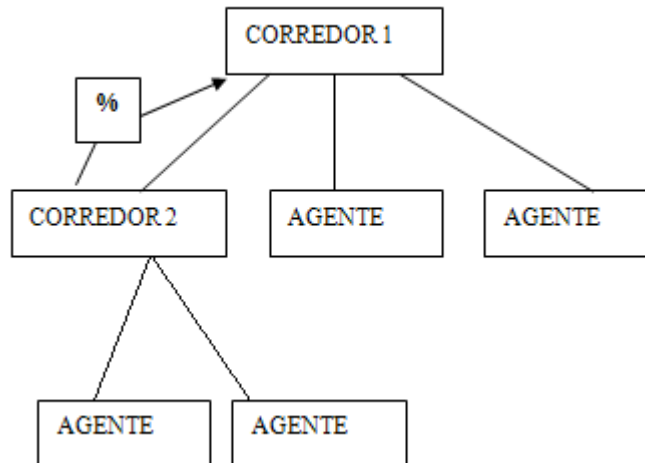
Dentro de este tipo de estructura “se capacita y se entrena a las personas para que luego sean la competencia. (...) se crea una cadena de competencia, lo que evidentemente no es una manera inteligente de expandir un negocio.”⁴⁶

De acuerdo con Sales la única manera de retener a un líder es dándole la misma oportunidad de crecer dentro de la compañía, generando igualdad entre sus empleados. Se puede decir que desde el comienzo, el interés del corredor va a ser que su agente se convierta en corredor, y al convertirse en corredor lo que va a lograr es tener la posibilidad de tener un grupo de agentes trabajando para él, pero no se va a apartar del lado del corredor 1, ni se va a convertir en su competencia. Por el contrario, el corredor 1 va a ganar un porcentaje por todo lo que haga el corredor 2 y su grupo.

Es un porcentaje justo, ya que el corredor 1 fue quien le enseñó al corredor 2 a realizar su trabajo.

⁴⁶ King, Charles & Tim Sales, La Esencia Del Network Marketing. Brilliant Compensation Online. P: 15

Ilustración 2. Organigrama



Fuente: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/la-esencia-del-network-marketing.pdf>

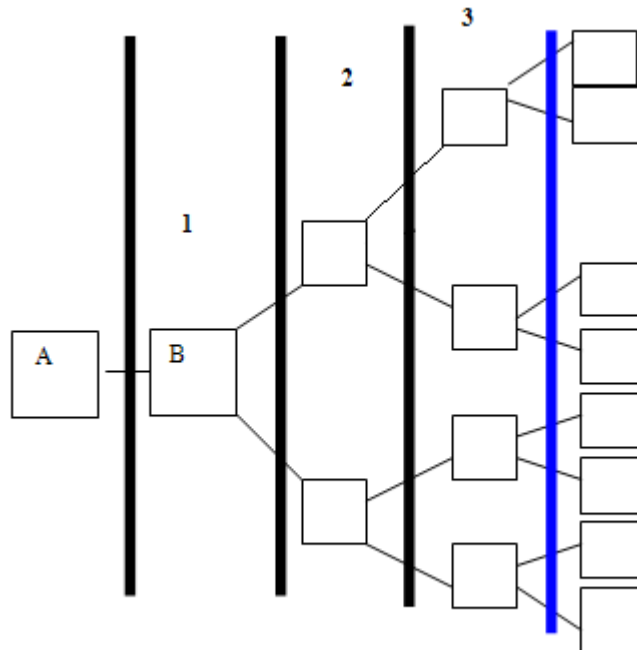
Lo anterior explica lo básico del concepto de Mercadeo Multinivel o Network Marketing, pues en esta estructura se establece una relación gana – gana. En el mercadeo multinivel las compensaciones son justas de acuerdo a la productividad y no a la antigüedad de la personas. Muchas personas tienden a confundir este concepto con una pirámide donde el que llegó primero se encuentra arriba y gana mas. Pero esa es una idea errada, por que cómo ya se dijo anteriormente la estructura de multinivel se mide por producción y no por antigüedad. Es decir, que quien trabaja más llevando más productos o servicios al mercado, gana más sin importar cuando haya ingresado al sistema.

En el Network Marketing o Comercialización en Red, las personas se benefician del apalancamiento ya que se interesan por los consumidores para que estos finalmente obtengan lo que desean. Esto genera un GANA-GANA para las partes involucradas: la empresa, los distribuidores y los consumidores⁴⁷.

⁴⁷ Network marketing. Recuperado de: <http://www.agelenperu.net/pdf/networkmarketing.pdf>. 3 de marzo 2009

En la estructura del mercadeo multinivel, por lo general se permite ganar dinero hasta ciertos niveles de profundidad, dependiendo de la empresa, a continuación se muestra en la estructura. Un sistema de producción y no de antigüedad.

Ilustración 3. Estructura de ganancia.



Fuente: <http://www.tutoriales.impactiva.cl/network-marketing-mindmap.pdf>

En el gráfico anterior se puede ver que **A** llegó primero al negocio y trajo a **B**, pero **B** aunque llegó después hizo un mejor trabajo y en lugar de traer a una sola persona trajo a dos. En el multinivel se habla de duplicación, generalmente las personas hacen lo mismo que la que las trajo, por consiguiente cada persona que invitó **B** va a traer a dos personas. Si hablamos de niveles de profundidad tomando un ejemplo de una empresa que gane por tres niveles se podría decir que **A** en sus tres niveles tiene un total de 7 personas, mientras que **B** en sus tres niveles tiene un total de 14 personas. Esto sucede porque el nivel 3 de **B** es el nivel 4 de **A** donde ya no gana dinero. Esto hace que la compensación sea justa y

equitativa, y que aunque **B** llegó después de **A**, por haber hecho un mejor trabajo gane más. En el momento que **B** comienza a formar una organización, su mayor interés es que a todos los que trabajan con él les vaya cada vez mejor, porque de esa manera ellos ganan más y él también.

Es un sistema completamente inteligente porque para que **B** asegure su éxito tiene que encargarse de enseñarles a las personas que trabajan para él a ganar dinero igual que él, y así sucesivamente.

La estructura de mercadeo multinivel es un sistema inteligente de hacer negocio que le genera muchos beneficios a la empresa que la utiliza. De esta manera se ahorran los costos de intermediarios en el canal de distribución. Esta estructura se caracteriza porque el producto o servicio que se esta ofreciendo va directamente de persona a persona, y no existen gastos de publicidad, mantenimiento de tienda mayorista o minorista, la cual permite que las ganancias se puedan repartir entre sus distribuidores, o que da como consecuencia un sistema de compensación justo y efectivo, las personas que trabajas se sienten contentos, satisfechos y motivados para realizar sus actividades cada vez mejor.

3.3 SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN PERSONA A PERSONA (MULTINIVEL)

Ilustración 4. SISTEMA TRADICIONAL DE DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS MULTINIVEL



FUENTE: presentación sobre el sistema tradicional de distribución de empresas multinivel.

Como se puede observar en el gráfico, el canal de distribución de una empresa multinivel saca el producto de la fábrica a \$27 pesos, igual que una empresa del sector tradicional, el cliente paga \$100 pesos, igual que una empresa del sector tradicional. En la empresa multinivel, los \$73 pesos restantes se comparten dentro de los distribuidores que son las personas que se encargan de llevar el producto desde la fábrica hasta el consumidor, sin que la empresa incurra en ningún otro tipo de costos, lo que quiere decir que el 73% de las ventas se reparten entre la red de distribuidores que trabajan de manera independiente y lo único que hacen es llevar el producto al mercado y la ganancia va a depender de acuerdo al número de personas que se encuentren dentro de la estructura. El mayor porcentaje, se lo gana la persona que realiza la venta en sí. Mientras que en una empresa del sector tradicional esos \$73 se reparten entre diferentes rubros, tales como gastos de transporte, gastos de publicidad, utilidad de mayoristas, de minoristas, entre otros, repartiéndose así en pequeños porcentajes el valor total que paga el cliente.

Al ser un servicio persona a persona, la empresa asegura la calidad del servicio y el seguimiento al uso de los productos. Esto quiere decir que cuando un producto es comercializado en mercados masivos, como un supermercado, no se realiza un seguimiento personalizado ya que cada persona que adquiere el producto o servicio no lleva ningún control o verificación de los resultados de estos mismos, en el sistema multinivel es indispensable que el producto o servicio que se esté ofreciendo al cliente lleve un seguimiento ya que su finalidad es ayudar a los clientes a mejorar algunos aspectos de su vida. Que generen confianza y se dé el buen uso y se obtengan excelentes resultados. En la estructura de mercadeo multinivel, se establece una relación gana – gana, el éxito de cada persona va a depender del éxito de las otras lo cual aplica para aquellas empresas que trabajan con el sistema multinivel.

Supongamos que una persona quiere montar una panadería, pero no sabe cómo hacerlo, y va a donde un panadero exitoso y le dice que ha visto que su negocio

es muy bueno, que él quiere montar una panadería en un local que queda al lado y que quiere pedirle unos consejo para que le vaya bien. ¿Cuál será la reacción del panadero?. Por lo general el sistema tradicional educa a las personas para que sean completamente independiente y egoístas y nunca para establecer una relación gana – gana y alegrarse por lo logros de sus compañeros o subordinados. En la estructura multinivel ocurre todo lo contrario, pues como se mencionó anteriormente el éxito personal depende del éxito de las personas.

3.4 CAUSAS DE LA INSATISFACCIÓN LABORAL

3.4.1 Insatisfacción Laboral. La insatisfacción laboral es un fenómeno psicosocial que se caracteriza por el rechazo y falta de ganas hacia el trabajo que se realiza, esto se refiere a la actitud que tienen los trabajadores frente a las actividades que desempeña, la cual están relacionadas con sus necesidades, valores y creencias que desarrollan acerca de su propio empleo.

Todo va encaminado al “deber ser del trabajo” y en realidad no lo es. Generalmente las tres clases de características del empleado que afectan las percepciones del "debería ser" (lo que desea un empleado de su puesto) son⁴⁸:

- Las necesidades
- Los valores
- Rasgos personales

En cuanto a las características del puesto que influyen en la condiciones actuales de este se encuentran las condiciones de trabajo, la supervisión, los compañeros, la retribución, la seguridad en el empleo, el contenido del puesto de trabajo, el clima laboral y las oportunidades de progreso. Es así como cualquier problema,

⁴⁸Márquez, Mónica Asociación de Egresados y Graduados PUCP boletín electrónico AEG – Artículos de interés.

rechazo, desilusión o falta de ganas que se genere en alguno de estos aspectos podría ser una causa directa de la insatisfacción laboral.

