

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**PROGRAMA DE MOTIVACIÓN EN LOS CONSULTORES DE UNA
EMPRESA MULTINIVEL: CASO UP ESENCIA**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

GISELA FARCEQUE CAYATOPA

ASESOR

LINDA MARITA CRUZ PUPUCHE

<https://orcid.org/0000-0002-8600-8032>

Chiclayo, 2020

**PROGRAMA DE MOTIVACIÓN EN LOS CONSULTORES DE
UNA EMPRESA MULTINIVEL: CASO UP ESENCIA**

PRESENTADA POR:

GISELA FARCEQUE CAYATOPA

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR:

Camilo Girón Córdova

PRESIDENTE

Valeria Llontop Hernández

SECRETARIO

Linda Marita Cruz Pupuche

ASESOR

Dedicatoria

Con mucho amor y cariño a Dios que guía nuestro camino hacia la sabiduría y al éxito, a mis padres Angel y Lorenza quienes a lo largo de mi vida velan por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional en todo momento y a mis seres queridos por el aprecio y los ánimos que me brindan.

Agradecimientos

A Dios por permitirme cumplir esta gran meta que desde pequeña anhelaba, a mis padres por ser los principales promotores de mis sueños y estar siempre presente, a mis seres queridos por los ánimos que me brindan para seguir luchando contra todo obstáculo y ayudarme a levantarme ante cada caída; asimismo, a la profesora Stephanie Ruiz por la asesoría que me brindo a lo largo de la ejecución de esta investigación, también a mi asesora Marita quien gustosa me apoyo para la finalización de esta investigación; asimismo a cada maestro que fue parte de mi proceso integral de formación.

Este trabajo de investigación ha sido todo un gran reto en mi vida, no hubiera sido posible si no fuera por el apoyo de los consultores de la empresa Up Esencia que participaron desinteresadamente a quienes agradezco de todo corazón.

Resumen

Esta investigación tiene como propósito elaborar un programa de motivación para los Upline de las empresas y especialmente para aquellos con falta de experiencia en una empresa multinivel para que logren motivar adecuadamente a su equipo de trabajo. Presenta como objetivo general elaborar un programa de motivación de los equipos de trabajo de los Upline de la empresa Up Esencia, lo cual se desarrolló mediante la teoría Antropológico de Juan Antonio Pérez López, aplicado en un enfoque cualitativo a 150 consultores de la empresa Up Esencia mediante una guía de entrevista.

Se realizó una propuesta con la finalidad de dar respuesta al objetivo general el cual consta de 3 etapas, la primera etapa se centra en liderazgo; posteriormente se encuentra la segunda etapa consiste en conocer a la empresa, como sus productos, sus formas de ganar dentro de ella; y por último se tiene a la tercera etapa que consiste en las ventas, en el cual se muestran técnicas para ayudar a los consultores a mejorar sus ventas; asimismo se tiene como resultado que los consultores se encuentran más motivados por el corporativo por los motivos extrínsecos; asimismo se encontró que los Upline motivan a su equipo intrínsecamente mediante capacitaciones y un correcto liderazgo; también se logró conocer que a los consultores más les interesa formar parte de Up esencia por las ganancias y la calidad de sus productos.

Palabras clave: Motivación, motivos, empresa multinivel.

Clasificaciones JEL: M10, M12, M19

Abstract

The purpose of this research is to develop a motivation program for the Uplines of companies and especially for those with a lack of experience in a multilevel company so that they can properly motivate their work team. Its general objective is to develop a motivation program for the work teams of the Uplines of the company Up Esencia, which was developed through the Anthropological theory of Juan Antonio Pérez López, applied in a qualitative approach to 150 consultants of the company Up Esencia using an interview guide.

A proposal was made in order to respond to the general objective which consists of 3 stages, the first stage focuses on leadership; Later, the second stage is to know the company, such as its products, its ways of earning within it; and finally there is the third stage that consists of sales, in which techniques are shown to help consultants improve their sales; It also has as a result that the consultants are more motivated by the corporate for extrinsic reasons; It was also found that the Uplines intrinsically motivate their team through training and proper leadership; It was also learned that the consultants are most interested in being part of Up Essence because of the profits and the quality of their products.

Keywords: Motivation, motives, multilevel company.

JEL Classifications: M10, M12, M19

ÍNDICE

Dedicatoria	3
Agradecimientos	4
Resumen	5
Abstract	6
I. Introducción	11
II. Marco teórico	14
2.1. Antecedentes.....	14
2.2. Bases teóricas	16
III. Metodología	22
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	22
3.2. Diseño de investigación.....	22
3.3. Población y Muestra	23
3.4. Criterios de selección.....	23
3.5. Factores de Análisis.....	25
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	26
3.7. Procedimientos	27
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.....	28
3.9. Matriz de consistencia	29
3.10. Consideraciones éticas.....	30
IV. Resultados y discusión	31
4.1. Diagnosticar cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus consultores	31
4.2. Explicar cómo desarrolla la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo.....	38
4.3. Comprender el interés de los consultores en formar parte de Up Esencia	41
VI. Conclusiones	55

VII. Recomendaciones	57
VIII. Lista de referencias.....	58
IX. ANEXOS.....	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo básico de motivación (Leavitt, 1969)	17
Figura 2. Pirámide de necesidades- Maslow (Smith, 2016)	18
Figura 3. Teoría de los factores de Herzberg (USON , 2016).....	19
Figura 4. Teoría “X” y teoría “Y”_ McGregor (Yengle, 2010).....	19
Figura 5. Creación de red	21
Figura 6. Motivación del corporativo de Up Esencia a sus consultores, según Downline	31
Figura 7. Motivación del corporativo de Up Esencia a sus consultores, según Upline. 34	
Figura 8. Motivación del corporativo de Up Esencia a sus consultores, según Upline Líder	36
Figura 9. Desarrollo de la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo, según Upline	38
Figura 10. Desarrollo de la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo, según Upline Líder	39
Figura 11. Interés de los consultores en formar parte de Up Esencia, según Downline. 41	
Figura 12. Interés de los consultores en formar parte de Up Esencia, según Upline.....	43
Figura 13. Interés de los consultores en formar parte de Up Esencia, según Upline Líder	44

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1.....	32
Tabla 2.....	33
Tabla 3.....	34
Tabla 4.....	37

I. Introducción

En pleno siglo XXI, la globalización y los avances tecnológicos se encuentran en gran apogeo, abriendo un gran desarrollo económico en diversos países formando un mercado muy diverso y competitivo; en medio de la gran diversidad se creó un nuevo tipo de negocio que son las empresas multinivel que de una u otra manera va cambiando frecuentemente la vida de muchas personas que tienen ganas de superarse y mejorar personalmente.

García Sanchez (2004), las empresas multinivel ha iniciado en el año de 1941 con la empresa Nitrilite dedicada a la venta de pastillas con vitaminas naturales, California (EEUU) tomada la iniciativa de Carl F. Rehnborg, el cual consiste de una forma distinta de comercio, realizándose a través de la venta directa dada por una red de consultores independientes que se encuentran clasificados por los Upline (Consultor de la empresa multinivel que lideran un equipo de trabajo por uno o más consultores), y por los Downline (Consultores subalternos a los Upline); siendo ambos grupos encargados de hacer llegar el producto al consumidor final.

Desde entonces las empresas multinivel fueron creciendo constantemente. Según el diario Gestion (2017), las cifras de estas empresas indican que entre el 2011 y 2015, se vendieron más de 183.7 mil millones de dólares en las distintas redes de mercadeo a nivel mundial. De esta cifra, US\$25.2 mil millones se produjeron en América del Sur, en donde el Perú definitivamente ha sido un agente muy participativo y creciente.

Según Peru21 (2015), las diversas empresas de multinivel que han llegado a Perú, lograron atraer a una gran cantidad de inversores. En la region de lambayeque este tipo de negocio no es indiferente, debido a su ubicación geográfica se encuentra en un punto céntrico donde las empresas lograron desarrollarse rápidamente, teniendo la característica peculiar de su población que es el emprendimiento, la superacion personal y sobre todo la motivación para el desarrollo de este negocio.

Estas características son muy importantes, ya que, como lo señala Marin Placencia (2017), la motivación es un agente importante que logra mejorar a los colaboradores con respecto a su rendimiento en el trabajo y por consecuencia presentan una satisfacción laboral positiva. Para la realizacion de las personas en las empresas de multinivel se requiere de mucha motivación para lograr los resultados anhelados por cada consultor y no rendirse facilmente ante las dificultades (Soto, 2012).

Una de las empresas de multinivel donde se encontró la motivación como gran parte de sí es UP Esencia, una empresa brasileña dedicada a la venta directa de cosméticos y perfumería francesa. Como lo mencionó Ramirez (2016), un gran coach y mentor en marketing multinivel; las personas logran mejorar en este tipo de empresas de multinivel y gran parte de ello se debe a la motivación que tienen por parte de su equipo y de ellos mismos.

Hay muchos patrocinadores o Upline que utilizan de una manera correcta la motivación, pero hay otros que aún no saben como motivar a sus downline y en Up Esencia se hizo presencia de este gran problema. Debido al ingreso de algunos consultores que no contaban con experiencia en otras empresas de esta industria, el cual al momento de tener un equipo no sabían como motivar a sus downline, dejando que su Upline se encargue de ellos, sobrecargando de esta manera a los Upline con mayor experiencia.

Este es un problema que puede llevar a una empresa a tener una gran dependencia de los upline que tienen mas experiencias en este tipo de negocio, teniendo así a los downline a depender siempre de ellos, por consiguiente los upline llegarían a tener una gran saturación de su tiempo y no tendrán tiempo para ellos mismos.

Teniendo como base esta gran problemática se desarrolló una propuesta que ayudó a conocer ¿Cómo mejorar la motivación en los consultores de Up Esencia?, de esta manera se buscó como resultado el saber la motivación en los consultores de Up Esencia; para llegar a desarrollar la problemática en primer lugar se va a elaborar un programa de motivación en los equipos de trabajo de los Upline de la empresa Up Esencia.

En ello se ejecutó como objetivos específicos diagnosticar cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus consultores, luego, explicar cómo desarrolla la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo y también se necesita comprender el interés de los consultores en formar parte de Up Esencia.

Durante la elaboración de esta investigación se ha tenido como finalidad el desarrollar los conocimientos previos que se llegó a adquirir durante la vida universitaria. Para la realización de esta investigación se aplicó un estudio con enfoque cualitativo para conocer con mayor exactitud a la motivación que utilizó cada líder, el cual, tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia

o a otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su equipo.

De esta manera al concluir esta investigación, se ha podido contribuir a la mejora de los consultores para que puedan motivar correctamente a su equipo y lograr mejorar el rendimiento de sus nuevos consultores, permitiéndoles un progreso más rápido en la empresa multinivel.

La presente investigación está estructurada por el marco teórico donde se encuentra los antecedentes y las bases teóricas con las diversas fuentes de investigación, el cual ayuda a tener una mayor comprensión del tema desarrollado. Posteriormente está la metodología, allí se encuentra el tipo y nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra, criterios de selección, Operacionalización de variables, técnicas e instrumentos de recolección de datos, procedimientos, plan de procesamiento y análisis de datos, matriz de consistencia y consideraciones éticas; este capítulo permite dar a conocer sobre el desarrollo de la investigación y la forma que se llevó a cabo para poder fácilmente recolectar los datos para los capítulos siguientes que son los resultados y discusión, propuesta y recomendaciones.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

Esta investigación se realizó el estudio con antecedentes de años desde el 2005 debido a la falta de investigaciones realizadas sobre una empresa multinivel.

La motivación es un gran elemento en todas las organizaciones, de acuerdo a un estudio realizado de Aguilar (2005), que tuvo como objetivo conocer las características de las personas que han logrado el éxito en este sistema aplicadas en Herbalife y Omnilife, se encontró que el éxito se obtiene fundamentalmente de la motivación de sus consultores, el cual es un factor dependiente para mantener a las personas en estas organizaciones; ya que, hay gran cantidad de personas que dejan un negocio de multinivel por falta de motivación, creencia en ellos mismos y en el surgimiento del negocio.

Según Robert D (2008), analizó sobre “Word motivation” y concluyó su importancia en el ámbito laboral para organizaciones e individuos es innegable, debido que el éxito organizacional depende mucho de la capacidad y el incentivo personal siendo la tarea primordial el desarrollar y mantener motivados a los empleados provocando mejorar el rendimiento que contribuye a la organización.

La motivación ayuda en gran medida a incrementar el rendimiento laboral y lo cual, es importante en cualquier sistema no solo empresarial, también educativo así lo destaca Talat et.al (2012), en la investigación realizada con el fin conocer la relación entre los estilos de liderazgo transaccional y transformacional con la motivación y el rendimiento académico de los estudiantes de nivel universitario señaló, después del riguroso estudio cuantitativo se concluyó que existe un vínculo correlacionar entre los dos estilos de liderazgo con la motivación y el rendimiento, demostrado que se encuentra que los estudiantes motivados se desempeñan mejor como en comparación a los demás; esta motivación se logra asignando metas y tiempo para su asignación de ellas.

Teniendo a la motivación en una empresa multinivel, se encontró en el trabajo de Estrada Alierson (2014), en el cual realizó una tesis de grado de enfoque cuantitativo sobre Determinar cuáles son los principales factores de motivación que intervienen en la decisión de permanecer trabajando en redes de mercadeo, desde la percepción de sus integrantes donde llegó a la conclusión que el factor Económico, pese a registrarse de manera variable, prevaleció como principal fuente de incentivación en pertenecer en la industria multinivel tomadas en cuenta para este estudio,

siguiéndole en segundo lugar el Factor Familiar y en tercer lugar el Emocional y Profesional en igualdad de importancia.

Pero para que sea posible una buena motivación es importante el cumplimiento de varias expectativas del consultor, así lo señala Koroth (2014) donde se centró en entender el problema de la rotación de consultores del MLM en Kerala, mediante un estudio cuantitativo, del análisis se concluye que hay una relación positiva entre las expectativas cumplidas y el trabajo satisfacción en el negocio de MLM. El estudio muestra que las expectativas de muchos consultores de MLM aún permanecen como un sueño y por lo tanto no estaban satisfechos con su distribución actual.

La motivación es diferente en las personas; el cual, se debe tener un conocimiento profundo sobre cada uno de ellos si se desea motivar en una empresa.

Según señala **(Hiranpong, Decharin, Thawesaengskulthai, 2016)**, en su investigación que tiene como finalidad explicar los atributos de una persona potencialmente exitosa en el mercadeo en red, para lograrlo aplico un estudio cuantitativo, en donde se encontró que las personas que ingresan a este tipo de negocio es porque buscan luchar hasta tener éxito en la industria. Se sugiere que las Redes de Mercadeo implementen programas de incentivos no monetarios y de reconocimiento a nivel local o regional; logrando así provocar un esfuerzo mayor generalizado, generando mayor actividad económica para el crecimiento personal y profesional dentro de la industria multinivel.