Según (Robbins, 1998) los principales factores que determinan la satisfacción laboral son⁴⁹:

Reto del trabajo. Los señores Hackman y Oldham (1975) realizaron una encuesta a varios cientos de empleados que trabajaban en 62 puestos diferentes. Esta investigación llamada [Encuesta de Diagnóstico](#) en el Puesto, la cual dio como resultado cinco Dimensiones centrales que fueron comprendidas dentro del factor reto del trabajo:

Variedad de habilidades. Las diferentes actividades que se lleven dentro del puesto de trabajo, requieren de las habilidades y talento por parte del empleado. Estos son factores importantes las cuales o toda persona se la debe dar la oportunidad de demostrarlos.

[Identidad de la tarea.](#) Es apropiarse de la actividad a que una persona es asignada ejecutando la tarea o proceso desde un principio hasta el final para lograr ver los resultados.

Significación de la tarea. Es el impacto que tiene el trabajo sobre las vidas o el trabajo de otras personas dentro de una organización

Autonomía. Es lograr la libertad, independencia y discreción, brindadas al empleado en su puesto.

[Retroalimentación.](#) De acuerdo a la actividad el empleado tendrá información acerca del trabajo realizado, y de la efectividad del mismo; es un factor que causa

⁴⁹ [Ibíd.p.4](#)

placer y satisfacción. Los retos deben ser medidos y moderados de acuerdo a las capacidades de cada persona, de no ser de esta manera los empleados sentirán desilusión y frustración.

Sistemas de recompensas justas. Este hace referencia a los salarios, incentivos y políticas que tienen las empresas para llevar a cabo ascensos. La asignación de las recompensas, para los empleados se debe considerar justa y transparente, las cuales cubran las expectativas del empleado y genere satisfacción. En la [percepción](#) de [justicia](#) influye la comparación social, las demandas de trabajo, las habilidades del individuo y los estándares de [salario](#) de la organización.

La compatibilidad entre personalidad y puesto de trabajo. Un alto acuerdo entre personalidad y ocupación da como resultado más satisfacción, ya que las personas tendrían los talentos adecuados y habilidades para cumplir con las demandas de sus trabajos. Las personas tienen mejores resultados cuando demuestran sus talentos, de esta manera logran el éxito en el empleo. Y por el contrario aquellos empleados que estén en desacuerdo, estarán insatisfechos laboralmente⁵⁰.

Motivación

Para tener una base teórica que nos permita el análisis del tema de insatisfacción laboral desde el punto de vista de la motivación de cada persona, de acuerdo con sus necesidades personales.

Abraham Maslow, psicólogo Estadounidense nacido en 1908, desarrollo la *Teoría de la Personalidad*, en la que desarrolla, entre otros aspectos, la Teoría de la Motivación, la que se representa por medio de La Pirámide de Maslow. En esta teoría, el autor muestra como el ser humano tiene diferentes niveles de necesidades que en la medida en que hayan sido alcanzadas, van apareciendo

⁵⁰ *Ibíd.* p.5-6

nuevas y así es como se va escalando de nivel en lo que él propone como la jerarquía de las necesidades. Una de las cosas que Maslow entendió o descubrió mientras hacía sus estudios con monos, fue que siempre van a existir necesidades que prevalecen sobre otras y en este fundamento se basa toda su teoría. Ilustra este aspecto con el siguiente ejemplo: si una persona está hambriento y sediento, tendrá que calmar la sed primero pues es importante entender que el cuerpo puede durar mucho más tiempo sin recibir comida que líquidos. Ahora si a esta misma persona la introdujeran en un artefacto donde el oxígeno es limitado, la necesidad de aire u oxígeno, prevalecerá por encima de las otras dos. Una vez entendido este concepto se puede comenzar a analizar la pirámide de Maslow, entendiendo que empieza por las necesidades más básicas (en la parte inferior) y que a medida que estas se satisfacen, se empiezan a tener en cuenta las necesidades del siguiente nivel.

Ilustración 5. PIRAMIDE DE LAS NECESIDADES DE MASLOW



Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow

Esta pirámide muestra que el ser humano tiende a satisfacer primero sus necesidades primarias antes de buscar en un nivel más alto. Por ejemplo: una

persona no va a buscar satisfacer sus necesidades de ego o autorrealización como reconocimiento y éxito laboral, si no tiene satisfechas sus necesidades fisiológicas como, comida, bebida, etc.

Necesidades Fisiológicas (primer escalón)

Dentro las necesidades primarias o fisiológicas encontramos la comida, las bebidas, refugio, aire fresco, una temperatura apropiada, etc. En la medida en la que estas no hallan sido satisfechas, están pasando a ser la prioridad mas alta para cualquier ser humano. En este nivel es importante analizar que muchas personas no están lo suficientemente motivadas al realizar ciertas actividades ya que están no están satisfechas en su totalidad.

Necesidades de Seguridad. Cuando se encuentran satisfechas las necesidades fisiológicas, el ser humano empieza a pensar en las necesidades de seguridad. Una vez la persona halla superado el primer nivel pasara al segundo seguramente se convertirá en una prioridad mas alta. Este grupo se refiere a que una sociedad debe brindarle seguridad a sus individuos y no solo seguridad física como tal sino seguridad de que cada persona puede conseguir lo necesario para vivir como alimentos, trabajo, servicios, etc.

Necesidades de amor, Necesidades sociales. Complementados los dos primeros niveles las personas comienzan a interesarse por el tercer nivel que se refiere a la amistad, a tener una pareja, niños y todo lo que tiene que ver con las relaciones afectivas en general. Si una persona no siente esta necesidad es introvertido y se somete a la soledad.

Necesidades de Estima. En este campo ya empezamos a preocuparnos por los aspectos de autoestima y Maslow propone dos tipos de necesidades de estima la baja que se refiere a la que tiene que ver con nuestra posición frente a los demás como el estatus, la fama, gloria, reconocimiento, atención, reputación, etc. La alta

tiene que ver con el respeto con uno mismo como, la confianza, la competencia, logros, maestrías, libertad, independencia, etc. Hay que tener en cuenta que esta última es la estima alta pues una vez la conseguimos es muy difícil perderla. Es importante analizar que en nuestro país es común ver hasta el tercer nivel las necesidades satisfechas, pero en este nivel de autoestima es cuando las cosas se empiezan a complicar, ya que no es fácil encontrar personas que se sientan totalmente satisfechas a este nivel.

Necesidades de Auto – Actualización. Maslow ha llamado de varias maneras a esta necesidad: motivación de crecimiento o necesidades del ser o auto – actualización. Estas necesidades a diferencia de las otras se caracteriza porque tiende a no ser satisfecha, esta se refieren a un mejoramiento continuo a una necesidad de siempre avanzar o de conquistar algo mejor. Para llegar a esta es indispensable tener todas las anteriores necesidades completas de otra manera no se puede demostrar todos los potenciales. Maslow reconoce que las personas que llegan al nivel de auto –actualizados no son personas perfectas. Descubrió una serie de imperfecciones a lo largo de su análisis:

- Primero en muchos casos estos personajes sufrían de culpa y ansiedad.
- Algunos eran mentalmente ausentes
- Algunos sufrían de pérdida del sentido del humor, frialdad y rudeza.

Maslow propone otras cualidades importantes para lograr la auto-actualización:

- **Vitalidad**, no podredumbre o mecanización de la vida.
- **Singularidad**, no uniformidad blanda.
- **Perfección y necesidad**, no inconsistencia o accidentalidad.
- **Realización**, en vez de ser incompleto.
- **Justicia y orden**, no injusticia y falta de ley.
- **Simplicidad**, no complejidad innecesaria.
- **Riqueza**, no empobrecimiento ambiental.

- **Fortaleza**, en vez de constricción.
- **Juguetonería**, no aburrimiento, ni falta de humor.
- **Autosuficiencia**, no dependencia.
- **Búsqueda de lo significativo**, no sensiblería.

Finalmente se puede concluir que el ser humano tiene necesidades las cuales tiene que suplir para estar en armonía con su alrededor y consigo mismo. Además es vital tener conciencia de que para llegar a una autorrealización verdadera es indispensable reconocer en qué nivel se encuentra cada individuo y si está preparado para alcanzar el último nivel de la pirámide⁵¹.

Herbert realizó un estudio acerca de la motivación y de cómo afectan el desempeño diario las necesidades personales. Este plantea en su teoría la existencia de dos factores que explican el comportamiento de las personas en su trabajo.

El primero hace referencia a los factores higiénicos o factores extrínsecos, aquellos que no se encuentran bajo el control de las personas. Se localiza en el ambiente que está alrededor del trabajador se refiere a las condiciones bajo las cuales se lleva a cabo sus labores y se encuentran administradas por la empresa.

Los principales factores higiénicos son:

1. Salario
2. Beneficios Sociales
3. Tipo de dirección o supervisión que los trabajadores reciben de sus superiores
4. Condiciones físicas y ambientales de trabajo
5. Políticas físicas de la empresa
6. Reglamentos Internos, etc.

⁵¹ Teoría de la Motivación. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos5/moti/moti.shtml> 2 de marzo del 2009

Estos factores también son conocidos como factores de insatisfacción, los cuales cuando son escasos causan insatisfacción en el trabajo, y cuando son óptimos evitan la insatisfacción en el trabajo, pero no llegan al punto de elevar la satisfacción, y si en un caso excepcional consiguen hacerlo no logran mantenerla elevada por mucho tiempo. Por esta razón se considera que los factores higiénicos son preventivos más no curativos.

El segundo hace referencia a los factores motivacionales o intrínsecos, los cuales están relacionados con lo que el trabajador hace, las labores que desempeña (contenido del cargo).

Estos factores están bajo el control del trabajador y son:

- Sentimientos relacionados con el crecimiento individual.
- Reconocimiento profesional.
- Necesidades de autorrealización que desempeña en su trabajo.

En la mayoría de los casos las tareas y labores de las empresas son diseñadas para atender los principios de eficiencia y economía, suspendiendo actividades de creatividad de los trabajadores, haciendo que se pierda la significación psicológica del individuo que las ejecuta. Es así como las actividades crean efectos de desmotivación y como resultado la apatía y desinterés del trabajador.

Cuando los factores de motivación son óptimos provocan satisfacción, y cuando son escasos solo evitan la insatisfacción, por eso estos factores son llamados de motivación. Los factores relacionados con la satisfacción laboral están separados y son distintos de los factores de la insatisfacción, es así como lo opuesto de la satisfacción laboral no sería la insatisfacción sino ninguna satisfacción.

Para obtener satisfacción en el trabajo, Herzberg propone el enriquecimiento de las tareas también llamado enriquecimiento del cargo, el cual consiste en la sustitución de las tareas más simples y elementales del cargo por las tareas más complejas, que ofrezcan condiciones de desafío y satisfacción personal para que el empleado continúe con su crecimiento personal. Además este enriquecimiento de las tareas trae efectos tales como el aumento de motivación y productividad, reduce la ausencia en el trabajo y la rotación de personal.

Tabla 1. Estrategias para el enriquecimiento del Trabajo

ESTRATEGIAS	MOTIVADORES IMPLICADOS
Eliminar controles innecesarios.	Responsabilidad y éxito personal.
Aumentar la responsabilidad de los empleados en su trabajo.	Responsabilidad y reconocimiento.
Asignar los empleados a unidades naturales y completas de trabajo (módulo, división, sección, etc.).	Responsabilidad, éxito y reconocimiento.
Conceder más autoridad y autonomía a los empleados en sus actividades.	Responsabilidad, logro y reconocimiento.
Elaborar informes periódicos sobre la calidad del desempeño y ponerlos directamente a disposición de los empleados, más que del supervisor.	Reconocimiento interno.
Introducir nuevas y más interesantes tareas y formas de hacer el trabajo.	Capacitación y aprendizaje.
Asignar a los individuos tareas específicas o especializadas que les permitan convertirse en expertos.	Responsabilidad, capacitación y avance laboral.

Fuente: Motivación y el comportamiento organizacional. Geopolitis

3.5 CONCEPTO DE VENTA PIRAMIDAL

Este concepto se puede encontrar con otro nombre, denominado como marketing piramidal, estructura piramidal, esquema Ponzi (en honor a su creador)⁵² sistema

⁵² María S G. MARKETING MULTINIVEL. MADRID. ESIC EDITORIAL. ED 2004. pag 47-53

en bola de nieve ente otros. Este tipo de venta se ha confundido a finales de la década de los ochenta y principios de los noventa, con la venta que nos concierne, la venta multinivel; de hecho estas dos guardan cierto paralelismo en algunas facetas de su actividad, que desde luego resultan un poco confusas. Pero a nivel literario no debemos olvidar que la “venta piramidal es un forma de estafa financiera”.

Para explicar este concepto se tomará como base los fundamentos conceptuales de Patty (1987), el cual señala que el plan de venta en pirámide es una forma de venta a niveles múltiples. Básicamente implica una falsa presentación y a menudo un fraude. La practica mas nociva consiste en lo que se conoce como “caza de cabezas”. En este tipo de ventas, el negocio está en juntar personas dispuestas a invertir. Patty menciona dos aspectos clave de este tipo de venta. El primero de ellos es que supone un fraude y el segundo que la base del negocio es reunir personas “Dispuestas a invertir” este segundo aspecto es uno de los que más han generado confusión con el Marketing Multinivel, ya que en este también interesa reclutar personas que entren a formar parte del sistema. la diferencia escriba en que la inversión es mínima en el Multinivel, ya que el coste de entrada al negocio es relativamente bajo en la mayoría de las empresas, y se corresponde a un paquete de formación y un lote de productos de alta rotación.

Roux –Brioude (1988) afirma que “en la venta piramidal se pone el acento solo en el reclutamiento y jamás en la venta del producto al consumidor. El límite es que la mayor parte de los reclutados no conocen el producto ni cuando ellos deciden incorporarse a la empresa, ni cuando comienzan a trabajar”. En este caso se pone el énfasis sobre el conocimiento del producto, que ciertamente en la venta piramidal es bastante leve, si no nulo, mientras que en la venta Multinivel existen cursos de información de uso del producto, catálogos y otras formas de cognición de a gama del producto.

Brossi (1989), para quien “el ilegal esquema piramidal implica la venta del derecho a reclutar a otras personas. En su forma más simplista. El sistema piramidal representa la no venta del producto, si no únicamente la venta del reclutar a otras personas. Basado en una progresión matemática, dicho sistema es engañoso, fraudulento y destina al fracaso por su misma definición”. Dos aspectos destaca Brossi: por un lado la base del negocio en reclutar personas y por otro lo engañoso del mismo. Como se ha comentado anteriormente, esta percepción de que el multinivel se basa en el reclutamiento de personas como las pirámides fue debida en parte a que, en los últimos años de los ochenta, ciertamente hubo una confusión entre los propios vendedores de empresas multinivel que provocaba un mal entendido del plan de marketing. Concibiendo que era más beneficios

3.5.1 Principales Diferencias entre venta Multinivel y venta Piramidal:

Tabla 2. Venta Multinivel y venta Piramidal

Sistema de Venta Multinivel	Esquemas Piramidales
<p>Pequeña cuota de ingreso La cantidad del ingreso es relativamente bajo la cantidad cubre principalmente el coste de los productos de demostración y material de entrenamiento y de ayuda para la venta.</p>	<p>Cuota de ingreso elevada Se piden altas cuotas de ingreso como parte del importe del material de entrenamiento, el grueso de los beneficios de los esquemas piramidales proviene del reclutamiento</p>
<p>Gama de productos de calidad Venden al público una amplia gama de productos de calidad. La cifra global de ventas proviene de la compra repetida de productos por parte de los consumidores satisfechos. Esto sólo se consigue porque invierten fuertes cantidades en investigación y desarrollo de productos de calidad.</p>	<p>Productos de dudosa calidad No demuestran interés alguno en comercializar sus productos generalmente de dudoso valor. El dinero se consigue mediante el típico sistema piramidal de "reclutamiento". Nuevos distribuidores a los que se obliga a cargar con un importante lote de productos de alto precio en el momento de firmar el ingreso.</p>

<p>Garantía de devolución Se garantiza la práctica total devolución del dinero.</p>	<p>Sin garantía Los esquemas piramidales no aseguran la recompra de las existencias de productos no vendidos.</p>
<p>Un negocio a largo plazo Las compañías legítimas de venta directa están interesadas en el negocio a largo plazo. Esto supone que deben establecer relaciones sólidas con sus distribuidores: pequeños empresarios con derechos propios.</p>	<p>"Hágase rico en poco tiempo" Los esquemas piramidales son engañosos métodos de enriquecimiento rápido. El elevado número de personas que componen la base pagan dinero al reducido grupo que está en lo alto, lo que explica claramente por qué el sistema no puede sostenerse durante mucho tiempo.</p>
<p>Reconocimiento por el esfuerzo El éxito depende del esfuerzo. eso supone que los ingresos de un distribuidor son proporcionales a la entrega con que se dedica a su actividad empresarial</p>	<p>El esfuerzo no significa nada Se puede comprar una posición concreta en la pirámide.</p>
<p>Distribuidores Independientes Dependiendo de la pirámide El sistema de venta de estas compañías es establecer redes de distribuidores independientes para así poder dar salida a sus productos.</p>	<p>Dependiendo de la pirámide Los esquemas piramidales no están interesados en la venta repetida de producto al consumidor. Los beneficios provienen de la venta de grandes lotes de productos a nuevos reclutados</p>
<p>No a la acumulación de existencias innecesarias Las compañías legales establecen estrictos Códigos de Conducta que, entre otras cosas, desaconsejan a sus distribuidores cargar con más existencias de las realmente necesarias para su actividad.</p>	<p>Hay que acumular producto La venta piramidal obliga a cargar con grandes cantidades de producto o bien abonar altas cuotas de ingreso para poder participar</p>

Legal	Ilegal
<p>La venta directa es un popular medio de comercialización reconocido como legal y legítimo en la mayoría de los países. En España está regulado por la ley de ordenación del Comercio Minorista 7/1996 y en la ley 26/1991 sobre contratos fuera de Establecimientos Mercantiles</p>	<p>Los promotores de un esquema piramidal cometen fraude al engañar deliberadamente a los participantes en el mismo. Los esquemas piramidales han sido declarados ilegales e muchos países del mundo. En España, la ilegalidad queda manifiesta en la misma Ley de Comercio Minorista 7/1996.</p>

Fuente: www.oportunidadnoni.com/descargas/Multinivel-Piramidal.pdf

3.5.2 Ventajas del sistema Network Marketing

El Sistema de network marketing viene ganando aceptación, porque ha comprobado ser un método exitoso y una alternativa estratégica para empresas pequeñas, con grandes ventajas competitivas frente al sistema tradicional:

Los productos que se distribuyen llegan directo al consumidor final, a su casa u oficina. Teniendo la ventaja de establecer fuertes vínculos personales con el cliente, cuya lealtad es estimulada por el sistema. El negocio se hace en múltiples pequeños volúmenes, lo que obligan que la venta sea de contado, de otra forma sería muy riesgoso. De todas formas el crédito siempre constituye un apoyo a las ventas y pueden hacerse consideraciones especiales al diseñar el sistema. Requiere una menor inversión ya que los gastos de mercadeo se convierten en costo variable, reduciendo sustancialmente el gasto fijo. La transformación de los gastos de mercadeo es una clave que debe resolver el diseñador del sistema. El nivel de gastos fijos es un componente a considerar en la estrategia, el sistema brinda oportunidades de trabajo a los participantes comerciales, que están involucrados dentro del proceso comercial como vendedores y consumidores, independientes. El desempleo es un factor que contribuye al crecimiento de este

sistema. Este sistema forma, redes de gestores, motivadores, capacitadores, promotores, vendedores, consumidores. Que se identifican según el nivel que se encuentren dentro de una organización, con márgenes de utilidad que dependen de los productos y de la estrategia definida.

4. HERBALIFE EN CARTAGENA

Esta compañía inicio sus operaciones en la ciudad de Cartagena aproximadamente de 5 a 6 años, en la actualidad se venden 25 productos. El crecimiento de la compañía ha ido aumentando, gracias a la oportunidad que se dan las personas de conocer el producto y sus beneficios.

Tabla 3. Ingresos en Cartagena

Fuente: Información suministrada de una entrevista del equipo líder de expansión global en

Posición en Herbalife Cartagena	Ingresos Promedio Mensual (pesos)	Niveles de Producción mensuales (venta de productos en Dólares)
24 mayoristas	1 500 000 – 2 000 000	2.500
12 equipos del mundo	2 000 000 – 4 000 000	3.000
1 equipo de expansión global	4 000 000 – 8 000 000	3.500

Cartagena.

4.1 COMO HERBALIFE DA A CONOCER SU SISTEMA DE MULTINIVEL EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

Respaldados por su presencia en el mercado Herbalife permite a sus distribuidores entrenarse junto con expertos, que nos guían para poder lograr el éxito del negocio. No importando el tipo de empleo a que están sometidas algunas personas en Cartagena, estos son invitados a las reuniones de oportunidad llamadas HOM, para que también conozcan acerca de este negocio, organizadas por distribuidores exitosos, estas reuniones "para conocernos" son el camino más

fácil para aprender más acerca de Herbalife y comenzar su negocio inmediatamente.

Una vez las personas toman la decisión de ser independientes pasan a la etapa de los seminarios de entrenamiento llamados (**STS**) que se realiza mensualmente en Cartagena, el cual por medio de este los distribuidores aprenden a triunfar entrenándose con los expertos en todo desde la ventas y productos al detalle hasta reclutamiento eficaz.

Una ventaja que tienen los distribuidores en Herbalife es poder desarrollarse como líderes, para esto si estamos preparados en nuestras habilidades de gerencia podemos llevar nuestro negocio a las siguientes etapas.