Teniendo en cuenta la mejora del rendimiento por parte de la motivación es necesario también contar con un buen producto, ya que esto permitiera brindar mayor seguridad al consultor, permitiéndole un mayor desarrollo; de acuerdo a Kwee, Teck y Kai (2016) en el estudio que busca identificar el perfil que define al prospecto ideal en el negocio multinivel usando un enfoque mixto lo cual tuvo como resultado que el perfil de un prospecto ideal viene asociado a la capacidad emprendedora, habilidades, actitudes (entusiasmo, perseverancia y optimismo) y destrezas que logran impulsar a la persona hacia su propio desarrollo personal. También encontró para tener un alto rendimiento en el negocio es necesario el abastecimiento y el desarrollo de excelentes productos en las compañías de MLM ya que estos son importantes para retener a los clientes. Asimismo por parte del consultor es ideal un planeamiento de sus metas y el compromiso con estas.

También se vio importante proporcionar programas de capacitación relevantes con el fin de mejorar la competitividad de los consultores. Un consultor competente será un modelo a seguir para su línea descendente, debido a que éste tiene el deber de duplicar el conocimiento a sus líneas descendentes para llegar a un mayor crecimiento.

La motivación es definida por varios autores pero hay un autor en esencial que se centra también en el ámbito trascendental, siendo esta la motivación Antropológica.

Según Anaya (2015) en su tesis donde busca proponer un nuevo sistema de motivación para los trabajadores de las áreas de ventas, servicio técnico, administración y contabilidad de la empresa Nor Autos Chiclayo S.A.C aplica este estudio mediante un enfoque mixto, el cual determinó que los colaboradores de la empresa suelen centrarse mas en los motivos extrínsecos e intrínsecos y muy poco en el trascendental, es decir que existe poca ayuda entre los colaboradores. La empresa teniendo estos resultados reforzaran mas los motivos intrínsecos sobre todo en lo trascendental para lograr obtener las metas que se presenta en la empresa a travez del trabajo en equipo.

Para lograr un correcto desarrollo de la motivacion en los consultor y crear un buen ambiente en las redes de mercadeo es importante contar con un perfil adecuado de los prospectos (posibles ingresante a la red de mercadeo); según Agapito y Manay (2015) en su tesis identificar el perfil que define al prospecto ideal, para el negocio multinivel – caso Oriflame realizado mediante un estudio mixto obtuvo como resultados que el prospecto ideal cuenta con valores que generen circunstancias beneficiosas, porque entiende la importancia de aplicar principios de su vida durante el negocio, generando identificación, sentido de pertenencia, motivación y perseverancia en los miembros de su equipo de trabajo, logrando por consecuencia tener un éxito en el negocio a través del desarrollo personal y de su equipo.

2.2.Bases teóricas

Motivación

Según Hellriegel, Slocum y Woodman (1999), la motivación son fuerzas que actúan sobre una persona o en su interior y provocan que se comporte de una forma específica, encaminada hacia las metas, ya que estos afectan la productividad; mayormente la tarea de los gerentes es ayudar a tener a sus colaboradores motivados

de esta manera se logre el cumplimiento de los objetivos de la organización. Para lograr el desempeño de un colaborador es necesario la capacidad y la motivación de todo el equipo de trabajo, ya que se considera a la motivación que se puede transmitir.

Como lo señala Robbins (2013) se define como los procesos en la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo que realiza una persona para alcanzar un objetivo. Se relaciona con el esfuerzo para lograr cualquier meta, con la finalidad de reflejar el interés particular en el comportamiento relacionado con el trabajo.

Modelo básico de motivación

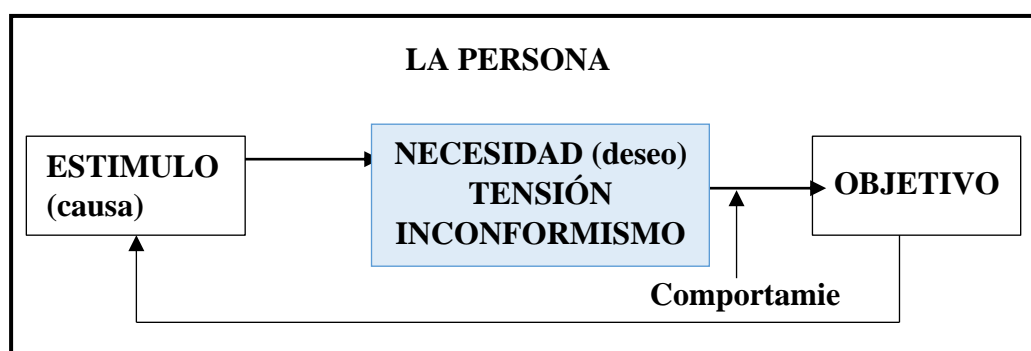


Figura 1. Modelo básico de motivación (Leavitt, 1969)

Este modelo es el mismo para todas las personas, aunque el resultado puede variar dependiendo al nivel de estímulo que se presenta, las necesidades y el conocimiento individual de cada uno.

Fuerzas que motivan (Marshall, 2001)

- ✓ La necesidad de alcanzar un logro
- ✓ El deseo vehemente de aprender
- ✓ El anhelo de contribuir

Estrategias para motivar a los subalternos

- ✓ Proveer desafíos adecuados a los colaboradores, el cual se logra dejando realizar el trabajo que se les asigna dependiendo las potencialidades del colaborador.
- ✓ Para atender el deseo vehemente de aprender, cree oportunidades de aprendizaje, lo recomendable es brindando capacitaciones a los colaboradores, permitiéndole desarrollarse cada vez más.
- ✓ Es necesario que se les asigne trabajo que tengan un cierto valor como toma de decisiones con el fin de aumentar la confianza del colaborador.

Principales Teorías de Motivación

Teoría de la jerarquía de las necesidades según Abraham Maslow

En esta teoría propuso una serie de necesidades experimentadas por la persona, así mismo lo llamo “pirámide de necesidades”, según Maslow las necesidades deben satisfacerse de inferior a posterior teniendo en cuenta su pirámide propuesta:



Figura 2. Pirámide de necesidades- Maslow (Smith, 2016)

Teoría de McClelland

McClelland se centró en el estudio basado en necesidades a base de impulsos motivacionales, donde encontró según su punto de vista cuatro necesidades piloto:

- ✓ Pertenencia
- ✓ Poder
- ✓ Competencia
- ✓ Logro

Teoría de los factores de Herzberg

Herzberg considera que existen dos factores que explican a los trabajadores motivados en una empresa:

Se creó con la finalidad de comprender el comportamiento humano y los gerentes son los que utilizan más para saber la manera como motivar a sus trabajadores y obtener una mejor productividad.

FACTORES MOTIVACIONALES (De satisfacción)	FACTORES HIGIENICOS (De insatisfacción)
Contenido del cargo (cómo se siente el individuo en relación con su CARGO)	Contexto del cargo (Como se siente el individuo en relación con su EMPRESA)
<ol style="list-style-type: none"> 1. El trabajo en sí. 2. Realización. 3. Reconocimiento. 4. Progreso profesional. 5. Responsabilidad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las condiciones de trabajo. 2. Administración de la empresa. 3. Salario. 4. Relaciones con el supervisor. 5. Beneficios y servicios sociales.

Figura 3. Teoría de los factores de Herzberg (USON , 2016)

Teoría “X” y la teoría “Y” _ MCGREGO

TEORÍA X	TEORÍA Y
<ul style="list-style-type: none"> ✓ A los seres humanos no les gusta el trabajo y lo evitaran cuando les sea posible. ✓ Deben ser obligados, controlados o amenazados con castigos para encaminar sus esfuerzos hacia la consecución de los objetivos organizacionales. ✓ Las personas prefieren ser dirigidas en vez de dirigir. ✓ El ser humano evitara responsabilidades en la medida de lo posible. ✓ El hombre común es relativamente poco ambicioso. ✓ Las personas se preocupan ante todo por su bienestar y seguridad personal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los empleados contemplan el trabajo como algo natural como el descanso o el juego. ✓ El castigo y la amenaza no son los únicos estímulos. Ejercerán autodirección y autocontrol si están comprometidos con los objetivos. ✓ Las recompensas se hallan ligadas a los compromisos asumidos. ✓ Pueden aprender a aceptar y hasta buscar responsabilidades. ✓ Imaginación, creatividad e ingenio están presentes en la mayoría de personas. ✓ El potencial humano sólo se utiliza parcialmente.

Figura 4. Teoría “X” y teoría “Y” _ McGregor (Yengle, 2010)

Teoría ERG de Clayton Aderfer

De acuerdo a Alderfer (1969) ha reorganizar la estructura piramidal de Maslow en tres grupos de necesidades básicas, que corresponden a las siglas de su teoría.

- ✓ Existencia. El grupo de necesidades que engloba las necesidades materiales y fisiológicas del individuo: comer, dormir, la seguridad de su familia, ganar dinero, llevar una vida cómoda.
- ✓ Relación. Constituido por las necesidades sociales del individuo: tener unas relaciones apropiadas con la familia, con los amigos, con los compañeros de trabajo. Ser reconocido por tu comunidad, alcanzar cierto grado de fama.
- ✓ Crecimiento: Aquí se engloban las necesidades del individuo para alcanzar la realización personal, tales como la consecución de metas, la percepción de la propia autoestima.

Motivación Según El Modelo Antropológico (Pérez López) Modificado Por (Ferreiro, Alcázar)

Según Ferreiro Alcázar (2016), la motivación de Pérez López se basa en estudiar a la persona donde coincide con la motivación extrínseca e intrínseca de Herzberg, pero añade la motivación trascendental, porque reconoce que las personas también tienen su lado más humano que le impulsa a actuar con la finalidad de ayudar a los demás. Su estudio permite de una manera clara y sencilla entender cuáles son las motivaciones de las personas que componen una organización.

Según Pérez López cada persona posee una serie de preferencias internas las que quiere lograr su cumplimiento a través de interacciones sociales. Definía tres tipos de motivaciones:

- ✓ Extrínsecos (Eficiencia): Son resultados que vienen de nuestro entorno, el cual se quiere conseguir. “tener más”. (Dinero, status, premios).
- ✓ Intrínsecos (Eficacia): Es el resultado que esperamos adquirir y que es más para el desarrollo interno de la persona, (aprendizaje, sentirse responsable de algo, el reconocimiento).
- ✓ Trascendentes (Unidad): aquellos resultados que la acción que uno realiza provoca en los demás se conoce también como la misión interna (gratitud, estima, confianza).

Empresa Multinivel

Según García Sánchez (2004) los negocios multinivel, también conocidos como negocios de marketing multinivel o de network marketing, es un tipo de negocio moderno conformados por un conjunto de consultores que se encuentran en forma de red, el cual generan ingresos a través de la venta directa de productos o a través de afiliaciones de nuevos miembros para la organización.

De acuerdo a Maisterrena (2014) denomina que los Negocios Multinivel, tienen la cualidad esencial de tener dos aspectos fundamentales para el desarrollo de sus actividades comerciales. Cuando se habla de multinivel se piensa en dos modelos de negocios: Venta Directa y Creación de Redes. En este estudio se menciona exclusivamente al Marketing Multinivel (también conocido como Network Marketing).

✓ La venta directa

Consiste en vender al consumidor final el producto o servicio que la empresa ofrece, por lo tanto el consultor no solo debe vender, también apoyar a sus consultores a lograr realizar más ventas y, obteniendo un porcentaje por cada venta realizada por el consultor y por sus downline.

✓ Creación de redes

La empresa aparte de brindar ganancias a través de las ventas directas, también se encuentran a futuros consultores para que ayuden a hacer lo mismo con la finalidad de crear una red y obtener regalías por las actividades que se van realizando constantemente

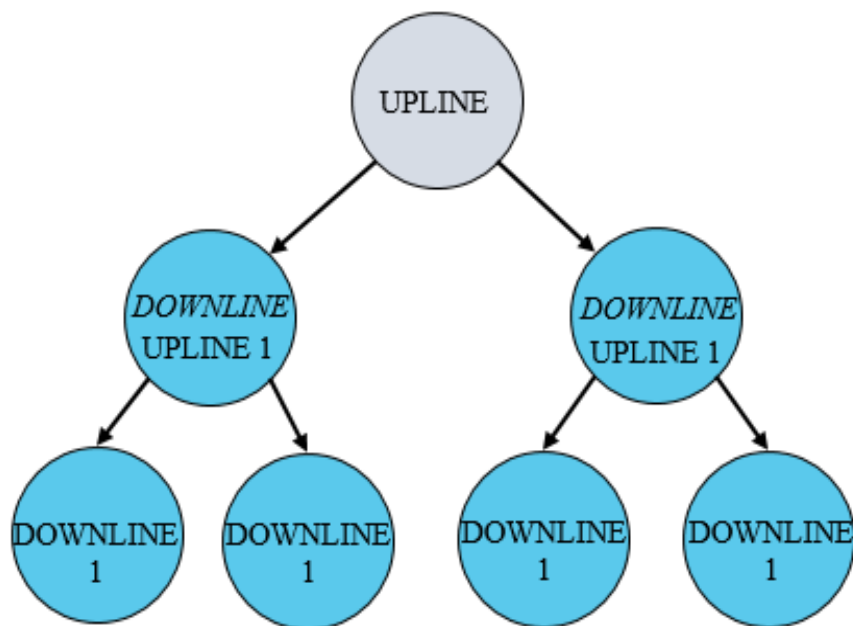


Figura 5. Creación de red

III. Metodología

3.1. Tipo y nivel de investigación

Considerando el estudio y la dependencia de los objetivos a las cuales se planteó, se realizó un enfoque cualitativo con un nivel exploratorio, tipo aplicada. Según lo mencionado por Fernández C, Bartista P. (2014), se conoce como un nivel exploratorio a la investigación que se centra en examinar un tema poco estudiado o novedoso y es de tipo aplicada, porque busca conocer la realidad para aplicar los conocimientos adquiridos en la investigación de un problema aplicado en la empresa a estudiar.

Según Quecedo y Castaño (2003), este enfoque permitió obtener resultados subjetivos a través de la realización de un estudio por entrevistas y colaborado por la observación para asegurar un mayor acercamiento de la realidad que se tiene con respecto a la motivación para una mejora del rendimiento en las organizaciones multinivel. En la investigación cualitativa, se llegó a analizar (texto, observar, recoger un hecho, un episodio) con un marco general teórico. Los estudios cualitativos logran explorar sistemáticamente las características de las variables y fenómenos (con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre fenómenos o comparar los constructos y postulados generados a partir de fenómenos observados en distintos contextos), así como el descubrimiento de relaciones causales, pero evita asumir constructos o relaciones a priori.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental, ya que según señaló Fernández C, Bartista P. (2014) menciona que no se manipula la realidad para cambiar la situación en la que se presenta, solo es un estudio donde se observa y analiza de acuerdo a su estado actual. Se trabajó un estudio de caso aplicando la investigación en una empresa multinivel de gran crecimiento en el cual, la motivación es un gran factor determinante para sus consultores.

Actualmente se presenta un crecimiento acelerado en el ingreso de nuevos consultores en el departamento de Lambayeque a la empresa UP ESENCIA;

mencionando de esta manera que se hará uso de estudios o sucesos ocurrido al 2018, aplicando en la investigación el tipo de diseño transversal.

3.3.Población y Muestra

✓ Población

En el presente trabajo de investigación se ha tenido en cuenta a la población de alrededor de 150 consultores de la empresa multinivel Up Esencia en Lambayeque mayo 2018, incluyendo en la población varones y mujeres de diversas edades.

✓ Muestra

La muestra lo definió el investigador por 20 personas de Up Esencia, el cual 6 pertenecen a los Downline recién ingresantes al negocio, 6 más a los Upline que se encuentran con pocos resultados, también 6 Upline los cuales presenten un buen rendimiento y mejores resultados en Up Esencia según los rangos que desempeñan cada uno en dicha empresa.

✓ Muestreo no probabilístico tipo por cuotas

El estudio utilizó un muestreo no probabilístico del tipo por cuotas, se dice no probabilístico porque la muestra fue elegida según el criterio del investigador, siendo también esta investigación cualitativa un poco más exigente con la muestra ya que se tiene que aplicar entrevistas de manera rigurosa.

3.4.Criterios de selección

Se tomó como población a los consultores de Up Esencia de Lambayeque que a la fecha de mayo 2018 se tuvo en cuenta que eran aproximadamente 150 consultores, entre ellos varones y mujeres incluyendo como población en esta investigación debido a que en este tipo de industria no hay diferencia en las actividades por género, teniendo ambos la misma oportunidad de obtener éxito, no se discrimino a ningún consultor porque todos cuentan con la misma oportunidad.

Se trabajó con la empresa Up Esencia por las facilidades de información, y el conocimiento del negocio por parte del investigador, ya que mantiene conocimiento de los consultores, lo cual fue de gran ayuda al momento de realizar las entrevistas, este conocimiento permitió contar con información más acertada y valiosa.

Se hizo uso del muestreo por cuotas, el cual, según Pimenta 2012, considera que este tipo de muestreo tiene la principal particularidad de que el investigador seleccione su muestra de acuerdo a determinadas características según sea determinado; agrupándolos a los objetos de estudio de acuerdo a determinadas características, según lo requiera la investigación.

Aplicando el muestreo por cuotas, se agrupó a los consultores en tres grupos distintos, para facilitar la investigación por parte del investigador.

Teniendo en cuenta la información; en el primer grupo está conformado por 6 Upline que se desarrollen de mejor manera y tengan facilidad para motivar a su red, el cual, permitió tener información de una persona más experta y con mejores habilidades para la motivación.

También, se necesitó recolectar información de 6 consultores que tienen un lento crecimiento en Up Esencia para saber en qué está fallando y que le ayudaría a mejorar, finalmente 6 downline que ingresan recientemente porque de esta manera permitió estudiar y saber por qué ingresaron teniendo en cuenta sus intereses en formar parte de la empresa.

Aplicado el muestreo por cuotas ayudó a conseguir datos mucho más valiosos, porque facilitó el análisis de diversos puntos de vista, obteniendo la mejor información para la investigación.

3.5. Factores de Análisis

Factores de Análisis	Criterios de Evaluación	
	ENTREVISTA	OBSERVACIÓN
<p>MOTIVACIÓN SEGÚN EL MODELO ANTROPOLÓGICO (PERÉZ LÓPEZ): Según Ferreiro Alcázar (2016), la motivación es el impulso que tiene una persona para la realización de una acción, Pérez López menciona que una persona puede tener 3 tipos de motivación extrínseco, intrínseco y añade la motivación trascendente, porque reconoce que las personas también tienen su lado más humano que le impulsa a ayudar a los demás</p>	OBJ 1: Diagnosticar cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus consultores.	
	EXTRÍNSECO	¿Cuáles son los beneficios económicos que brinda el corporativo?
	INTRÍNSECO	¿Cómo te motiva el corporativo para lograr tus resultados?
		¿Consideras importante la motivación en la empresa? ¿Por qué?
	TRASCENDENTE	¿Cómo el corporativo incentiva al trabajo en equipo?
		¿Crees que influye el trabajo del corporativo en la motivación de tu equipo? ¿Por qué?
	OBJ 2: Explicar cómo desarrollan la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo.	
	EXTRÍNSECO	¿Qué beneficios, te motiva a seguir en Up Esencia?
	INTRÍNSECO	¿Cuáles consideras que son las principales cualidades para que un Upline inspire a sus Downline?
		¿Utilizas alguna técnica para motivar al prospecto y lograr incorporarle a tu equipo?
	TRASCENDENTE	¿Cómo motivas a tu equipo para que obtenga mejores resultados?
	OBJ 3: Comprender el interés de los consultores en formar parte de Up Esencia.	
	EXTRÍNSECO	¿Qué te incentiva a vender?
	INTRÍNSECO	¿Qué es lo que te motiva a seguir en Up Esencia?
TRASCENDENTE	¿Cómo te relacionas con tu equipo?	

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para esta investigación se utilizó las técnicas como la entrevista y la observación, el cual fueron de gran utilidad para la resolución del problema de investigación, siguiendo el enfoque cualitativo que se desarrolló; la entrevista es definida según Hernández, Fernández, Baptista (2014), es una reunión donde se encuentran, el investigador para recolectar información y el entrevistado quien es la persona que brindó la información; las entrevistas pueden ser estructuradas, semi-estructuradas y no estructuradas o abiertas.

Para la aplicación de la entrevista se realizó de tipo semi-estructurada, debido a que se basa en la realización de la entrevista haciendo uso del instrumento de una guía de entrevista con las preguntas a aplicar, pero queda en libertad para la introducción de preguntas adicionales para puntualizar en algunos conceptos o añadir información útil para la investigación.

El cual al utilizar una entrevista semi-estructurada se hizo uso como instrumento una guía de entrevista; de esta manera, fue de gran utilidad porque permitió al entrevistador ampliarse y poder recolectar información mucho más acertada y completa, también permitió recolectar información útil para la investigación que no se tuvo en cuenta, ya que la finalidad principal de este tipo de instrumento es que ayuda al desarrollo de los objetivos de investigación.

Las entrevistas se realizó haciendo uso de un instrumento que es la guía de entrevista que fue diseñada para obtener información de los mejores consultores de Up Esencia.

La guía contó con doce preguntas establecidas en un orden adecuado comenzando con pregunta un poco leves para dar apertura a la entrevista creando un buen contacto con el entrevistado, pero inicialmente se aplicó dos entrevistas piloto para que permita ver qué puntos agregar o que puntos quitar según la fluidez de la entrevista, ayudando a disminuir el sesgo de un déficit de información o extremada información no útil.

Para la ejecución de esta técnica se hizo uso de instrumentos de material de audio; utilizando estos instrumentos se espera la obtención de la información necesaria para el desarrollo de los objetivos de la investigación.

Para la disminución de sesgos se realizó las entrevistas de manera personal y en un lugar tranquilo libre de distracciones para el entrevistado, hablándole de manera

cordial y siendo totalmente empática con ellos para una mejor comprensión y evitar cualquier sesgo que se puede dar en los resultados.

3.7.Procedimientos

En el procesamiento, primero se llevó a cabo la observación que se realizó en la fecha según el cronograma (Anexos), haciendo uso también de Word para el procesamiento de los datos encontrados.

Esta observación, se tomó en cuenta para detectar a las personas que tienen un mayor desempeño al motivar a su equipo, siendo esta técnica de mucha ayuda para proceder a la selección de personas que pueden ser futuros candidatos para el desarrollo de la entrevista; se realizó una selección de los consultores de la empresa Up Esencia que muestren un mejor desempeño, seleccionando a través de los rangos que ellos tienen en la empresa, fue seleccionado de mayor rango a menor rango y también se consideró según la manera en que trabajaban, observado con anterioridad por el investigador; de la misma manera se realizó la selección de los consultores con menos de 2 meses en la empresa.

Luego se armó la lista y se comenzó a contactarlos para informarles de la investigación a elaborar con lo que se logró agendar una reunión en un lugar tranquilo y cómodo, tanto para el entrevistado como para el investigador, se llevó a cabo en los días del mes de noviembre del 2018.

En la entrevista, se contó como material una guía de entrevista semi-estructurada para tener una base de las preguntas a desarrollar y si durante la entrevista surgía otra pregunta, se haría una incorporación en la guía, esto dependía de la dirección que tomaba la entrevista. Para comenzar se explicó al entrevistado como se llevaría a cabo la entrevista, posteriormente se le presentó el permiso de confidencialidad donde el entrevistado decidió o no participar para la investigación, en caso de aceptar se procedió al inicio de la entrevista realizadas en el orden establecido que se presenta en la guía, pero se encuentra disponible para incluir otra pregunta que pueda ser útil para la investigación, todo depende del ritmo que va siguiendo la entrevista.

De esta manera, se realizó las 18 entrevistas establecidas por lo máximo, ya que no se tenía una cantidad fija debido a que, si las respuestas empiezan a repetirse uno con el otro ya no se continuó realizando más entrevistas. Cabe resaltar que cada entrevista fue grabada con la finalidad de contar con toda la información que

brindaban los participantes, hasta el mínimo detalle. De esta manera se redujo el sesgo por una mala interpretación de resultados.

3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos

Para el plan de procesamiento y análisis de los datos se ha tenido en cuenta una base de datos donde se registró a cada entrevistado con su nombre y el número de entrevista realizada, con la finalidad de contactarlo nuevamente si algún punto no fue claramente dicho, o para evitar futuros problemas ya que teniendo estos datos permitió tener en orden lo que es el permiso de confidencialidad, firmada por el participante y el audio registrado.

Asimismo, se realizó la transcripción del audio de las entrevistas realizadas, para acelerar este proceso de transcripción se hizo uso del programa de Google Drive utilizando la herramienta: escribir por vos. Al utilizar este programa ahorró bastante tiempo pero, demandó una verificación de una correcta transcripción, y la inserción de los signos de puntuación, ya que el programa no lo realizaba.

Al finalizar se utilizó estas transcripciones para combinar todas las entrevistas en el programa NVivo. Para hacer un uso adecuado de este programa se comenzó con una capacitación brindada en la USAT y también por documentos de información que se encontró en Google, de esta manera sirvió para hacer uso adecuado del programa reduciendo los sesgos por algún error que se pueda cometer. Este programa sirve para unir las ideas similares que tiene un entrevistado con el otro, el cual facilitó para sacar conclusiones.

Teniendo los resultados, se sacó las conclusiones de acuerdo a los objetivos señalados ya que todas las entrevistas dan pasé al desarrollo de todos los objetivos.

3.9. Matriz de consistencia

Problema Principal	Objetivo	Hipótesis	Factores de Análisis	Criterios de Evaluación	
	Principal				ENTREVISTA
En las empresas multinivel la motivación se ha determinado como un factor importante para mejorar el rendimiento de los distribuidores, sin embargo hay distribuidores que no logran tener los resultados que esperaban debido a que no saben cómo motivar adecuadamente a su equipo, esperando siempre que su patrocinador se encargue de ellos.	Elaborar un programa de motivación de los equipos de trabajo de los Upline de la empresa Up Esencia.		MOTIVACIÓN SEGÚN EL MODELO ANTROPOLÓGICO (PERÉZ LÓPEZ)	OBJ 1: Diagnosticar cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus consultores.	
¿Cómo mejorar la motivación en los distribuidores de Up Esencia?	Objetivos Específicos			EXTRÍNSECO	¿Cuáles son los beneficios económicos que brinda el corporativo?
				INTRÍNSECO	¿Cómo te motiva el corporativo para lograr tus resultados?
	¿Consideras importante la motivación en la empresa? ¿Por qué?				
Problemas Específicos				TRASCENDENTE	¿Cómo el corporativo incentiva al trabajo en equipo?
					¿Crees que influye el trabajo del corporativo en la motivación de tu equipo? ¿Por qué?
¿Cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus distribuidores?	Diagnosticar cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus distribuidores			OBJ 2: Explicar cómo desarrollan la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo.	
¿De qué manera desarrollan la motivación los Upline hacia su equipo?	Explicar cómo desarrolla la motivación los Upline hacia su equipo.			EXTRÍNSECO	¿Qué beneficios, te motiva a seguir en Up Esencia?
				INTRÍNSECO	¿Cuáles consideras que son las principales cualidades para que un Upline inspire a sus Downline?
	¿Utilizas alguna técnica para motivar al prospecto y lograr incorporarle a tu equipo?				
¿Cuál es el interés de los Distribuidores en formar parte de Up Esencia?	Comprender el interés de los distribuidores en formar parte de Up Esencia.	TRASCENDENTE	¿Cómo motivas a tu equipo para que obtenga mejores resultados?		
Diseño de Investigación	Población / Muestra	Tipo de investigación	OBJ 3: Comprender el interés de los consultores en formar parte de Up Esencia.		
No experimental	Población 150 distribuidores up en Lambayeque.	Enfoque: Cualitativo	EXTRÍNSECO	¿Qué te incentiva a vender?	
Transversal	Muestra no probabilística.	Tipo: Aplicada	INTRÍNSECO	¿Qué es lo que te motiva a seguir en Up Esencia?	
	Muestreo por cuotas	Nivel: Exploratorio	TRASCENDENTE	¿Cómo te relacionas con tu equipo?	

3.10. Consideraciones éticas

El mundo de la investigación está lleno de maravillas, donde se realizan múltiples descubrimientos acerca de la sociedad, las personas, considerando al entorno en general; para ello, se formaron una serie de reglas y parámetros que se tienen que respetar; en esta investigación no es la excepción, debido a que se trabajó con personas para llegar a desarrollar el objetivo general.

Para respetar los parámetros y cuidar a las personas con las que hemos trabajado se desarrolló un documento llamado “consentimiento informado”, en el cual, se le presenta al participante la autorización formal para que forme parte de las entrevistas, detallando el objetivo de la investigación, también se solicitó que declare si acepta que su nombre se mencione o no, en la investigación.

De esta manera respetaremos la intimidad de los participantes evitando que salga perjudicado de una u otra forma. Es oportuno mencionar que los participantes fueron informados de los resultados que se llegó a obtener, para que lo hagan uso de ella y logren mejorar en la empresa Up Esencia.

IV. Resultados y discusión

Los resultados obtenidos en esta investigación se presentara de acuerdo a las encuestas realizadas es decir, mostrándose por objetivos de acuerdo a cada factor de estudio (Downline, Upline y Upline Líder).