Herbalife ofrece ayuda personal por medio de⁵³:

- Entrenamiento televisado del producto y de la construcción del negocio vía Herbalife Broadcast Network.
- Modernas herramientas de apoyo en Internet disponible las 24 horas del día.
- "Extravaganza": Eventos Anuales Internacionales para establecer una red de contactos, obtener entrenamiento y más.
- Consejos médicos del "Herbalife Medical Advisory Board" y el "Medical Affairs Group".
- ¡Seminarios de entrenamiento de la salud y mucho más!

Herbalife es un miembro asociado de ventas directas en la mayoría de los países donde tiene operaciones, cada distribuidor disfruta de la libertad de ser su propio jefe.

⁵³ Entrevista con Nacira Correa Líder del Equipo de Expansión Global GET Cartagena.

4.2 COMO SE ADMINISTRA HERBALIFE.

Como especialistas, en el tema de ventas los presidentes de la compañía tienen la precaución de crear medidas, para enfrentar problemas que se presentan en las diferentes áreas de la empresa. El enfoque gerencial que se le da a la empresa, es la gran lección de gestión para empresas de consumo masivo.

El enfoque gerencial de Johnson resumido en unas pocas palabras, puede ser una gran lección de gestión para empresas de consumo masivo y de otras áreas. Herbalife es una compañía de 29 años que vende US\$3.500 millones al año en el mundo, a través de 1,9 millones de distribuidores en un esquema de multinivel.

Ventas

Mientras más cerca esté de su cliente, de su usuario final, más rápido fluye la información y más rápido se pueden resolver los problemas.

Desarrollo de productos

El desarrollo de productos requiere de disciplina y velocidad y esas dos cosas no siempre van juntas tanto como a uno le gustaría que fueran.

Administración financiera

Habilidad técnica e integridad. Esto es, que las personas encargadas de los números estén seguras de conocer bien los números de la compañía. Que puedan conseguirlos eficientemente, que puedan analizarlos adecuadamente, que comprendan completamente de dónde viene y cómo fluye el dinero en la compañía.

Sucesión

Tenemos un plan muy activo de sucesión. Hay un grupo excelente de ejecutivos jóvenes en ascenso. Estamos constantemente revisándolo y actualizándolo y en

cada sesión de junta tenemos una discusión sobre el tema. La discusión hace parte de los procedimientos de nuestro comité de gobierno corporativo y nominaciones. En la junta es bien claro quién sigue si me atropella un camión.

Ventas multinivel

Integridad. A veces se critica nuestro negocio por la falta de integridad de otros esquemas de negocios. En nuestra compañía hemos luchado por lo que llamamos, la brújula. Nuestra brújula son la misión, la visión y los valores. Nos dice cómo operamos y cómo esperamos que nuestros distribuidores operen de la misma forma fortalecemos este mensaje mostrando que los distribuidores exitosos en nuestra compañía, que ahora son generaciones – tenemos familias que son abuelos, hijos y nietos en el negocio – han construido esos negocios sobre la integridad. Tenemos un gran producto, tenemos una gran oportunidad de negocios y encontramos que la integridad en la intersección entre los dos. Está presente en la forma en que los promovemos, en que los vendemos y en que los apoyamos.

Motivación

Los distribuidores más exitosos que tenemos son personas que son 'producto del producto'. Cuando se cambian los hábitos nutricionales, la vida de las personas es diferente lo que ocurre con una buena nutrición es que, cuando se introduce en el cuerpo, uno cambia. Literalmente cambia. Pierde peso, está en mejor forma, se siente mejor, puede encontrar que los niveles de colesterol se reducen, que tiene más energía, que se ve mejor.

4.3 HERRAMIENTAS DE HERBALIFE PARA DARSE A CONOCER EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

Desde el inicio de este nuevo año se han implementado nuevas estrategias, Herbalife ofrece una herramienta llamada Club nutricional que da a conocer el

producto, promueve la venta, y resultan muy fáciles. Estas reuniones tienen como objetivo dar a conocer y vender los productos de Herbalife y la oportunidad de negocio.

En la actualidad en Cartagena hay 5 puntos de club nutricionales los cuales se encuentran ubicados en sitios estratégicos donde hay gran fluencia de personas, estos son cercanos a las universidades, plazas y centros comerciales. Estos puntos de ventas están generando ganancias diarias entre \$300.000 y \$400.000.

Esta herramienta trae consigo salud y bienestar a los cartageneros y a la vez les muestra la oportunidad del negocio, para obtener ingresos adicionales.

5. PORTAFOLIO DE PRODUCTOS HERBALIFE

5.1 HERBALIFE ALTERNATIVAS SALUDABLES

Como líder en la industria del bienestar, Herbalife se enorgullece del trabajo de tres cuerpos científicos: el Consejo Médico Consultor, el Consejo Científico Consultor y el Grupo de Asuntos Médicos. Juntos, estos equipos, integrados por médicos distinguidos, científicos galardonados y reconocidos expertos en bienestar, ayudan a avanzar el campo de la ciencia de la nutrición, asegurar la alta calidad de nuestros productos, y educar a los clientes en todo el mundo en cada aspecto de la buena salud.

Herbalife emplea el uso de hierbas y ingredientes naturales en la elaboración de sus productos para controlar el peso, y demás cuidados personales. Las formulas de Herbalife son exclusivas por lo que un gran numero de personas se interesan cada día mas por el producto que son herbales y naturales. Herbalife utiliza fuentes de proteína altamente efectivas para la nutrición humana, utiliza el aislado de proteína de soya el cual proporciona la única proteína de origen vegetal con cualidades equivalentes a la carne, los huevos o la leche, pero con mucho menos grasa. Su forma de harina refinada posee un contenido proteico que sobrepasa el 90% de su valor seco, de la cual es eliminada la mayor parte de grasas y carbohidratos.

5.1.1 Nutrición básica. Establecer buenos hábitos alimenticios es una tarea, veces complicada, pero con Herbalife, usted encontrará apoyo fácil y sano: batidos saludables, nutritivos y complementos alimenticios son algunas de las alternativas que tenemos listas para hacerlo bien, todos los días.

Ilustración 6. FORMULA 1



Función

Batido saludable

Fórmula 1 Herbalife Mezcla para Preparar bebida Nutricional

- 180 calorías por porción.
- Más proteínas, menos
- Contiene vitaminas, minerales y fibra.

¿Por qué usar?

Nuestra comida de todos los días, con todos los nutrientes, vitaminas y minerales que necesitamos para la mejor nutrición y promover nuestro control de peso de forma saludable

Ilustración 7. Multivitamínico Formula 2



Funcion

Complementar las necesidades diarias de nutrientes.

¿Cómo?

Mas de 20 vitaminas y mineales.

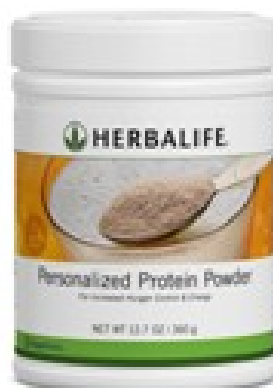
Antioxidantes esenciales.

Acido folico, acido y hierro.

¿Porque usar?

El complejo multivitaminico.Fuente confiable de nutrientes y antioxidantes, nos ayuda a garantizar el consumo de todos los nutrientes que requiere el cuerpo en sus cantidades exactas.

Ilustración 8. Proteína personalizada Formula 3



Función

Personalizar la ingesta de proteína

¿Cómo?

Alimento proteínico.

Buena fuente de proteína de soya y suero de leche, apoya el fortalecimiento de la masa muscular, sin grasas, carbohidratos, ni azúcares, 9 aminoácidos esenciales.

¿Por qué usar?

Esta mezcla de proteína adicional, le permite personalizar sin cambiar su sabor, agregando una mayor cantidad de aminoácidos, ayuda a formar masa magra y a sentirnos satisfechos.

Ilustración 9. Herbal Aloe



Función

Apoye la limpieza interna de su organismo

¿Cómo?

La planta aloe vera está repleta de más de 75 sustancias conocidas por sus singulares propiedades para promover una digestión saludable.

¿Por qué usar?

Con los nutrientes orgánicos y enzimas de la planta aloe vera de este refrescante tónico digestivo, permite la eliminación saludable de los desechos de nuestro organismo.

Ilustración 10. Bebida instantánea



Función

Proveer energía

¿Cómo?

Bebida instantánea a base de plantas herbáceas.

Bajo en calorías, apoya las funciones termogénicas del cuerpo.

Refrescante delicioso e instantáneo.

¿Por qué usar?

Frio o caliente este concentrado de te es un regalo de la naturaleza, ya que sus ingredientes y antioxidantes apoyan al organismo a quemar grasa de manera natural y su sabor lo hace la bebida perfecta para cualquier ocasión.

Ilustración 11. Tabletas de fibra termo.bond



Función

Sentirse lleno por más tiempo

¿Cómo?

Tabletas de fibra

Fibra de avena y manzana, promueve la regularidad

Apoya la función digestiva

¿Por qué usar?

La ingesta regular de fibra ayuda al organismo a eliminar saludablemente desechos y toxinas, apoya la absorción de nutrientes en el intestino y promueve la sensación de saciedad.

Ilustración 12. Herbalifeline OMEGA



Función

Promueve la salud cardiovascular, de articulaciones y tendones.

¿Cómo?

Incluye ácidos grasos AEP, ADH y Omega-3 aceites altamente refinados de los pescados.

¿Por qué usar?

Además de una combinación única de hierbas. Reduce los niveles de triglicéridos.

Ilustración 13. Kickoff® Bebida energizante



Función

Incrementa el desempeño mental e impulsa la energía.

¿Cómo?

Kickoff® es una mezcla exclusiva de L-taurina, guaraná, cafeína, Panax ginseng y Ginkgo biloba, Contiene las vitaminas C, B6 y B12, nutrientes para su cuerpo

¿Por qué usar?

Estas tabletas convenientes para cargar en el bolsillo, proporcionan un impulso de energía para el cuerpo y para la mente a cualquier hora y en cualquier lugar.

Ilustración 14. Te Guaraná N-R-G



Función

Incrementar el estado de alerta y ayudan a mantener la energía

¿Cómo?

Reanímese en forma natural con esta refrescante, suave y reanimante té con guaraná

¿Por qué usar?

Las semillas de guaraná pueden incrementar el estado de alerta y ayudan a mantener la energía

5.1.2 Línea de productos para el cuidado de la piel. Los productos para el cuidado personal son el complemento ideal del estilo de vida saludable y activo que en Herbalife promovemos, estos productos brinda a sus clientes un rostro brillante. con NouriFusión, una línea de cuidados para cada tipo de piel que le brinda:

- Vitaminas antioxidantes A, C y E.
- Protección y nutrición específica para su piel.
- Práctico programa de tres pasos. ARA el ROSTRO

Ilustración 15. NouriFusion®Multivitamin



Función

Remueve el exceso de grasa sin perjudicar la capa protectora de la piel.

¿Cómo?

Disuelve las impurezas, reabastece la piel con vitaminas, nutrientes y hierbas, retira el maquillaje

¿Por qué usar?