4.1. Diagnosticar cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus consultores

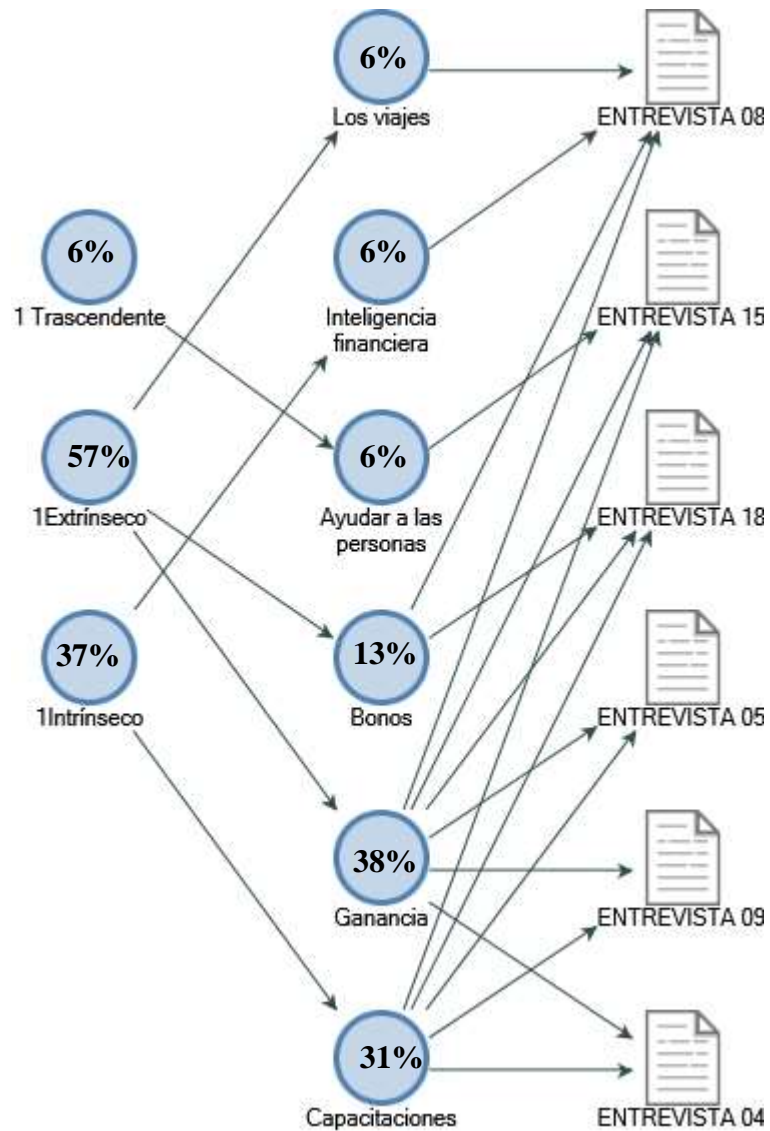


Figura 6. Motivación del corporativo de Up Esencia a sus consultores, según Downline

Según los Downline se sienten más motivados por el corporativo en su preferencia del 57% de forma extrínseca, poniendo hincapié que entre ellos las ganancias son de su mayor prioridad, debido a que cada producto tiene un descuento del 50%, lo cual la mayoría de los Downline se sienten animados por el corporativo con esta

ganancia representado por el 38% de los entrevistados, donde indican que les permite disfrutar del 100% de rentabilidad; como otra fuente de motivación que brinda el corporativo es a través de los bonos que otorga la empresa, por que más que un nombre o un premio monetario representa un logro que les posiciona mucho más alto, según Tabla 1. Según lo observado a los consultores que llegan a un determinado bono por rango le otorgan un pin como símbolo de logro y reconocimiento ante los demás, tratan de entregar este reconocimiento en los eventos mensuales que realizan.

Tabla 1

Bonos presentados en Up Esencia

BONO	REQUISITO
Bono E-Commerce	Ganancia del 30%, 50% o 70% sobre las ventas en tu oficina virtual, según pack adquirido.
Bono de Expansión	Gana de 10-400 soles por cada nuevo emprendedor de tu red, en 6 generaciones.
Bono de Upgrade	Gana por la migración de un consultor de tu equipo a un nuevo pack, dentro de los 90 días.
Bono de Activación	Recibe S/.10 por la activación de cada socio de tu equipo, pago hasta la 5 generación.
Bono Royalties	Ganancia por los puntos que realizan mensualmente tú y tu equipo.
Bono Binario	Gana de 10% a 20% del total de puntos generados en tu equipo menor.
Bono de Liderazgo	Gana de 1% a 3% para diamantes o rangos superiores que forman nuevos diamantes en tu equipo.
Súper Bono	Los consultores calificados al nivel Royal reciben 1% de toda la facturación de su organización.
Bono de Consumo	Gana S/.10 por cada vez que un consultor de tu equipo adquiera un producto de consumo como el Batido Up.
Bono de Expansión Consumo	Recibe S/30 por cada persona nueva adquiera el producto de Consumo + Licencia del escritorio virtual Up

El corporativo también motiva de forma extrínseca a sus consultores a través de los viajes que también hicieron mención el 6% de los downline que se pueden ganar debido a que, son viajes de lujos y sin costo alguno, viajes donde incluye todas comodidades A1 en los diversos lugares, junto a otros consultores que lograron cumplir con la meta asignada, según tabla 2.

Tabla 2

Viajes todo pagado en Up Esencia

VIAJES	REQUISITO
Viaje RESORT	Ejecutivo Senior
Viaje CRUCERO	Diamante Ejecutivo
Viaje CANCÚN	Doble Diamante
Viaje DISNEY	Elite
Viaje HAWAII	Elite Emerald
Viaje PARIS	Elite Diamond
Viaje BORA BORA	Black Diamond
Viaje EURO TOUR	Royal

Teniendo en cuenta la motivación intrínseca brindada por el corporativo representada por un 37%, los Downline les impulsa al logro de sus resultados la educación que les ayuda a obtener la inteligencia financiera y sobre todo las capacitaciones teniendo una importancia del 31% por parte de los downline, las capacitaciones que brinda la empresa son con buenos mentores y líderes de este tipo de industria para desarrollar habilidades blandas, capacitaciones mensuales y según la obtención de algún rango según se muestra en la tabla 3, en gran cantidad los downline opinaron que este es una de las principales actividades que realiza el corporativo donde motiva a gran cantidad de consultores.

Up Esencia también brinda una motivación trascendente a un bajo nivel como 6% debido a que, se enfoca en ayudar a las personas a través de la realización del negocio siendo una oportunidad de generar ingresos extras, por lo que muchos socios se consideran satisfechas, porque invitando a otras personas a este negocio le ayudan a mejorar su estilo de vida.

Tabla 3.

Rangos de la empresa Up Esencia

STAR	1,000 PTS	S/. 800
STAR PLUS	4,000 PTS	S/. 1,200
EJECUTIVO	9,000 PTS	S/. 3,000
EJECUTIVO SENIOR	14,000 PTS	S/. 6,000
DIAMANTE EJECUTIVO	25,000 PTS	S/. 10,000
DOBLE DIAMANTE	50,000 PTS	S/. 20,000
ELITE	100,000 PTS	S/. 30,000
ELITE EMERALD	200,000 PTS	S/. 120,000
ELITE DIAMOND	400,000 PTS	S/. 200,000
BLAC		
ROYA		

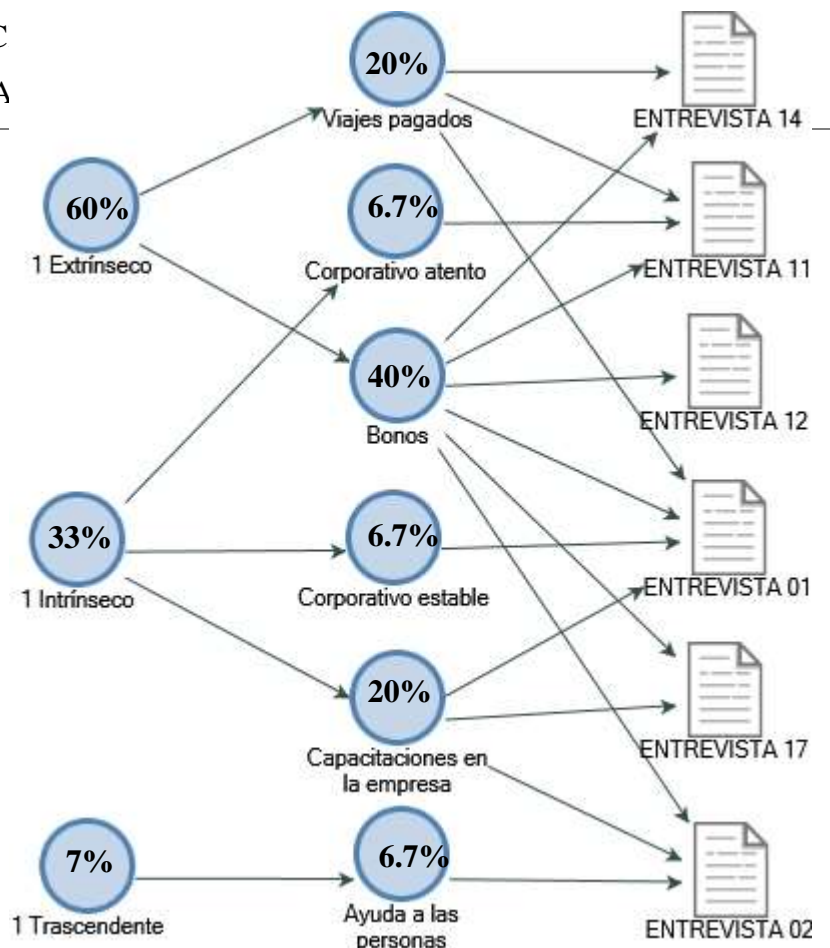


Figura 7. Motivación del corporativo de Up Esencia a sus consultores, según Upline

Según los Upline, ellos se sienten atraídos mucho más por motivación extrínseca que presenta el corporativo con un 60% de preferencia, entre los cuales los bonos según tabla 1 es el principal ingreso con 40% de preferencia que los incentiva más

a los Upline a comparación que a los Downline, les motiva la ganancia por producto. También les incentiva los viajes al 20% de los entrevistados, presentados según tabla 02, porque son todo pagado, con instalaciones de lujo, por los cuales luchan constantemente aumentando sus ventas y obtener más consultores en su línea descendente para poder lograr los beneficios.

Los Upline también mencionaron que las capacitaciones mensuales y las grandes capacitaciones que se realizan en tiempos más prolongados que lo brinda el corporativo, con ponentes que son los mejores consultores de Up Esencia, trayendo a expertos sobre el tema, donde brindan capacitación acerca de la empresa, técnicas de venta, los sueños, estrategias de crecimiento, como realizar una buena presentación de negocio, trabajo en equipo, liderazgo, entre otros; estas capacitaciones son una manera que el corporativo les motiva para lograr sus objetivos que tienen establecidos; mencionando de la misma manera que lo que ayuda a estar en Up Esencia, es que ellos cuentan con un corporativo atento y estable, el cual les permite mejorar sin tener problemas con la empresa.

También se sienten motivados trascendientemente por el corporativo porque de igual manera que los Downline les gustan que gracias a la empresa puedan ayudar a más personas a mejorar su calidad de vida, mejorando ellos y ayudando a los demás a través de la invitación a esta empresa

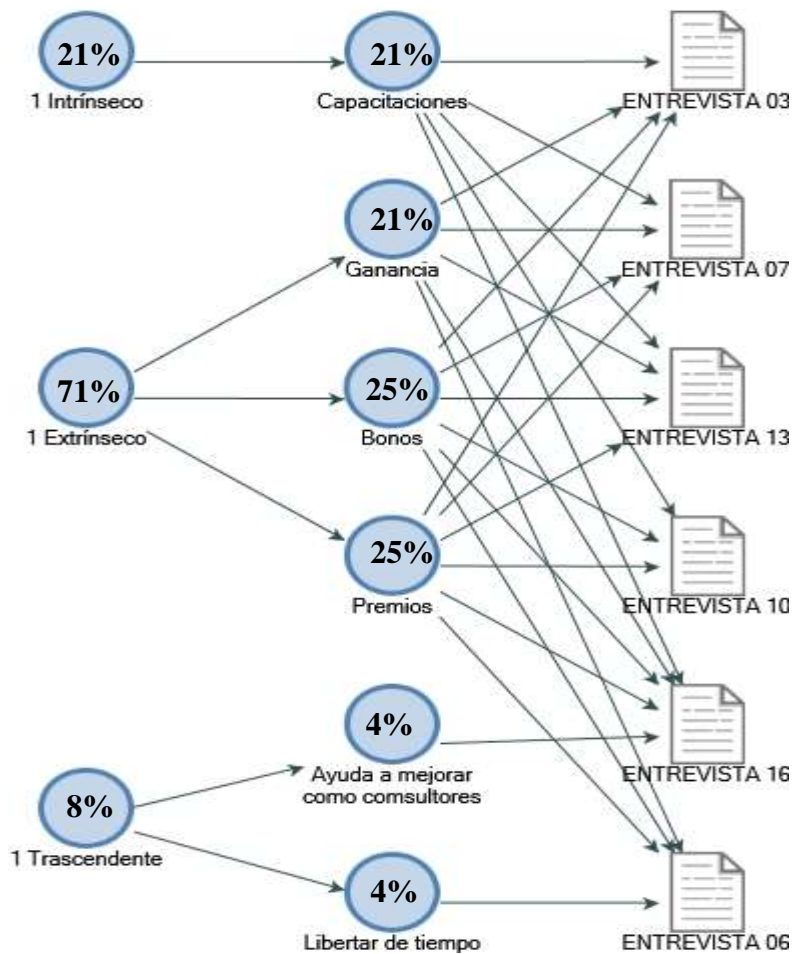


Figura 8. Motivación del corporativo de Up Esencia a sus consultores, según Upline Líder

Según los Upline con mejores resultados, afirman que se sienten motivados por el corporativo mucho más extrínsecamente en más del 70%, donde a través de los bonos que brinda la empresa según tabla 1, también les motiva por las ganancias con un 21% de aprobación debido a las altas ganancias de cada producto. A comparación que a los demás entrevistados, los Upline Líderes afirman que a ellos también les motiva los diversos premios que brinda la empresa según tabla 4.

Los Upline Líderes se sienten motivados intrínsecamente en un 21% por el corporativo a través de las capacitaciones que se brindan de los temas ya antes mencionado, es en donde ellos más se motivan y sienten que gracias a eso le permite tener los resultados que presentan actualmente.

También se sienten motivados por el corporativo, porque gracias a la empresa pueden tener libertad de tiempo para pasar con sus familias, ya que en la empresa no tienen horario de trabajo, ni restricciones de tiempo, el cual le agradan a muchos

consultores; también pueden ayudar a mejorar a sus compañeros que entran en su equipo a seguir escalando por mejores rangos.