Esta loción limpiadora es concentrada y a la vez suave. Contiene vitaminas, nutrientes e ingredientes botánicos que limpian profundamente y humectan la Superficie de la piel.

Ilustración 16. NouriFusion® Multivitamin



Función

Prepara la piel para la humectación.

¿Cómo?

Tonifica la piel sin resecarla ,retira hasta el último rastro de impureza, la piel se siente humectada, limpia y renovada

¿Por qué usar?

Sienta su piel renovada con este tonificante ligero, sin alcohol con hamamelis y vitaminas.

Ilustración 17. NouriFusion® Humectante



Función

Humectación y protección contra los rayos solares

¿Cómo?

Humecta y controla el brillo, ofrece protección solar UVA/UVB

¿Por qué usar?

Este cremoso y rico humectante para el día ofrece protección UVA/UVB y humecta la piel normal a seca. Contiene un filtro solar FPS de amplio espectro con Parsol.

Ilustración 18. Nourifusion™ Multivitamin humectante



Función

Nutre y humecta

¿Cómo?

Ofrece protección solar UVA/UVB ,deja su piel suave, tersa, limpia y renovada

¿Por qué usar?

Defienda su piel contra la exposición diaria al sol y al ambiente con un humectante de FPS ligero con Parsol

Ilustración 19. Nourifusion™ Multivitamin Exfoliante



Función

Remueva las células muertas

¿Cómo?

Revele una piel más tersa y rejuvenecida, apoye el intercambio celular

¿Por qué usar?

Este producto está formulado con jojoba, cera de abeja, semillas de zarzamora y fresa para exfoliar suavemente y revelar un cutis más terso, vibrante y renovado.

Ilustración 20. Nourifusion™ Multivitamin Mascarilla Aclarante



Función

Remueve el exceso de grasa

¿Cómo?

Mejora la textura, el tono y la firmeza de la piel

¿Por qué usar?

Esta mascarilla ligera de arcilla limpia profundamente los poros para absorber las impurezas y el exceso de grasa.

Ilustración 21. Nourifusion™ Multivitamin Gel contorno de ojos



Función

Minimiza las bolsas debajo de los ojos

¿Cómo?

Mejora la apariencia de las orejas ,reduce la apariencia de las líneas finas y arrugas

¿Por qué usar?

Afirme y dé tersura a la delicada piel debajo de sus ojos con un gel ligero, humectante y enriquecido con vitaminas. Contiene tecnología Eyeliss™, que trabaja para reducir la retención de agua alrededor de los ojos.

Ilustración 22. Nourifusion™ Multivitamin Crema de noche



Función

Apoya la saludable renovación de su piel

¿Cómo?

Hidrata profundamente, no deja sensación grasosa

¿Por qué usar?

Humecte rápidamente su cutis con aceite de girasol, aceite de oliva, pantenol y pheohydrane P.

Ilustración 23. Nourifusi™ Multivitamin Mascarilla humectante



Función

Humecta la piel reseca

¿Cómo?

Suaviza, da tersura y reduce la descamación, descubre un cutis suave y flexible

¿Por qué usar?

Remueve las impurezas que dan a la piel una apariencia opaca.

Ilustración 24. Nourifusion™ Multivitamin Crema contorno de ojos



Función

Mejora la firmeza de la piel alrededor de los ojo

¿Cómo?

Humecta y nutre el área debajo de los ojos ,es perfecta para usarse abajo del maquillaje, Fórmula no grasosa

¿Por qué usar?

Formula rica en emolientes y no grasosa con vitaminas y humectantes que ayudan a dar firmeza la piel alrededor de los ojos.

Ilustración 25. Nourifusion™ Multivitamin Tónico



Función

Controla el brillo grasoso

¿Cómo?

Mejora el tono de la piel, deja su cutis con sensación de limpieza, frescura y suavidad

¿Por qué usar?

Ayuda a mejorar la textura, el tono y la firmeza de la piel dejándola limpia, revitalizada y sin grasa

Ilustración 26. Nourifusion™ Multivitamin Gel limpiador



Función

Lava las impurezas

¿Cómo?

Retira el maquillaje

¿Por qué usar?

Este ligero gel limpiador espumoso elimina la grasa sin sabotear la barrera que protege la humedad de la piel con Nourifusión, una línea de cuidados para cada tipo de piel que le brinda

5.1.3 El multinivel como solución al desempleo. Al presentar el sistema multinivel como una solución a la problemática planteada, fue necesario analizar cuál es la situación actual, este concepto en nuestro país n es muy conocido, según lo estudiado se propone como una oportunidad clara para las personas..

La investigación se llevo a cabo por medio de fuentes secundarias, principalmente artículos que ilustren que hay en el mercado y cuales son las opiniones que existen al respecto.

Dentro de los artículos mas destacados encontramos los siguientes:

¿Sabía que?:

- ¿Existen unas 2,000 compañías de multinivel en todo el mundo?
- Unas 20 millones de personas trabajan para este tipo de redes en todo el mundo?
- ¿Las ventas mundiales de las empresas de multinivel y venta directa alcanzaron los US \$68,000 millones el año pasado?
- ¿La industria del multinivel crece a una tasa de entre 20 y 30 por ciento anual en el mundo?
- ¿Cada vez más servicios están siendo vendidos a través de redes de distribución? ”⁵⁴

En este artículo se dan algunas cifras que demuestran cual es la situación a nivel mundial del mercadeo multinivel y cuál es su proyección hacia el futuro, que demuestran que están tomando cada vez más importancia en la economía mundial.

Si a una persona le proponen integrar en una red multinivel, hay que investigar los antecedentes de la empresa y analizar las normas o leyes por las cuales está regida, para que después de estar dentro del negocio tengamos todo el conocimiento y no dejarnos meter “gato por liebre”. hay que Investigar sobre la

⁵⁴Recuperado de:
http://www.elemplo.com/clientes/ver_foro.asp?link=pro_con&for_id=294&tot_reg=54&tot_pag=9&grupo=3. 20 de Octubre 2009.

legalidad de la empresa con la que se va a trabajar, que garantías ofrece la empresa, y no dejarse llevar por promesas de dinero fácil.

Como en todo tipo de negocio, los beneficios dependen del esfuerzo que realicen las personas y de los objetivos planteados por la organización. Es muy importante la formación inicial que le ofrezcan la compañía o la persona que incorpora a la red. Tenga en cuenta que al tomar y formar parte de este negocio, la persona será responsable de ayudar, animar, controlar, soportar y educar a las personas que reclute en su equipo. La motivación y la formación son claves fundamentales para el éxito de este sistema, la empresa no puede exigir un número mínimo de ventas. Si la empresa le obliga a comprar un stock inicial, el desembolso debe ser mínimo y ha de formalizar un pacto de recompra o devolución idealmente en las mismas condiciones para los productos adquiridos. A pesar de que el negocio depende de cada persona es muy importante que inicialmente se tenga un Patrocinador que lo encamine en los primeros pasos⁵⁵.

Al momento de entrar a ser parte de una empresa de sistema multinivel no hay que dejarse llevar por falsas promesas, por lo tanto es importante estar al tanto de todo los conceptos. Este tipo de documentos concientiza al lector del tipo de negocio y le enseña acerca del sistema, como se debe trabajar para obtener las ganancias.

Hay redes, pero también hay pirámide, la clave es escoger bien. Agel, Travel One, IXP, Tianshi y Niken, entre otros nombres, figuran en la lista de las nuevas empresas que les ofrecen a los colombianos ganar grandes sumas de dinero sin mayores inversiones. Sólo basta la llamada de un amigo, o la invitación a participar en una conferencia de crecimiento personal para convertirse en blanco de una de estas redes, que cada vez ganan más participantes en América Latina, sin realizar grandes inversiones en los países.

⁵⁵[http:// www..FUNDAMENTOS%20DEL20%MARKETING%20MULTINIVEL.PDF](http://www..FUNDAMENTOS%20DEL20%MARKETING%20MULTINIVEL.PDF). RECUPERADO 3 DE MARZO 2009

Estas marcas se suman a las que llegaron al país a mediados de los años 90 y que, en el caso de Colombia, están agremiadas con la idea de mostrar sus aportes a los países donde llegan y dar cuenta de las transparencias de sus negocios. Estas son Amway, Oriflame, Herbalife, Natures Sunshine y Yanbal.

Hay quienes opinan que las redes multinivel se han convertido en la "gran oportunidad" para generar ingresos y hacerle frente al desempleo. .

A través de estas redes se venden desde cosméticos, productos para el hogar, viajes, plataformas tecnológicas y acceso a seguros, hasta complementos alimenticios y productos vitamínicos, siendo estos últimos los que más acogida han logrado en el país".⁵⁶

Se ve claramente cuál es la tendencia específicamente en nuestro país, y cuáles son las principales compañías que están utilizando este sistema de mercadeo. La presencia de estas compañías traen consigo confianza y cada día más personas se integran, las fuentes de opinión están en una posición diferente y esta es que son algunas compañías las que no funcionan, pero que el sistema multinivel sí da resultados y que lo importante es saber escoger bien antes de tomar una decisión.

“Según la Asociación Colombiana de Venta Directa (Acodevi) cada vez hay más personas interesadas en el negocio.

Patricia Cerra, directora Ejecutiva de Acodevi, afirma que en el 2007 entrarán la firma francesa Stanhome, que llega para competirle a Amway, y la brasileña Natura, especializada en Cosméticos.

Igualmente, un grupo de colombianos trabajan en la conformación de CMD catálogos, que ofrecerá productos 100 por ciento colombianos para ser comercializados a través de redes con un valor mínimo de afiliación, Érika España,

⁵⁶ [HTTP://WWW.GDA.COM/CONSULTA_NOTICIAS.PHP?IDARTICULO=212559](http://www.gda.com/consulta_noticias.php?idarticulo=212559). Recuperado, 10 de marzo de 2009

ejecutiva de Amway, opina que el multinivel es una buena alternativa de empleo, porque no sólo ganan las empresas sino los 'asociados', como se les llama a las personas que deciden incursionar en el negocio.

En el caso de Amway nuestra ganancia no está en que la gente entre sino en que venda los productos. Yo creo que cuando hay mercancías atractivas de por medio la gente puede recuperar su inversión, dice España, representante de Amway en el país. Algo similar sucede con Herbalife, que genera 12 empleos directos en Colombia, pero maneja una red de más de 20.000 asociados. Quienes comercializan estos productos en el país dicen que el éxito del negocio radica en que los complementos son buenos y ofrecen beneficios reales. 5 empresas están agremiadas en Colombia y reportan sus cifras de venta anual. 2,4 billones de pesos facturan las redes multinivel en Colombia, según las cifras que maneja Acovedi. Los ingresos pueden ser mayores si se tiene en cuenta que muchas empresas operan desde otro país.”⁵⁷

En esta parte se presentan cifras reales y claras de lo que está pasando con estas empresas en el país, se distinguen como principales Amway y Herbalife y se ve como nuevas compañías incluso colombianas están por entrar a nuestro mercado. Además se ve un testimonio en donde nuevamente se refuerza la idea de que las ganancias de la gente en un sistema multinivel que funcione, deben provenir de la producción es decir de la venta del producto o servicio y no de la sola vinculación de las personas. Finalmente se presenta la cifra de 2.4 billones de pesos facturados las diferentes compañías que funcionan con el sistema multinivel, lo cual muestra que es un rubro importante dentro de la economía colombiana.

5.1.4 “Ganar plata no es tan fácil”. Según los estudios sobre el tema, en las redes no gana el que llega primero al negocio, sino el que más trabaja para

⁵⁷ Recuperado de: [HTTP://WWW.GDA.COM/CONSULTA_NOTICIAS.PHP?IDARTICULO=212559](http://www.gda.com/consulta_noticias.php?idarticulo=212559). 20 DE NOVIEMBRE DE 2008.

conformar su propio grupo. La clave está en apoyar a cada una de las personas para que vendan y vinculen otras personas al negocio.

Por el contrario, en las pirámides sí hay jerarquía y los que llegan primero son los que reciben mejores ganancias. El problema con las pirámides es que si no hay continuidad por algún integrante del grupo, el negocio se cae y es por ello que muchas personas pierden dinero.

Patricia Cerra dice que para entrar al negocio es necesario tener en cuenta el respaldo de la empresa. Aconseja investigar en Internet sobre la trayectoria de la compañía y asegurarse que los productos sean tangibles y se puedan vender con facilidad, de manera que se recupere la inversión.

5.1.4 “Como todo negocio hay que ponerle ganas”. *La primera vez que tuve contacto con una red multinivel fue hace cinco años cuando me ofrecieron los productos de Amway. Los compré para beneficio personal y el de mis pacientes porque soy médica y me especializo en nutrición. Posteriormente una amiga me habló de Forever Living, una compañía norteamericana que comercializa productos nutricionales. Me gustaron y también los compré. En ese entonces la inversión fue de un millón de pesos. Sin embargo nunca vi la oportunidad de negocio hasta que me convencieron de comprar Herbalife, fue entonces cuando decidí invertir 10 millones de pesos para convertirme en mayorista y empezar a construir una red de mercadeo multinivel. La venta de los productos me ayudó a convencer a más personas de que se motivaran a comercializarlo, fue así como generé una primera red de 50 personas y hoy digo con orgullo que ganó más con el multinivel que con la medicina.*

También he probado con Travel One, que aunque también me parece buena no me dio muchos beneficios porque lo mío no es la comercialización de viajes, sino los productos que están relacionados con la salud.”⁵⁸

⁵⁸ Recuperado de: [HTTP://WWW.GDA.COM/CONSULTA_NOTICIAS.PHP?IDARTICULO=212559](http://www.gda.com/consulta_noticias.php?idarticulo=212559). Entrevista con ADRIANA CAMARGO GANTIVA. REDACCIÓN ECONÓMICA. 30 de Junio de 2008.

En esta última parte del artículo se ven claramente propuestas que diferencian lo que es el multinivel del sistema piramidal, y como algunas personas erróneamente asimilan estos dos conceptos como uno solo. Y finalmente se dan algunos testimonios en donde se destaca el de una persona que afirma haber tenido experiencia en algunas compañías de este campo pero que finalmente encontró una gran oportunidad en una en específico, Herbalife.

Después de haber analizado la situación actual del sistema laboral en Cartagena ,nos podemos dar cuenta que existen algunas deficiencias que impiden a muchas personas logren tener un estilo de acuerdo a su preparación y en algunos casos vivir por encima de lo que se considera la línea de pobreza, encontramos que en un momento en el que a nivel mundial aumentan los niveles de pobreza, desempleo, subempleo e insatisfacción laboral, se ha creado un sistema que le da la oportunidad a cualquier persona de mejorar su situación y trabajar por su propio futuro.

Este sistema es el multinivel o network marketing, es una forma de mercadeo que le da la oportunidad a las empresas de ampliar su capacidad de distribución por medio de personas independientes que se encargan de llevar el producto al mercado. Este sistema y su forma de compensación es mucho más generoso que el tradicional, porque las compañías que se acogen a este plan de mercadeo, se ahorran todos los gastos de publicidad y los distribuidores se encargan directamente de los clientes. Por esto gran porcentaje de sus ventas la distribuyen entre las personas que trabajan de manera independiente llevando el producto al mercado.

De allí surge el concepto de crear un negocio propio ya que el multinivel permite además de ganar un porcentaje del producto que la persona misma lleva al mercado, ganar un porcentaje menor de las personas que este mismo vincule al

negocio. De esta manera se pueden crear organizaciones de un gran número de distribuidores vinculados por un mismo distribuidor, que trabajan de manera independiente y tienen su propia ganancia pero además le generan una ganancia a esa persona que le enseñó la oportunidad de negocio.

Por esto se considera que es una gran oportunidad para cualquier persona que decida cambiar y trabajar por su propio beneficio, que tiene la ventaja de que se puede iniciar a tiempo completo o a tiempo parcial de acuerdo con las facilidades que las personas tengan, que además está abierta para cualquier persona no importa la edad, los estudios o la experiencia laboral ya que en este tipo de sistemas solo se requiere el deseo de cambiar, estar dispuesto a aprender y trabajar duro.

Siendo una gran oportunidad para todas las personas que no se encuentran en una situación económica aceptable o para las personas que no se sienten satisfechas con lo que tienen, muchas personas la rechazan. Esto se debe a muchos motivos pero el principal es el miedo a cambiar, a intentar algo diferente, a salirse de lo que para ellos y para la sociedad misma debe ser el éxito laboral. Por esto muchas personas conocen este sistema, conocen los resultados, ven personas iguales a ellos mejorando su situación económica y cambiando su estilo de vida, y aunque no están satisfechos con sus ingresos, o con su trabajo, o con el tiempo que le pueden dedicar a su familia, deciden no probar con este tipo de negocios y prefieren Continuar en un empleo que representa seguridad y estabilidad.

En general las personas prefieren trabajar toda su vida para otras, y tratar de ascender dentro de la misma compañía, sin darse la opción de buscar algo propio, en la mayoría de los casos porque montar un negocio propio requiere de un capital para invertir, además de un producto o servicio que tenga éxito en el mercado. Pero aunque esto es el común de la sociedad para todas los individuos que tienen algún conocimiento del mundo de los negocios es claro que quienes tienen los

mejores ingresos y además la calidad de vida que muchos desean, no son empleados sino son aquellos que son dueños de algún negocio o de varios.

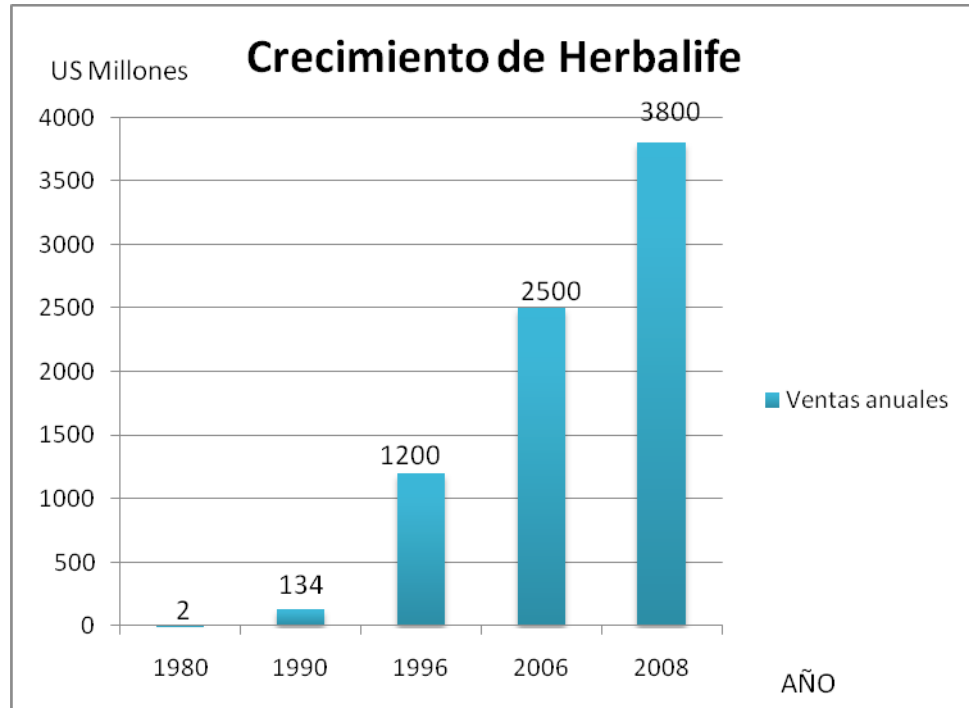
Si la gente es consciente de esto, entonces ¿por qué no todos buscan la posibilidad de generar de alguna manera algo propio?, según Leonardo Karmel en su libro ¡ Si se puede ! como alcanzar el éxito en las Ventas Directas – Multinivel , esto se debe a que vivimos en una sociedad en la que se esta acostumbrado al pensar en que no se puede, y esto genera un condicionamiento en la forma de pensar de las personas que al ver gente exitosa en cualquier campo , piensan que estas personas son muy talentosas y anhelarían ser como ellas pero dicen “yo nunca podría lograr lo que ellas lograron”, es por esto que el multinivel siendo una oportunidad que le esta cambiando la vida a tantas personas alrededor del mundo, todavía no es considerada como pasibilidad dentro de las posibilidades de desarrollo profesional o como un ingreso extra en el común de las sociedades latinoamericanas.

Después de haber investigado que está pasando con el mercado multinivel en Colombia, y ver como se han desarrollado las diferentes compañías, se decidió analizar una de las que aparentemente están dando mejores resultados y tiene los mejores testimonios en el mercado, esta compañía es Herbalife Internacional. Esta es una compañía ubicada en el sector del bienestar, y que se dedica a la elaboración y comercialización de productos nutricionales y de control de peso.

Herbalife es una compañía que se dedicó a diseñar y patentar el concepto de Nutrición Celular. Es decir que todos los programas que ofrece son 100% naturales y son la mejor nutrición que se le puede dar al cuerpo humano. Dependiendo de cómo se utilicen los programas, se puede subir, mantener o bajar de peso.

Esta es una compañía que se fundó en 1980 y desde entonces ha tenido un crecimiento exponencial.

Ilustración 27. Crecimiento de Herbalife.



Fuente. www.herbalife.com.co

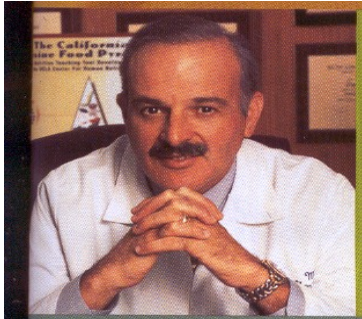
En su primer año, solamente con un producto, facturó 2 millones de dólares. El año 2006 facturó 2.5 billones de dólares, ya tiene más de 300 productos y sus proyecciones para el año 2009 es facturar 5 billones de dólares.