Tabla 4

Premio que brinda Up Esencia

PREMIO	REQUISITO
Hyundai HB20 o Toyota Etios	Doble Diamante
Corolla o Civic + Lapicero Mont Blanc	Elite
Mercedes + Reloj Mont Blanc	Elite Emerald
BMW + Anillo	Elite Diamond
Jaguar + Reloj Rolex	Black Diamond
Ferrari, Lamborghini o Helicóptero + Anillo de Diamante	Royal

4.2. Explicar cómo desarrolla la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo

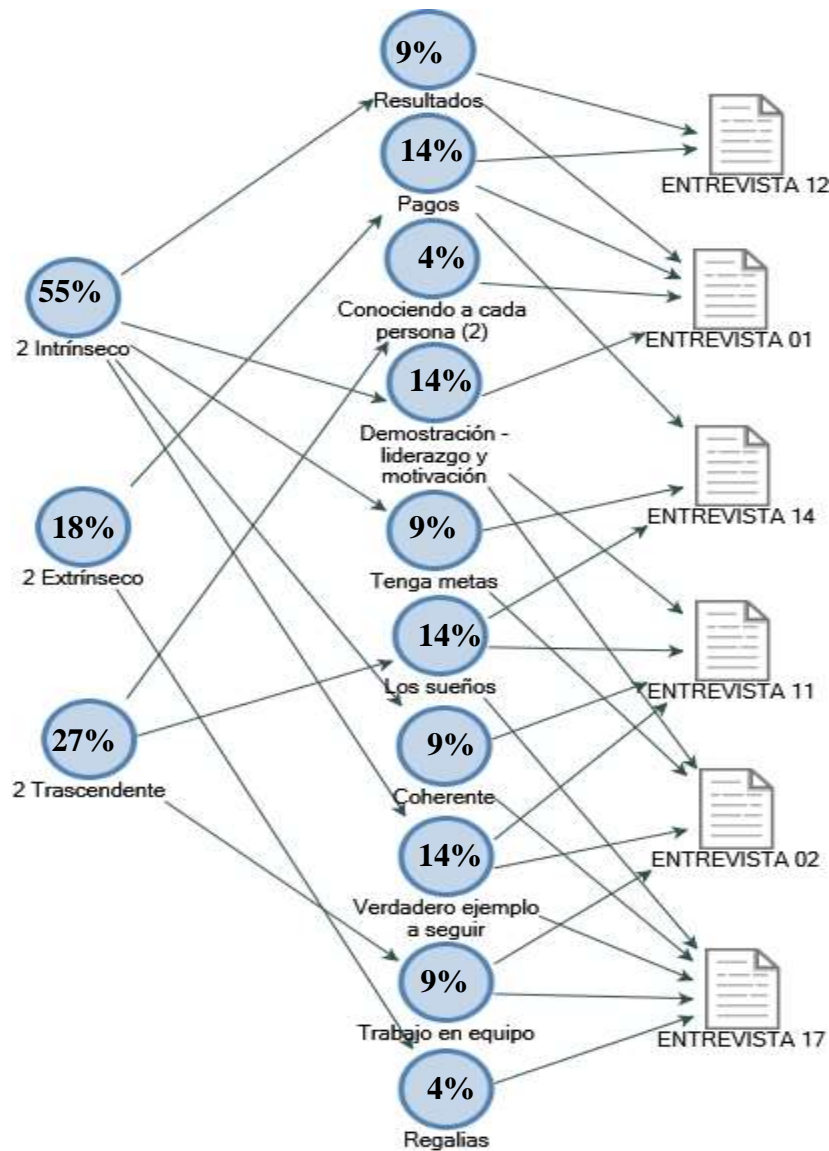


Figura 9. Desarrollo de la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo, según Upline

Según los Upline motivan a su equipo de trabajo por los beneficios extrínsecos en un 18%, lo cual les impulsa a seguir en Up Esencia son los pagos que reciben como los bonos especificados en la tabla 1, también se encuentran motivados por las regalías que pueden tener a largo tiempo, por ende incentivan a su equipo y lo ayudan para que puedan mejorar para lograr los beneficios que brinda la empresa.

Los entrevistados opinan que principalmente motivan a su equipo intrínsecamente en un 55%, que pueden ser a través de las cualidades para que un Upline inspire a sus Downline es que ellos tengan resultados dentro de la empresa, enseñando con la demostración, ya que, ellos no pueden pedir resultados cuando como líderes no

tienen resultados; los Upline deben ser buenos líderes y sobre todo que tengan metas; también mencionan que deben ser un verdadero ejemplo a seguir mostrando ser coherentes con sus acciones de acuerdo a lo que ellos mismos enseñan.

Los Upline también motivan a su equipo a obtener mejores resultados, conociendo a cada persona para que sepa como motivarlo, saber cuáles son sus sueños para que se trace metas, ya que son el motor de cada miembro de equipo de los Upline; también mencionan que el trabajo en equipo ayuda mucho a las personas a mejorar y obtener más resultados, debido a que se sienten aceptados y se sienten más capaces que hacerlo solos.

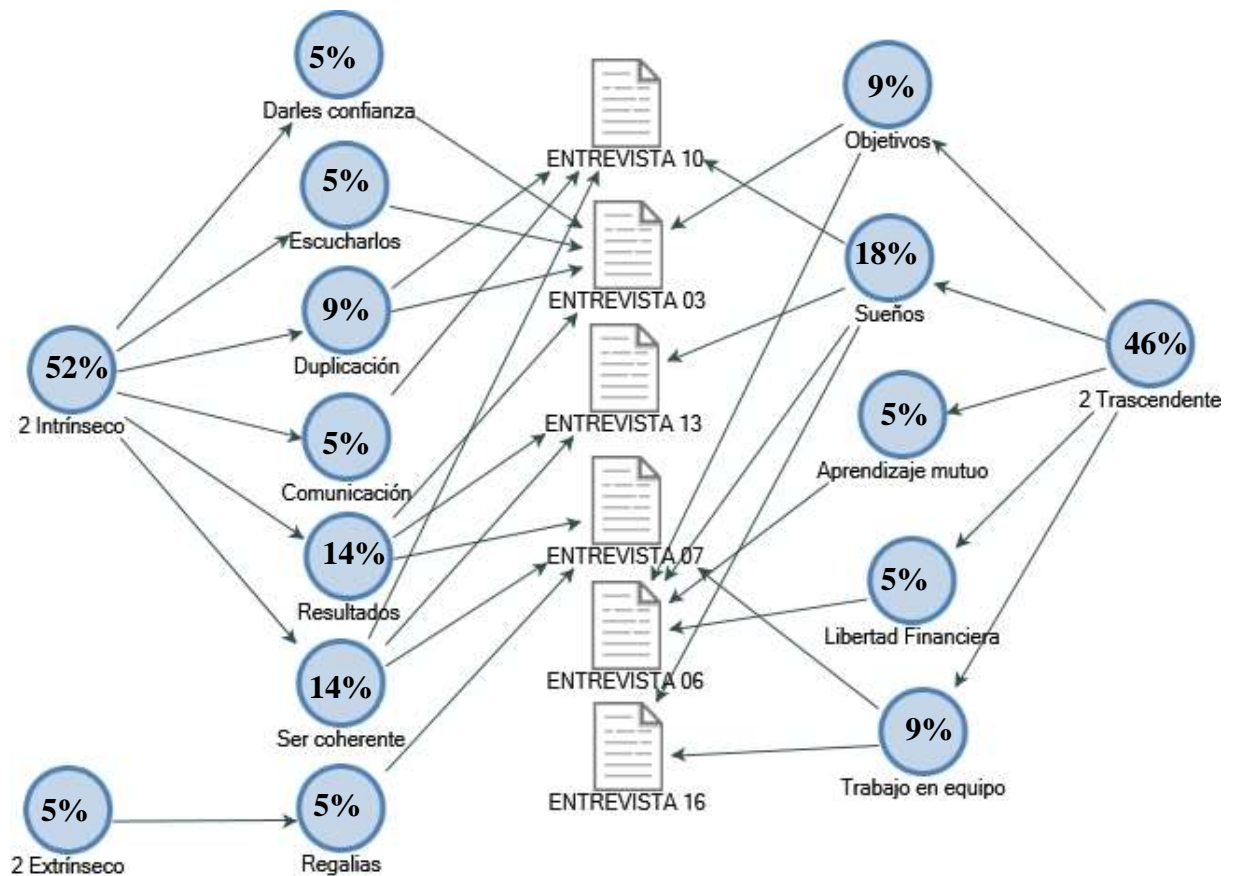


Figura 10. Desarrollo de la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo, según Upline Líder

Según los Upline líderes, ellos motivan a su equipo con los beneficios extrínsecos pero en poca intensidad, enfocándose sobre todo a las regalías, lo cual mencionaron ser agente principal de la obtención de recursos por que les permite asegurarse financieramente a futuro y lo ayudan para que puedan mejorar para lograr este beneficio que la empresa brinda. A comparación que los Upline recientes, ellos más les motivan las regalías, el cual es el pago constante que se realiza al consultor

beneficiado por parte de la empresa como reconocimiento por toda su red creada, para acceder a este beneficio simplemente tiene que estar activo con un mínimo de 50 puntos.

Pero más del 50% mencionaron que animan a su equipo de trabajo a través de lo intrínseco, las principales cualidades para que un Upline inspire a sus Downline es brindando confianza, escuchando, para que sea una buena comunicación; que los líderes dupliquen bien su aprendizaje que adquieren a través de las capacitaciones o experiencias, también saben que los resultados son importantes para poder inspirar a su equipo siendo coherentes.

Según los Upline motivan a su equipo a obtener mejores resultados, como se mencionó, trazando metas de acuerdo a sus sueños; también mencionan que el trabajo en equipo ayuda mucho a las personas a mejorar y obtener más resultados.

4.3. Comprender el interés de los consultores en formar parte de Up Esencia

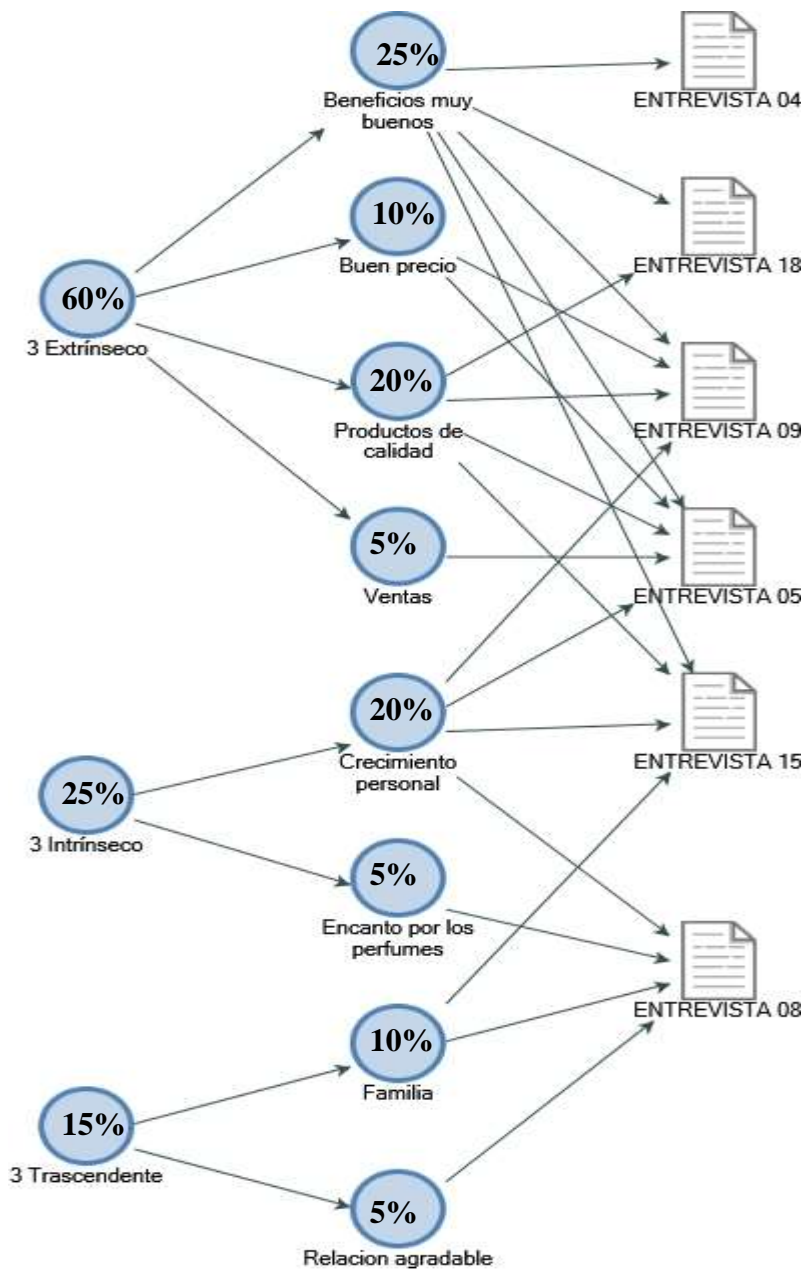


Figura 11. Interés de los consultores en formar parte de Up Esencia, según Downline

Los downline tienen el interés en formar parte de Up Esencia por los diversos motivos que les presenta la empresa, principalmente por motivación extrínseca el cual lo prefieren en un 60%, entre los cuales los Downline les incentiva las ventas debido a su ganancia, el cual son beneficios muy buenos para los consultores ya que encuentran a buen precio y sobre todo productos de calidad. De acuerdo a lo observado, había entrevistados que únicamente les encanta las ganancias de empresa y los impulsan a ellos las ventas porque es un recurso más rápido de obtener ingresos.

Lo que les motiva a seguir en Up a los Downline es el crecimiento personal que tienen gracias a las capacitaciones que reciben por sus Upline y por personas exitosas en el rubro en temas que los ayuda a crecer y mejorar en la industria. También porque tienen gusto por el aroma de los perfumes, ya que en Up Esencia comercializa perfumes franceses para todos los gustos como son florales, frutales y dulces, tanto como para mujeres y para varones. Estas esencias lo tienen los principales perfumes como Carolina Herrera, Hugo Boss, Christian Dior, Britney Spears, Cacharel, Paco Rabane, Gabriela Sabatini, Gucci, Lancome, Giorgio Armani, etc; esto es posible debido a que Up firmo convenio con la empresa Francesa Mane para distribuir y comercializar las mismas esencias que las grandes marcas, pero de una manera directa hacia los consumidores, ahorrando costos de comercialización, permitiendo tener precios más accesibles que las grandes marcas cambiando el nombre; teniendo en cuenta que los sabores y aromas no se pueden patentar.

Los Downline se sienten motivados en forma trascendente a seguir en Up Esencia porque se relacionan con su equipo de manera agradable, tratándose como familia, porque saben que pueden contar entre ellos.