Es una compañía que cotiza en la bolsa de Nueva York. Fue milagro de crecimiento a mediados del decenio y ahora trata de preservar el valor de una de las compañías milagro de mediados del decenio. El precio de su acción pasó de US\$15 en 2004, a US\$32 en 2005 y a US\$40 en 2006⁵⁹.

⁵⁹ Cómo se administra Herbalife. Recuperado de: <http://www.portafolio.com>. 14 de octubre de 2008.

Cuenta con un comité médico y científico que es el que se encarga de velar por la seguridad y la calidad de cada uno de los productos, está comandado por el Dr. David Heber y el Dr. Louis Ignarro.

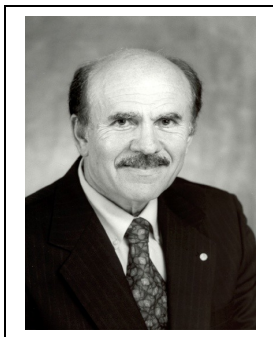
Ilustración 28. Dr. DAVID HEBER



Presidente del Consejo Científico Consultor y del Consejo Médico Consultor de Herbalife, así como Director Fundador del Centro UCLA para Nutrición Humana, Casa del Laboratorio de Nutrición Celular y Molecular Mark Hughes.

Fuente: Brochure Herbalife

Ilustración 29. Dr. LOUIS IGNARRO



Uno de los líderes de nuestro tiempo en el campo de la salud cardiovascular, premio Nóbel en 1998 y miembro más reciente del Consejo Científico Consultor de Herbalife

Fuente: Brochure Herbalife

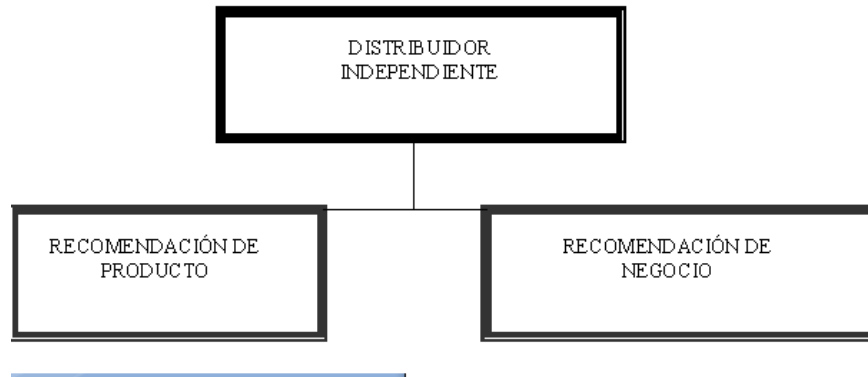
Una de las claves para que un negocio tenga éxito al implementar un concepto de mercadeo multinivel es que el producto que comercializa sea exitoso por esto ésta compañía invierte gran parte de sus esfuerzos y presupuesto en este consejo médico para que los productos se mantengan a la vanguardia de los que exige el mercado.

Esta compañía maneja más de 300 referencias en su catalogo de productos en la actualidad pero los principales son unos batidos en polvo y unos té que combinan todos los beneficios de la herbolaria china con la tecnología de occidente, que da como resultado un producto que hace que las personas logren mejorar su nutrición, y además controlar su peso. Detrás de esto está todo el éxito de este negocio ya que cada vez más las personas en el mundo están presentando enfermedades y deficiencias físicas, como causa de una mala alimentación. Según la Organización Mundial de la Salud, el 70 % de las muertes son causadas por Infarto, Enfermedades Coronarias, Accidentes Cerebro-Vasculares o Diabetes y el 50 % de estas muertes se pueden salvar solo por mejorar lo hábitos nutricionales.

Herbalife presenta una respuesta a esta problemática y debido a esto sus ventas cada vez crecen más. Teniendo en cuenta que existe un producto que funciona y que la gente lo necesita es que se genera un negocio que comienza a partir de un resultado que el mismo distribuidor experimenta en sí mismo y a raíz de este empieza a recomendar estos productos en base a sus propios resultados.

Todo comienza mediante la adquisición de una licencia de distribución que está al alcance de cualquier persona. Con esta licencia ya la persona es oficialmente distribuidor de la compañía. Como distribuidor de Herbalife se realizan sólo dos actividades: Recomendación de Producto y Recomendación de Negocio.

Ilustración 30. Organigrama de distribución.

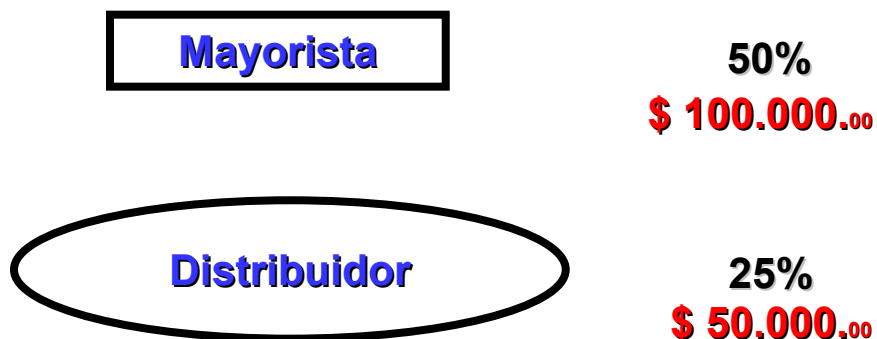


Fuente: Herbalife.com

Herbalife tiene varias formas diferentes y simultaneas de pagarles a los distribuidores, que se incrementan de acuerdo con el nivel de ventas que el distribuidor realice por sí mismo y con su organización⁶⁰.

Ilustración 31. Distribución de ganancias Herbalife

Con 1 Cliente Promedio de \$ **200.000.00**



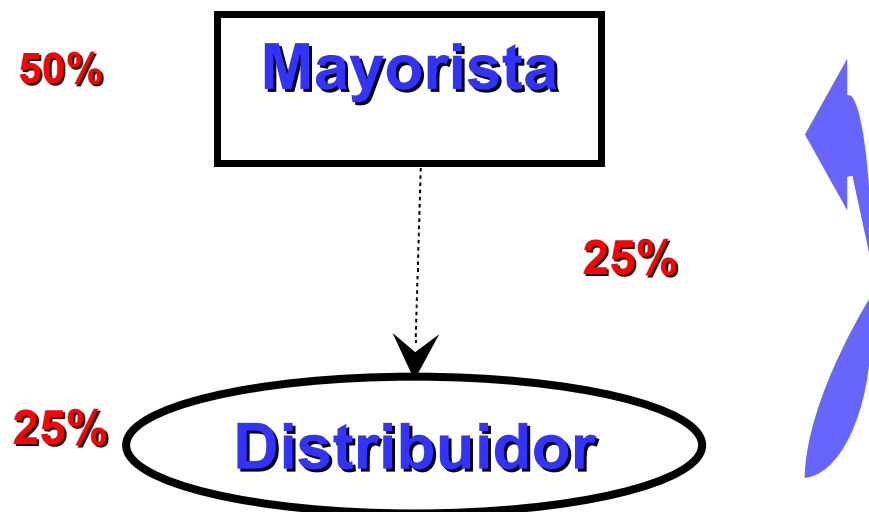
⁶⁰ Plan de ventas HERBALIFE internacional.

Automáticamente al ser distribuidor de la compañía se recibe el 25% de utilidad sobre todos los productos. Es decir que si un programa promedio cuesta \$200.000 eso quiere decir que la ganancia será de \$50.000 por programa.

Sin embargo, a la compañía se puede ingresar en otra posición más beneficiosa que es la de Mayorista o Supervisor, donde en lugar de tener el 25% de utilidad sobre los productos, se ingresa con el 50% de utilidad. Para estar en esta posición simplemente hay que adquirir un inventario de productos. Esto quiere decir, que si una persona es mayorista y vende un programa promedio de \$200.000 se estará ganando \$100.000 por cada programa que venda.

5.3 MAYOREO

Ilustración 32. Distribución del mayoreo



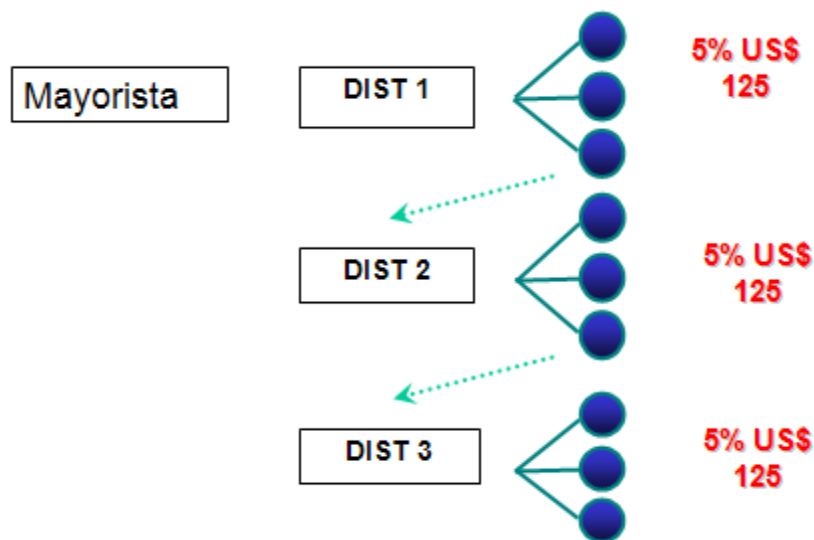
Esta forma de ganancia, y en general las otras 6, solo aplican para quienes se encuentren en la posición de Mayoristas. Los distribuidores, únicamente ganan por la venta directa. Aquí, se empieza a ver la segunda actividad de los distribuidores que es la de recomendar el negocio y crear un equipo de trabajo.

Cuando existe un Mayorista, que trae a un distribuidor, el primero está al 50% y el segundo esta al 25%. La compañía siempre paga el 50%, es decir que el 25% que existe de diferencia entre estos dos, la compañía se lo paga al primero por haberle enseñado al segundo a generar ingresos extra. Aquí se puede ver claramente cómo es la relación gana- gana, porque en la medida que el segundo gane, al primero también le irá bien.

Lo anterior, quiere decir que el primero gana por su venta directa por programa \$100.000 pesos y si tiene un distribuidor que gana por programa promedio \$50.000, el por mayoreo también gana \$50.000 por cada distribuidor. Es decir, que si este tuviera 3 distribuidores que vendieran un programa promedio de \$200.000 cada uno ganaría en total \$150.000 por los tres aparte de su venta directa. En la estructura multinivel de Herbalife, no hay límites, lo que quiere decir que se pueden tener todos los distribuidores que se quieran.

5.3 REGALÍAS

Ilustración 33. Distribución de regalías



El concepto de regalías tiene que ver con hacer el trabajo bien hecho una sola vez y ganar por el mismo toda la vida. Es lo que les pagan a los cantantes, escritores, entre otros. Los artistas hacen el trabajo una vez bien hecho por ejemplo un libro o un disco, y reciben un porcentaje de ganancia cada vez que se vende uno de esos discos o libros. Ahora, en Herbalife, también se ganan regalías. Con base en el gráfico anterior, en el momento en que distribuidor (en adelante dist.) 1 que fue vinculado a la empresa por el primer distribuidor del ejemplo anterior, se convierte en mayorista, se acaba el Mayoreo pues los dos se encuentran en el 50%, es decir que no existe ninguna diferencia. Aquí es donde interviene la compañía y le dice al primer mayorista que de ahora en adelante y por el resto de la vida le va a pagar el 5% de todo lo que haga DIST 1 y su grupo. Pero además también le paga el 5% de los que este traiga y se conviertan en mayoristas DIST 2 y a su vez los que este traiga y se conviertan en mayoristas DIST 3.

Para tener una idea, en promedio la producción de un mayorista en Colombia es de US 2500 al mes, y el 5% sería lo equivalente a US \$ 125. Es en este momento, donde se empieza a ver la ganancia por niveles de profundidad. Herbalife le va a pagar al primer mayorista el 5% por todos sus mayoristas en tres niveles de profundidad, es decir, por sus hijos, por sus nietos y por sus bisnietos.

Con lo anterior, se puede afirmar y comprobar una vez más como es que funciona la relación gana – gana del multinivel, analizandola en un caso específico como es la estructura de mercadeo de la multinacional Herbalife Internacional. Pues en todos los casos, para el primer mayorista va a ser mucho más conveniente que sus distribuidores evolucionen rápido y él va a hacer todo su esfuerzo por enseñarles de la mejor manera como tener éxito lo más pronto posible.

Igualmente, es importante aclarar, que al tener límite de niveles de profundidad, se asegura que lo que mide el éxito y la ganancia de dinero de esta actividad no es el tiempo y el lugar en el que se encuentre la persona sino el nivel de producción que tenga. Es decir que quien produce más y trabaja mejor es quien más gana, no la persona que lleve más tiempo.

5.4 ACTIVIDADES DE UN DISTRIBUIDOR

Después de analizar y entender como funciona el negocio de esta compañía se busco profundizar en la actividad en si, que debe realizar una persona que quiera comenzar como distribuidor, con el fin de tener claridad en que posibilidades tienen cada individuo de acuerdo con su situacion y su horario.

Al investigar a fondo se encontro lo siguiente :

Debido a que esta es una actividad independiente los distribuidores deciden como quieren trabajar, poniendo su propio horario y fijandose sus propias metas, pero claramente hay una serie de actividades y objetivos que es necesario tener en cuenta para lograr los resultados que cada persona se proponga.

Independientemente de las expectativas que se tengan es indispensable crear en los primeros meses de trabajo una base de de 10 a 30 clientes. Esto genera en promedio una ganancia de 1 a 3 millones de pesos. Dependiendo del horario disponible cada persona escoge que tan rapido llega a esta cifra. Lo mas recomendable es comezar con las personas cercanas , familia, amigos , conocidos, etc. Y esto se puede hacer por medio de citas individuales o reuniones con varias personas, donde se hacen demostraciones de producto. Mas adelante si la persona esta interesada en aumentar su base de clientes , hay diferentes herramientas para llegar a las personas desconocidas, como avisos , volantes, encuestas, e-mails, etc . De esta forma cualquier persona que empiese con el negocio tiene varias posibilidades para llevar el producto al mercado.

Ademas de construir una base de clientes , es importante empezar a crear una base de distribuidores, para esto las personas tambien deben comenzar por su circulo de influencia, haciendo de la misma forma presentaciones individuales o grupales del negocio. Tambien tienen la posibilidad de apoyarse en un sistema de oficinas que esta ya organizado en donde distribuidores que tienen mas

experiencia se encargan de hacer las presentaciones y el nuevo distribuidor solo tiene que preocuparse por llevar a las personas a que vean de que se trata. Lo recomendable es tener entre 8 a 10 distribuidores nuevos por mes.

Finalmente como una tercera actividad que debe realizar una persona que esta comenzando en este negocio, es aprender a enseñar a las personas que invita a formar parte de su grupo de trabajo, a que hagan exactamente lo mismo que ellos han aprendido a hacer.

Es importante tener en cuenta que esta actividad es algo nuevo y que por eso es necesario aprender y capacitarse. Con ese fin hay todo un sistema de entrenamiento al cual todos los distribuidores tienen acceso desde el momento en el que ingresan a la compañía, en donde se habla de los productos, de ventas, de reclutamiento, crecimiento personal y como enseñar, de esta manera cualquier persona sin importar la profesion o el nivel academico, puede realizarla.

Estas actividades y metas basicas son las que cualquier persona debe hacer, lo unico que varia es la intensidad con la que cada persona las realice de acuerdo con su disponibilidad de tiempo. Lo mas importante es que la persona se comprometa y se mantenga haciendo estas tareas constantemente durante por lo menos tres meses para ver resultados consistente.

5.5 HERBALIFE COLOMBIA

Esta compañía abrió operaciones oficiales en Colombia en el año 2001. En estos 8 años de apertura ha logrado tener 15 productos aprobados por el Invima⁶¹, facturar mensualmente 2 millones de dólares, con un crecimiento del 98 % con respecto al año anterior.

⁶¹ Recuperado de: http://www.portafolio.com.co/economia/economiahoy/2008-04-23/ARTICULO-WEB-NOTA_INTERIOR_PORTA-4117040.html. 20 de diciembre de 2008.

Tabla 4. Ingresos en Colombia

Posición en Herbalife Colombia	Ingresos Promedio Mensual (pesos)	Niveles de Producción mensuales (venta de productos en Dólares)
1500 mayoristas	1 500 000 – 3 000 000	4.000
700 equipos del mundo	2 500 000 – 5 000 000	10.000
60 equipo de expansión global	5 000 000 – 10 000 000	20.000
25 equipo millonario	10 000 000 – 20 000 000	80.000
7 equipo presidente	20 000 000 – 50 000 000	200.000

Las proyecciones para lo que queda de este año 2009 es llegar a 5.000 distribuidores y superar los 88.000 millones, la que la ubica en un lugar relevante en su categoría⁶². Esto ayudando cada vez a más personas a mejorar su nutrición y su situación económica.

En este sentido, se puede resaltar a esta compañía como un modelo exitoso dentro del sistema Multinivel, justificado por sus resultados y sus proyecciones hacia el futuro, respaldados por una presencia en el mercado de 29 años, con operaciones en 70 países.

⁶² Entre la riqueza y la salud. Recuperado de: <http://www.dinero.com>. 20 de diciembre de 2008.

6. CONCLUSIONES

A través de la realización de esta monografía puedo concluir que Cartagena se ha visto afectada en el tema de la situación laboral que afronta la población debido al escaso número de oportunidades formales que la industria ofrece en este sentido, los informes y artículos muestran un crecimiento en las tasas de desempleo, subempleo e insatisfacción laboral.

La falta de información respecto a los métodos de trabajo, generan grandes incertidumbres en el sistema tradicional, que aumentan la insatisfacción laboral, que se mide por medio de la compensación económica, nivel de identificación profesional, el ambiente laboral, y el estilo de vida que puedan llevar las personas.

La idea de implementar el sistema multinivel es que se generen nuevas alternativas que permitan cubrir las cifras de desempleo de la ciudad de Cartagena, las cuales ayudan a mejorar la calidad de vida de las personas. En la actualidad los países desarrollados nos llevan una gran ventaja, con su trayectoria en el tema de sistema multinivel, estos han logrado obtener unos excelentes resultados durante los últimos 30 años.

Por consiguiente, es importante mencionar que el sistema Multinivel, no solo constituye una solución inmediata al problema laboral sino que a su vez, constituye una estrategia para expandir mercados, y a la vez una medida para lograr incrementar los salarios y no conformarse con los del sistema tradicional de trabajo .

Para concluir lo ideal para cada persona es tener su propio negocio, lo cual le permite tomar sus decisiones sin depender de nadie o estar en la posición de subordinado, este sistema del multinivel ayuda a encontrar una alternativa para comenzar a construir un nuevo estilo de vida, que nos permita crecer en la medida que nos demos la oportunidad de conocerlo y luego trasmitirlo para afianzar su desarrollo.

Herbalife en Colombia factura mensualmente dos millones de dólares, en este sentido se puede resaltar que esta compañía es un modelo exitoso dentro del sistema multinivel justificado por sus resultados y proyecciones hacia el futuro, respaldados por su presencia en el mercado colombiano durante ocho años.

Además este sistema nos enseña nuevas técnicas de ventas y todo respecto a los negocios, que nos ayudan a crecer en liderazgo y a la vez lograr el éxito dentro de una organización, administrando los recursos para seguir avanzando.

Un factor importante para destacar es que las ganancias provienen de las comisiones generadas por las ventas propias; eliminando todo tipo de intermediarios tradicionales; lo que posibilita la adquisición de ingresos representativos en corto plazo.

BIBLIOGRAFÍA

- SILVERMAN, George. Los secretos del marketing boca a boca. Editorial Norma.
- JEFKINS, Frank. Marketing Directo. Ediciones Pirámide
- MICHAELSON Gerald A, MICHAELSON Steven W. Sun Tzu Estrategías De Marketing. Editorial McGraw-Hill
- MOLLA Alejandro, BIGNE Enrique, PERIS Salvador Miquel. Introducción al Marketing. Editorial McGraw-Hill
- ROBBINS, S.P. Comportamiento Organizacional. México: Prentice Hall, 8ª Ed. 1998.
- KARMEL, Leonardo Si se puede, Panamericana Formas e Impresos S.A.
- SANCHEZ Maria Dolores. Marketing Multinivel. Editorial Esic editorial.
- <http://html.rincondelvago.com/teoria-de-los-factores-de-frederick-herzberg.html>
- <http://nuevasherbalife.blogspot.com/2009/03/herbalife-resultados-financieros-2008.html>

PAGINAS WEB

- www.camacol.org.co/adminSite/Archivos/ArtPres_20080731021236.pdf
- www.cartagenacomovamos.org/evaluacion_desarrollo.htm
- www.dane.gov.co
- www.dinero.com
- www.elsur.cl/diarioelsur/secciones/articulo.php?id=109722
- www.escueladeriqueza.org
- www.herbalife.com
- www.motivacionlaboral.galeon.com/teorias.htm
- www.monografias.com/trabajos10/dese/dese.shtml
- www.myherbalife.com
- www.oportunidadnoni.com/descargas/Multinivel-Piramidal.pdf
- www.portafolio.com.co
- Dinero entre riqueza y salud (Citado 01 marzo del 2009) disponible en Internet http://www.dinero.com/wf_InfoArticulo.aspx?IdArt=<@idArticulo>