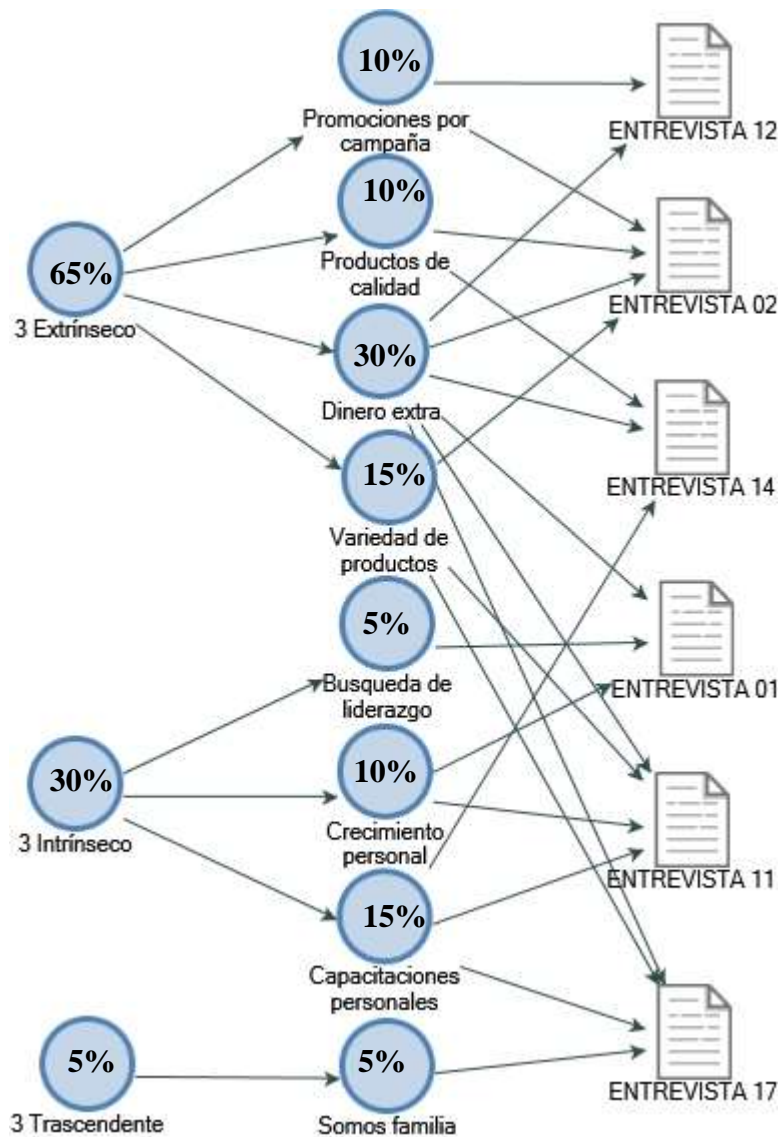


Figura 12. Interés de los consultores en formar parte de Up Esencia, según Upline

Los Upline tienen interés en formar parte de Up Esencia porque se motivan más de forma extrínseca en un 65%, en el cual les agrada la idea de poder estar en la empresa para contar con un ingreso extra sin dejar de hacer las actividades que realizan, también porque Up brinda promociones por campaña que les permite a los consultores aprovechar para obtener un beneficio mayor, presentando productos de calidad y gran variedad.

Los Upline se motivan de forma intrínseca a seguir en Up Esencia porque logran un crecimiento personal debido a las capacitaciones que encuentran información que les permite desarrollarse y ayudar a su equipo a crecer en la empresa; también encuentran el liderazgo que llevan en ellos, que logran desarrollar por las

capacitaciones personales que les brinda sus Upline, donde en constante preparación aprenden a ser buenos líderes.

Ellos tienen interés en formar parte de Up Esencia por la relación de cercanía que tienen con su equipo y porque en Up se sienten como familia.

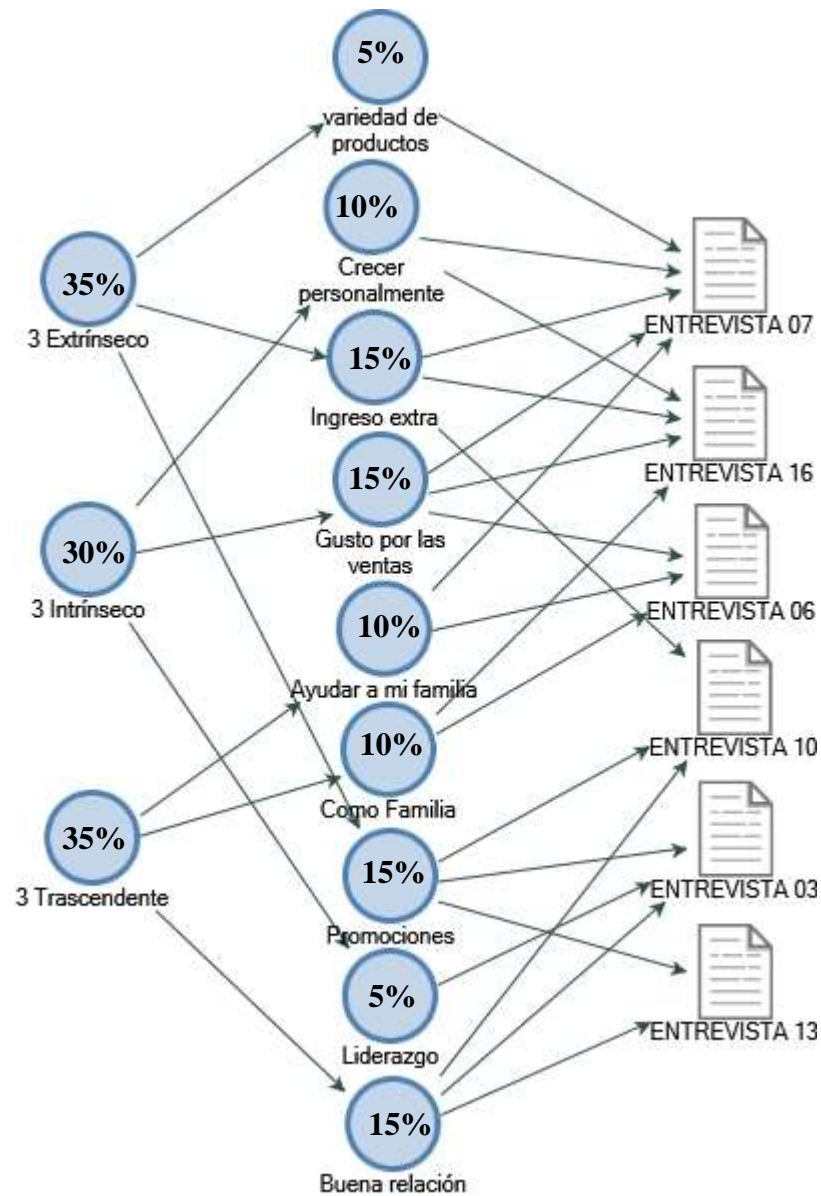


Figura 13. Interés de los consultores en formar parte de Up Esencia, según Upline Líder

Los Upline Líderes opinan que el interés que ellos tienen en formar parte de Up Esencia debido a que se motivan de forma extrínseca en un 35%, el cual se debe en mayoría al ingreso extra que obtienen por las ventas porque en Up Esencia encuentran variedad de productos y promociones que les ayuda a tener mayor ventas,

dato brindado igualmente por la preferencia de los Downline y los Upline que recién cuentan con equipo.

Ellos se motivan de forma intrínseca porque lo que les motiva a seguir en Up es debido a que los consultores buscan crecer personalmente y en el liderazgo, también por el gusto que tienen por las ventas, ya que les permite tener ganancia a corto plazo a diferencia de los bonos.

Ellos se motivan de forma trascendente debido a que buscan ayudar a sus familiares a través del ingreso extra que reciben en Up Esencia; y también gracias a la relación que tienen ellos con su equipo, sienten que Up Esencia también encuentran una familia debido a la relación que tienen entre ellos y al apoyo mutuo que se brindan con los demás consultores.

Discusión

La motivación en los consultores de Up esencia está inclinada más en los Upline líderes ya que ellos obtienen los resultados esperados, y se encuentra menos presente en los consultores que no obtienen lo que esperaban, debido a una falta motivación hacia sus downline. Para contribuir a la mejora del consultor y lograr motivar correctamente a su equipo mejorando el rendimiento de sus nuevos consultores se cuenta con los siguientes objetivos a realizar como; diagnosticar cómo ejerce la motivación el corporativo de Up Esencia a sus consultores, explicar cómo desarrolla la motivación los Upline hacia su equipo, y comprender el interés de los consultores en formar parte de Up Esencia.

De acuerdo al diagnóstico realizado sobre la motivación en el corporativo de Up Esencia a sus consultores, se obtuvo como respuesta que el corporativo les motiva principalmente de manera extrínseca, con la venta de perfumes que les genera una ganancia por producto de 50% de descuento, las capacitaciones y los bonos que adquieren según su progreso; considerando en mayor porcentaje a la motivación extrínseca e intrínseca no considerando tanto por los consultores como forma de motivación trascendente. El resultados obtenido también se presenta en una empresa tradicional, tal como se obtuvo en los estudios realizados por Anaya (2015) del mismo modo se encontró que la empresa Nor autos Chiclayo S.A.C tiene un bajo interés por los motivos trascendentales, centrándose los colaboradores más en los motivos extrínseco e intrínseco. Según los resultados obtenidos se entiende que la persona indistintamente el rubro en que se encuentra, siempre tendrá como motivo principal el extrínseco para poder cubrir sus necesidades básicas, como también aparece en Nor autos Chiclayo SAC, que es venta de autos, resultados casi similares que en Up Esencia.

También se busca explicar cómo desarrolla la motivación los Upline hacia su equipo de trabajo; lo cual se llegó a una motivación intrínseca determinado por el 53% de los entrevistados como la comunicación con ellos, el trabajo en equipo, siendo un buen ejemplo a seguir, el buen trato y sobre todo teniendo en consideración el sueño que cada consultor tiene; motivos trascendentes determinado por un 36% y de forma extrínseca en un 11%. Señala Korothe (2014) en su trabajo realizado a los consultores de la empresa multinivel Kerala, encontró que si no logran los resultados

esperados aumenta la rotación de consultores en esta industria; asimismo, Kwee, Teck y Kai (2016) menciona que es importante que un prospecto ideal se encuentre asociado a la capacidad emprendedora, habilidades, actitudes (entusiasmo, perseverancia y optimismo) y destrezas que logran impulsar a la persona hacia su propio desarrollo personal; de esta forma podrá guiar mejor a un equipo. Brevemente, según lo encontrado en Up Esencia también coincide con Koroth y Kwee, Teck y Kai, ya que, es importante motivar de forma intrínseca dentro de las empresas de multinivel a los consultores para el logro de las habilidades y actitudes que se necesita para desarrollarse dentro de ella y motivar correctamente a su equipo de trabajo.

Finalmente, el interés que tienen los consultores en ser parte de Up Esencia es por los motivos extrínsecos en gran porcentaje, ya que la empresa les permite gozar de beneficios muy buenos, productos de calidad ayudándoles a tener un ingreso extra; por motivo intrínseco a través del crecimiento personal, las capacitaciones el cual les enseña a ser mejores; también por el motivo trascendente porque se sienten motivados por sus familias. Asimismo, en su estudio Estrada Alierson (2014) que aplicó a las empresas multinivel de Herbalife, Omnilife y Zrii en Guatemala De La Asunción; obtuvo como resultado que el factor económico es lo que prevaleció como fuente de incentivo posteriormente el factor familiar y tercer lugar el factor emocional y profesional, estos principales factores les permiten seguir en una industria multinivel; Además, en la investigación realizada por Hiranpong, Decharin, Thawesaengskulthai (2016) y en la investigación de Agapito y Manay (2015), señalan que las personas que ingresan a este tipo de empresas esperan ser exitosos, también consideran que es importante ayudar a los consultores a su crecimiento personal y profesional; asimismo, señala Aguilar (2005) que en este tipo de industria o en cualquier otra la motivación es importante, ya que hay gran cantidad de personas que dejan un negocio de multinivel por falta de motivación y creencia en ellos mismos. A los consultores de Up Esencial al igual que a los consultores mencionados en las investigaciones anteriores concuerdan que están en estas empresas por motivos extrínsecos; lo cual según los estudios mencionados, las ganancias que presenta una empresa multinivel es atractivo en cualquier país, porque les permite crecer y mejorar el estilo de vida de cada persona.

V. Propuesta

A continuación, se va a elaborar un programa de motivación en los equipos de trabajo de los Upline de la empresa Up Esencia.

Lograr este objetivo es de gran utilidad para los Upline recién ingresados a la empresa o con falta de experiencia en una empresa multinivel porque ayudará a motivar a su equipo de trabajo, evitando en un futuro una dependencia de los mejores Upline de la empresa o una alta rotación por parte de los consultores por la falta de conocimiento acerca de cómo motivar a sus equipos, o no ser motivados adecuadamente; asimismo le permite conocer más sobre la industria y obtener mejores resultados; porque no solo se busca mejorar la motivación, también se espera crear lazos entre la empresa y el consultor con la finalidad de evitar la alta rotación de ellos.

Se tiene que tener en cuenta que en Up Esencia los consultores deben trabajar en equipo debido a que su ganancia lo obtienen según al avance de sus downline que les permite contar con una ganancia a largo plazo y a través de las ventas que lo realiza personalmente para una ganancia a corto plazo. Ya que según lo analizado, una mala motivación puede alejar a los consultores de la empresa, evitando la expansión de la misma, es por ello que se está desarrollando este programa con la finalidad de lograr la formación adecuada hacia el Upline para que puedan guiar correctamente a su equipo.

Según los resultados obtenidos en la investigación se tiene que tener en cuenta que es importante sobre todo motivar de forma extrínseca e intrínseca, ya que según los entrevistados mencionaron que esos dos motivos les incentiva mucho más.

MÉTODOS DE CAPACITACIÓN

MÉTODO	DEFINICIÓN
Conferencias	Es la exposición de un tema hacia un público determinado.
Talleres	Es un espacio que se brinda a un grupo de personas con la finalidad de enseñar en una actividad práctica.
Rol play	Es una técnica que permite la simulación en juego de roles que se realiza en un grupo de personas, acerca de una situación o caso que se presenta en la vida real.

La propuesta para motivar a los equipos de trabajo de los Upline según los resultados obtenidos se presentará en tres etapas que son las siguientes:

ETAPA I: Liderazgo

La primera etapa tendrá duración de un mes, posteriormente se evaluará la eficiencia de la etapa a través de los resultados brindados por su oficina virtual de cada consultor. Esta etapa se presenta con la finalidad de que cada consultor conozca la manera de cómo dirigir un equipo y ser mejores líderes para sus downline.

Esta etapa se basa en el trabajo del Upline Líder con sus Downline, se les capacitará según cada ítem señalado a continuación.

- ✓ **Trabajo en equipo:** Se va a desarrollar a través de capacitaciones semanales en donde los Upline Líderes enseñen a los downline técnica de cómo generar confianza entre los compañeros de equipo, logrando también una interrelación entre ellos.

También se propone que se realicen talleres vivenciales con la finalidad de incorporar lo aprendido de las capacitaciones; así mismo el Upline Líder incentive a que su equipo prospere y vender juntos unas horas con la finalidad de apoyarse los unos a los otros y asimismo aprender entre ellos.

- ✓ **La coherencia como líderes:** El Upline Líder debe poner en práctica y hacer todo lo que él enseña a su equipo, con la finalidad que aprendan el verdadero sentido de ser coherentes como líderes; así mismo, debe capacitar a sus downline con la finalidad de hacerles conocer lo importante que es la coherencia, ya que el equipo llega hasta donde se encuentra el líder. Trabajar un plan de acción semanal de actividades programadas de manera conjunta con su equipo de trabajo, en temas de venta y prospección.
- ✓ **En sueños y metas trazadas:** El Upline Líder debe capacitar a sus downline sobre la importancia de resaltar los sueños, trazándose metas de corto, mediano y largo plazo hasta lograr el sueño que se tiene.

Para una mayor interiorización se recomienda ejecutar un taller con la finalidad que cada consultor realice su plan de vida hasta lograr sus sueños, se tiene que hacer con imágenes y en una cartulina; el consultor lo tiene que tener siempre en un lugar visible. De esta manera tendrá un objetivo de cada día que los impulsará a levantarse cada día con ganas de conquistar el mundo y no rendirse ante cualquier circunstancia que se presente.

- ✓ **Técnicas para obtención de resultados:** En este ítem se le recomienda al Upline Líder que brinde una capacitación acerca de las técnicas para la obtención de nuevos prospectos, y otras técnicas que se pueda incorporar para el mejoramiento de los consultores, permitiéndoles obtener mejores resultados; se le recomienda realizar estas capacitaciones una o dos veces por semana. Así mismo se les recomienda realizar un rol play con la finalidad de que cada consultor aplique lo que aprendió en la capacitación, de este modo le permite un mejor aprendizaje e interiorización de lo que aprendió.

ETAPA II: Conociendo a nuestra empresa Up Esencia

Esta etapa se presenta con la finalidad de que cada consulto conozca la empresa y la forma de ganar dentro de ella, ya que como se dice nadie ama lo que no conoce, y según los motivos que motivan a los consultores se encontró que en mayor porcentaje les motiva las ganancias y bonos, para que cada consultor logre ganar más tiene que saber a la perfección los recursos de la empresa y como sacar provecho de ello.

Esta etapa se tiene que ser dirigida por la empresa a través de 2 capacitaciones que debe ser incluida en los temas de las capacitaciones que se realiza los lunes y un taller, con la finalidad de que los consultores reciban esta información de la misma fuente.

- ✓ **Los productos:** Cada consultor debe de recibir capacitación acerca de cada producto que presenta la empresa y los beneficios que brinda, con la finalidad que el consultor conozca bien los productos y sepa qué productos recomendar a sus clientes. Realizar un Roll Play para poner en práctica lo aprendido sobre los productos, simulando la venta de éstos.
También realizar un taller solo de inducción acerca de identificación de aromas, composición de los perfumes, y asignación de perfumes según personalidad y potencial de hidrógeno (ph) de cada cliente.
- ✓ **Sistema de pagos de la empresa:** La empresa debe de dar a conocer a sus consultores sobre los diversos pagos que realiza en calidad de bono, viajes y premiación, ya que permitirá al consultor motivarse más y luchar hasta lograr cada meta establecida. Para la ejecución de este ítem se recomienda que se realice en 3 capacitaciones acompañados de talleres con la finalidad de una mayor interiorización del tema. La empresa debe enviar

semestralmente a sus colaboradores una cartilla de pagos de recompensa actualizada vía correo o de forma física.

- ✓ **La importancia de la familia.** La familia es la fuente de inspiración de los consultores, por este motivo la empresa tiene que sensibilizar a los consultores a optar dedicarse más en la empresa para que logren obtener más recursos con la finalidad de apoyar más en sus familias e invitando a sus familiares a formar parte de la empresa, a charlas, capacitaciones para conocer más sobre el modelo del Up Esencia.

ETAPA III: Ventas

Las ventas es la actividad clave de cada empresa, en Up Esencia no es la excepción, debido a esto se tiene que capacitar adecuadamente a los consultores para realizar correctamente sus ventas. Para esta etapa se requiere que la empresa brinde una capacitación todo el día con expertos en ventas, con la finalidad de que los consultores obtengan bien los conocimientos necesarios para aplicarlo en sus ventas, así mismo el Upline líder debe de capacitar constantemente a su equipo para que obtengan mejores resultados. Asimismo, debe de guiar a sus downline a realizar sus ventas para que sepa en qué mejorar y enseñarlos para una próxima venta.

- ✓ **Técnicas de ventas:** La empresa debe brindar capacitaciones como talleres vivenciales y rol play para que los consultores no solo conozcan las técnicas de ventas, también sepan cómo aplicarlo. Simular ventas de los productos a personas que se inviten al taller y el líder tomar apuntes sobre las fortalezas y debilidades para luego realizar el feedback respectivo.
- ✓ **Servicio pos venta:** El servicio pos venta es el inicio de una segunda venta, el consultor debe saber cómo realizarlo con la finalidad de fidelizar al cliente y lograr obtener más ventas; debido a eso se recomienda que la empresa enseñe a través de una conferencia sobre esta modalidad para que el consultor lo aplique adecuadamente, y si es posible realizar un taller para que apliquen lo aprendido. Para un reforzamiento de lo aprendido se debe elaborar un taller para realizar simulaciones de los servicios que se puede brindar. Los consultores deben realizar un reporte de las ventas realizadas e incentivar a llamar a los clientes como les fue (le gustó, recomendarían el producto, le preguntaron sobre el perfume), tenerlo apuntado todo con la

finalidad de encontrar nuevos clientes y saber que recomendarle en su próxima compra.

- ✓ **Comunicación con los cliente:** La comunicación entre el vendedor y el cliente crea lazos de fidelización y recomendación del producto, por el cual el consultor debe estar bien capacitado a cómo mantener la comunicación adecuadamente con sus clientes, tener el número actualizado de cada cliente y enviarlo las últimas promociones. Asimismo, se recomienda realizar rol play para simular situaciones.

A continuación se presenta el presupuesto para la realización de la III etapa, teniendo en cuenta que su ejecución será un día completo.

Presupuesto para la implementación de la propuesta

PRESUPUESTO PARA IMPLEMENTACIÓN DE PROPUESTA			
		COSTO	
N° CAPACITADOR	N° de horas	Precio por hora	Precio total
3	4	S/50.00	S/600.00
FOLLETOS	N° de folletos	Precio Unitario	
	150	S/2.50	S/375.00
MATERIAL DIDÁCTICO	PRECIOS	Precio Total	
Hoja bond A4 75gr	S/10.00	S/155.00	
Plumones delgados	S/50.00		
Plumones (pizarra)	S/20.00		
Papelotes	S/5.00		
Hojas de colores	S/15.00		
Tijeras	S/15.00		
Cartulinas	S/15.00		
Goma	S/20.00		
Hilo	S/5.00		
OTROS	PRECIOS	Precio Total	
Agua para ponentes	S/6.00	S/15.00	
Lapiceros	S/7.00		
Papel	S/2.00		
ALMUERZO	N° de personas	Precio del plato	Precio Total
	153	S/7.00	S/1,071.00
CERTIFICADO	N° certificados	Precio unitario	Precio Total
	150	S/2.00	S/300.00
TOTAL DEL PRESUPUESTO		S/2,516.00	

La III etapa presentará la siguiente programación para la realización del evento a realizar el domingo 12 de enero del 2020.

CAPACITACIÓN A REALIZAR EL 17 NOVIEMBRE DEL 2019		
HORA	TEMA	MÉTODO DE CAPACITACIÓN
9:00-10:00	Apertura del evento	
10:00- 10:30	Técnicas de ventas (método AIDDA)	Taller
10:30- 11:30	Técnicas de ventas (Cierre de ventas de Alex Dey)	Taller
11:30- 12:30	Practica de técnicas de ventas	Rol Play
12:30-2:00	ALMUERZO	
2:00- 3:00	Servicio pos venta	Conferencia y taller
3:00- 4:00	Comunicación con los clientes	Rol play
4:00-5:00	Aplicación de lo aprendido	Taller
5:00-6:00	Aplicación de lo aprendido	Rol Play
6:00-6:30	Clausura del evento	

VI. Conclusiones

- ✓ La motivación de los consultores de Up esencia está inclinada más en los Upline líderes ya que ellos obtienen los resultados esperados, y se encuentra menos presente en los consultores que no obtienen lo que esperaban, debido a una falta motivación hacia sus downline.
- ✓ El corporativo motiva a sus consultores principalmente por los motivos extrínsecos con la venta de perfumes que les genera una ganancia por producto de 50% de descuento, las capacitaciones, los bonos y premios que adquieren según su progreso; siendo un gran motor para tener a los consultores motivados todos los días para seguir mejorando en la empresa. La persona indistintamente el rubro en que se encuentra, siempre tendrá como motivo principal el extrínseco ya que les permite cubrir sus necesidades básicas.
- ✓ Asimismo, los Upline motivan a su equipo en mayor medida por los motivos intrínsecos como la comunicación con ellos, el trabajo en equipo, siendo un buen ejemplo a seguir, el buen trato y sobre todo teniendo en consideración el sueño que cada consultor tiene, entre otros. El centrarse más en lo intrínseco le facilita crecer de forma personal y/o profesional a los consultores adquiriendo las habilidades y actitudes, así poder lograr los objetivos trazados que le llevarán al cumplimiento de sus sueños encontrando el éxito esperado.
- ✓ A los consultores más les interesa el ser parte de esta empresa por los motivos extrínsecos en gran porcentaje, ya que la empresa les permite gozar de beneficios muy buenos, con productos de calidad ayudándoles a tener un ingreso extra; por motivo intrínseco a través del crecimiento personal y profesional dadas a través de las capacitaciones el cual les enseña a ser mejores; también por el motivo trascendente porque se sienten motivados por sus familias.
- ✓ La empresa Up Esencia logra posicionarse en sus consultores porque muestra cierto interés hasta por su familia de los consultores brindándole viajes de acuerdo a su logro, el cual son pocas empresas que lo hacen. Este tipo de industrias favorecen a muchas personas por que les brindan más tiempo libre para pasar con su familia y dedicarse a ellos mismo a superarse.

- ✓ Por último, en la propuesta presentada en la investigación tiene como finalidad lograr la formación adecuada hacia el Upline para que pueda guiar correctamente a su equipo. Esta propuesta consta de 3 etapas el cual la primera etapa se centra en liderazgo el cual esta etapa tiene como finalidad enseñar al consultor sobre dirigir a su equipo; posteriormente se encuentra la segunda etapa que consiste en conocer a la empresa como sus productos, sus formas de ganar dentro de ella; y por último se tiene a la tercera etapa que consiste en las ventas, con motivo de que los consultores mejoren sus ventas.

VII. Recomendaciones

- ✓ Se debe de capacitar adecuadamente en los temas mencionados en la propuesta como el trabajo en equipo, productos que cuenta la empresa y en ventas; con la finalidad de que los consultores sepan realizar mejor sus actividades obteniendo mejores resultados que le llevaran a obtener ingresos extras, bonos y premios; que son beneficios que se recibe por la empresa y que según los entrevistados mencionaron que son lo que principalmente les motiva
- ✓ Mediante capacitaciones se debe enseñar a los consultores a ser más perseverantes, optimistas y disciplinados con la finalidad de mejorar las habilidades; como, capacidad de relacionarse con los demás, confianza, empatía, escucha activa, capacidad de persuadir, habilidades de liderazgo, entre otros; lo cual es importante para liderar correctamente a su equipo y enseñar bien a sus downline.
- ✓ Fomentar el trabajo en equipo entre los consultores, desarrollando actividades para que salgan a vender y prospectar en algún local o casa de un consultor; trabajar en equipo ayudará a desenvolverse a cada consultor. También, se logrará obtener más integración y desarrollar más los motivos trascendentes, al tomar más interés no solo por ellos mismos, sino también por sus compañeros de equipo.
- ✓ Por último, realizar reconocimientos públicamente a los consultores por los logros obtenidos, de esta manera le permitirá mejorar constantemente a los consultores y podrá enseñar a su equipo a cómo lograr los resultados alcanzados.

VIII. Lista de referencias

- Agapito, Manay. (01 de Octubre de 2015). *Perfil que define al prospecto ideal, para el negocio multinivel: casi Oriflame*. Obtenido de USAT: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/682/1/TL_AgapitoVidalKussy_ManayRiojaYrli n.pdf
- Aguilar, V. (Agosto de 2005). El modelo de la motivación y desarrollo personal empleado en el sistema multinivel. IPN, México: Instituto politécnico nacional.
- Alderfer, C. P. (1969). “Una prueba empírica de una nueva teoría de la necesidad humana”. *Psychological Review*. Obtenido de <http://danielgrifol.es/clayton-alderfer-y-su-teoria-erg/>
- Anaya, A. (Noviembre de 2015). Propuesta de un nuevo sistema de motivación para los trabajadores del área de ventas, servicio técnico, administración y contabilidad de la empresa Nor Autos Chiclayo SAC. basado en la teoría Antropológica de la motivación de Juan Antonio Pérez López . Chiclayo, USAT.
- Beas, M. A. (2007). *Millonarios por multinivel*. Canadá: Trafford.
- Estrada Alierson, S. L. (Febrero de 2014). Factores de motivación para permanecer trabajando en redes de mercadeo. Guatemala: Universidad Rafael Landivar.
- Fernández C, Bartista P. . (2014). *Metodología de la investigación* . Mexico: Interamericana editores SA.
- Ferreiro, Alcázar. (2016). *Gobierno de personas en la empresa*. Lima: Universidad de Piura.
- García Sánchez, M. (2004). *Marketing Multinivel*. Madrid: ESSIC.
- Gestion . (12 de 12 de 2017). Obtenido de <https://gestion.pe/publiirreportaje/potencial-economico-redes-mercadeo-mejor-momento-222511>
- Hellriegel, Slocum, Woodman. (1999). Motivacion en el ambiente de trabajo. En *Comportamiento Organizacional* (págs. 136-152). México: Thomson Editores SA.
- Hiranpong, Decharin, Thawesaengskulthai. (Abril de 2016). *Sciencedirect*. Obtenido de Structural equation modeling of a potentially successful person in network marketing: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2452315116000102>
- Koroth, A. A. (January de 2014). *Antecedents of distributors turnover* . Obtenido de <https://search.proquest.com/openview/c89095c1ce59a15d9fe30c4b3f8d2bbe/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2032143>
- Kwee, Teck, Kai. (Febrero de 2016). *Driving Distributors' Satisfaction in Multilevel Marketing (MLM) Companies*. Obtenido de [http://hrmars.com/hrmars_papers/Driving_Distributors%E2%80%99_Satisfaction_in_Multilevel_Marketing_\(MLM\)_Companies.pdf](http://hrmars.com/hrmars_papers/Driving_Distributors%E2%80%99_Satisfaction_in_Multilevel_Marketing_(MLM)_Companies.pdf)
- Leavitt, H. (1969). *Managerial Psychology* . Chicago: University of Chicago Press.
- Maisterrena, M. (Septiembre de 2014). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/4959/495950258002/>

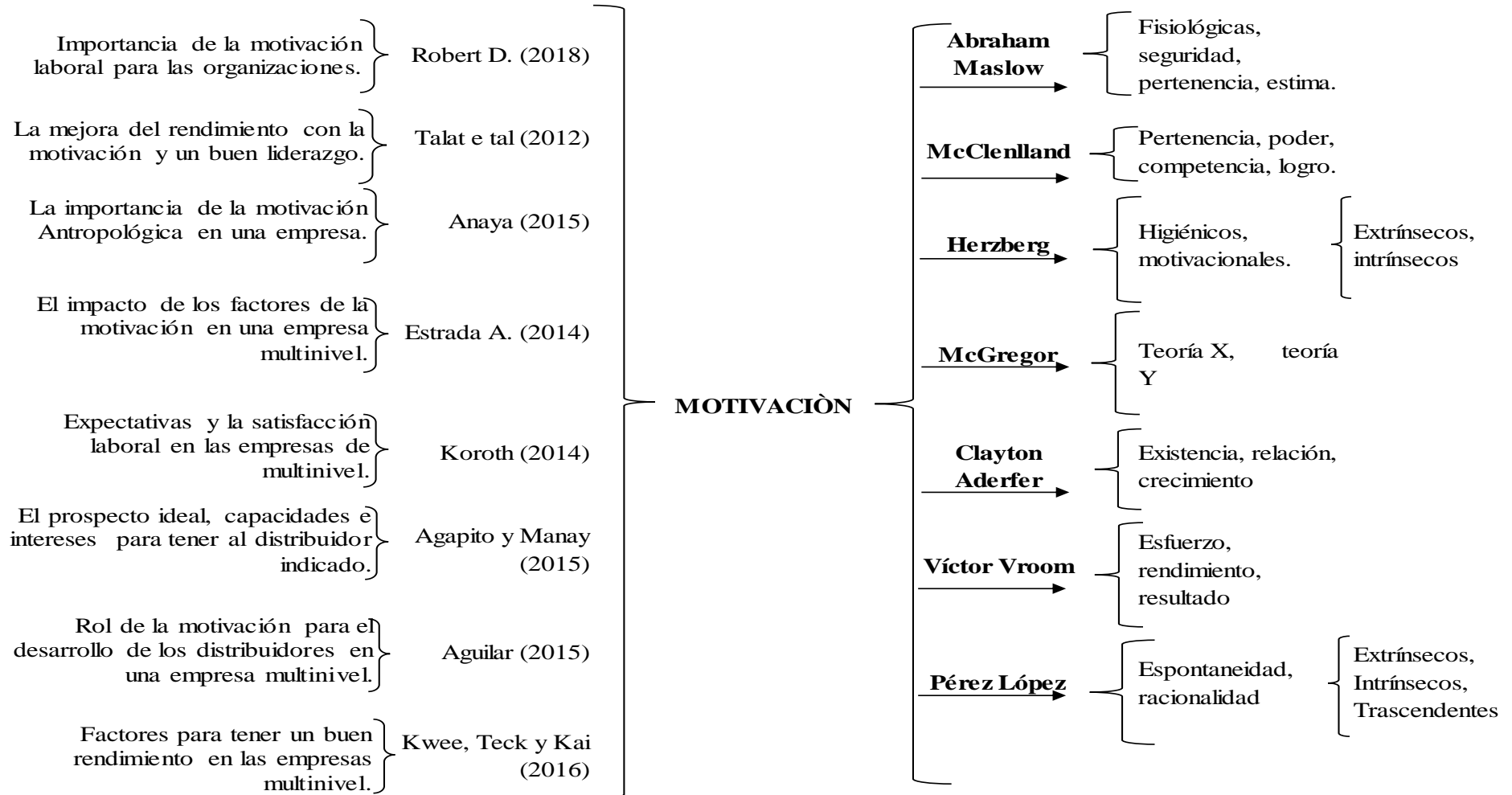
- Marin, Placencia. (2017). *scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2017000400008
- Marshall Cook, J. (2001). *Coaching Efectivo* . Colombia: McGraw-Hill Interamericana SA.
- Peru21. (01 de septiembre de 2015). *El negocio de las redes de mercadeo* . Obtenido de <https://peru21.pe/emprendimiento/redes-mercadeo-esto-debes-aventurarte-negocio-194688>
- Pimenta, R. (2012). *Encuestas probabilísticas vs no probabilísticas*. Obtenido de Redalyc.org: <http://www.redalyc.org/html/267/26701313/>
- Quecedo, Castaño. (2003). *Introducción a la metodología de investigación cualitativa*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/pdf/175/17501402.pdf>
- Ramirez, A. (22 de 02 de 2016). Obtenido de <http://alfredo-ramirez.com/611-2/>
- Robbins, S. (2013). Concepto de motivación. En *Comportamiento organizacional* (págs. 200-239). México: PEARSON.
- Robert D, P. (2008). *University of Central Florida*. Obtenido de Motivación pasado, presente y futuro : https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32997417/%28SIOP_Organizational_Frontiers_Series_%29Ruth_Kanfer__Gilad_Chen__Robert_D._Pritchard-Work_Motivation__Past__Present_and_Future_-_Routledge.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=152597348
- Smith, A. (2016). *La piramide de Maslow*. Economía y empresa.
- Soto, B. (03 de Agosto de 2012). *Gestion.org*. Obtenido de La motivación en el Marketing Multinivel: <https://www.gestion.org/la-motivacion-en-el-marketing-multinivel/>
- Talat,(et al). (Mayo de 2012). The Impact of Transformational and Transactional Leadership Styles on the Motivation. *Journal of Educational and Social Research* . Malaysia–Pakistan: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.456.8300&rep=rep1&type=pdf>.
- USON . (2016). Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19645>
- Yengle, T. (Julio de 2010). *Teoría X y teoría Y*. Obtenido de <https://pt.slideshare.net/toniyengle/mi-ppt-teorias-x-y-y/3>

3.2. Presupuesto y financiamiento:

PRESUPUESTO DE ACTIVIDADES	VALOR
INVERSIÓN TOTAL DE TESIS	S/ 595.92
RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	S/ 47.00
Fotocopias	S/ 5.00
Refrigerio (café)	S/ 12.00
Materiales	S/ 10.00
Pasajes	S/ 20.00
EJECUCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	S/ 488.92
Refrigerio (café)	S/ 45.00
Fotocopias	S/ 10.00
Internet	S/ 20.00
Software Especializado (NVIVO 11 PLUS)	S/ 373.92
Pasajes	S/ 40.00
PRE INFORME FINAL	S/ 60.00
Impresiones	S/ 15.00
Internet	S/ 20.00
Impresiones	S/ 15.00
Materiales	S/ 10.00

IX. ANEXOS

ANEXO 1: Mapeo



**GUÍA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA (UPLINE DE MAYOR
CRECIMIENTO)**

FORMATO DE NOTAS DE ENTREVISTA UP ESSENCIA

FECHA/LUGAR	
HORA DE INICIO	
HORA DE FIN	
ENTREVISTADO	
CEL./CORREO	
INVESTIGADORA	
N° (GUIA / AUD.)	

1. ¿Qué te incentiva a vender?
2. ¿Cuáles consideras que son las principales cualidades para que un Upline inspire a sus Downline?
3. ¿Cómo motivas a tu equipo para que obtenga mejores resultados?
4. ¿Cómo te relacionas con las personas de tu equipo?
5. ¿Qué es lo que te motiva a seguir en Up Esencia?
6. ¿Cómo te motiva el corporativo para lograr tus resultados?
7. ¿Cómo el corporativo incentiva al trabajo en equipo?
8. ¿Cuáles son los beneficios económicos que brinda el corporativo?
9. ¿Utilizas alguna técnica para motivar al prospecto y lograr incorporarle a tu equipo?
10. ¿Qué beneficios, te motiva a seguir en Up Esencia?
11. ¿Crees que influye el trabajo del corporativo en la motivación de tu equipo? ¿Por qué?
12. ¿Consideras importante la motivación en la empresa? ¿Por qué?

FIRMA INVESTIGADOR:

GUIA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA (UPLINE DE CRECIMIENTO LENTO)

FORMATO DE NOTAS DE ENTREVISTA UP ESSENCIA	
FECHA/LUGAR	
HORA DE INICIO	
HORA DE FIN	
ENTREVISTADO	
CEL./CORREO	
INVESTIGADORA	
N° (GUIA / AUD.)	

1. ¿Qué te incentiva a vender?
2. ¿Cuáles consideras que son las principales cualidades para que un Upline inspire a sus Downline?
3. ¿Cómo motivas a tu equipo para que obtenga mejores resultados?
4. ¿Cómo te relacionas con las personas de tu equipo?
5. ¿Qué es lo que te motiva a seguir en Up Esencia?
6. ¿Cómo te motiva el corporativo para lograr tus resultados?
7. ¿Cómo el corporativo incentiva al trabajo en equipo?
8. ¿Cuáles son los beneficios económicos que brinda el corporativo?
9. ¿Utilizas alguna técnica para motivar al prospecto y lograr incorporarle a tu equipo?
10. ¿Qué beneficios, te motiva a seguir en Up Esencia?
11. ¿Crees que influye el trabajo del corporativo en la motivación de tu equipo? ¿Por qué?
12. ¿Consideras importante la motivación en la empresa? ¿Por qué?

FIRMA INVESTIGADOR:

**GUIA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA (DOWNLINE: CONSULTORES
RECIEN INCORPORADOS A UP ESENCIA)**

FORMATO DE NOTAS DE ENTREVISTA UP ESENCIA	
FECHA/LUGAR	
HORA DE INICIO	
HORA DE FIN	
ENTREVISTADO	
CEL./CORREO	
INVESTIGADORA	
N° (GUIA / AUD.)	

1. ¿Qué te incentiva a formar parte de Up Esencia?
2. ¿Cómo te motiva tu Upline para que obtengas mejores resultados?
3. ¿Cómo te relacionas con los demás consultores?
4. ¿Qué es lo que te motiva a seguir en Up Esencia?
5. ¿Cómo te motiva el corporativo para lograr tus resultados?
6. ¿Qué opinas acerca de los beneficios económicos que brinda Up Esencia?
7. ¿Qué beneficios, te motiva a seguir en Up Esencia?
8. ¿Consideras importante la motivación en la empresa? ¿Por qué?

FIRMA INVESTIGADOR:

GUIA DE PREGUNTAS PARA LA ENTREVISTA (CORPORATIVO)

FORMATO DE NOTAS DE ENTREVISTA UP ESSENCIA	
FECHA/LUGAR	
HORA DE INICIO	
HORA DE FIN	
ENTREVISTADO	
CEL./CORREO	
INVESTIGADORA	
N° (GUIA / AUD.)	

1. ¿Cómo incentiva a vender a los consultores?
2. ¿Cómo motivas a los consultores para que obtenga mejores resultados?
3. ¿Cómo te relacionas con los consultores?
4. ¿Cómo incentivas a los consultores a seguir en Up Esencia?
5. ¿Cómo motivas para que los consultores trabajen en equipo?
6. ¿Consideras importante la motivación en la empresa? ¿Por qué?

FIRMA INVESTIGADOR:

ENTREVISTA N°

CONSENTIMIENTO INFORMADO

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada “Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia”, el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: _____ **Fecha:** _____

FIRMA DEL PARTICIPANTE

FIRMA DEL INVESTIGADOR

ANEXO 4: Términos básicos

TÉRMINOS BÁSICOS

CONSULTORES: Son las personas afiliadas al negocio multinivel, también llamados socios, consultores o miembros. Se encargan de hacer el puente entre la empresa y el consumidor final.

DOWNLINE : Son las personas que se encuentran afiliadas en el negocio multinivel y son subalternos de un Upline.

PROSPECTO : Son las personas, posibles candidatos para afiliarse en el negocio multinivel; pero que ya fueron presentados la oportunidad del negocio.

UPLINE : Consultor de una empresa multinivel que se encuentra liderando a un equipo de trabajo de uno o más personas (downline)

ANEXO 5: Constancia de validación de Juez Experto



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, Stephanie Ruiz Chacón, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de **Licenciada en Administración de Empresas**, titulado **“PROGRAMA DE MOTIVACIÓN EN LOS CONSULTORES DE UNA EMPRESA MULTINIVEL: CASO UP ESENCIA”**, elaborado por **FARCEQUE CAYATOPA, GISELA**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, __ de octubre del 2018.

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Stephanie Ruiz Chacón

Cargo Actual: Acesora

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe Francisco H. Miranda Cubas, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas, titulado "PROGRAMA DE MOTIVACIÓN EN LOS CONSULTORES DE UNA EMPRESA MULTINIVEL: CASO UP ESENCIA", elaborado por FARCEQUE CAYATOPA, GISELA; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, __ de Noviembre del 2018.



Francisco H. Miranda Cubas
PSICÓLOGO
C.Ps.P. 28650

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./ Mg./Eic. Nombre: Francisco H. Miranda Cubas

Cargo Actual: Psicólogo



CONSTANCIA DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

Quien suscribe, **CORTEZ VIDAL, MARILIA SIBELE**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos del proyecto de tesis para obtener el grado de Licenciada en Administración de Empresas, titulado “PROGRAMA DE MOTIVACION EN LOS CONSULTORES DE UNA EMPRESA MULTINIVEL: CASO UP ESENCIA”, elaborado por **FARCEQUE CAVATOPA, GISELA**, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 11 de octubre del 2018.



Marilia Sibeles Cortez Vidal

FIRMA DEL JUEZ EXPERTO

Dr./Mg./Lic. Nombre: **Marilia Sibeles** Cortez Vidal

Cargo Actual: Coordinadora de Investigación, Escuela de Psicología - USAT

ANEXO 6: Consentimiento Informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 17	
INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.	
INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa	
<p>Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.</p> <p>Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.</p> <p>Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.</p> <p style="text-align: center;">Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.</p> <p>Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación <input type="checkbox"/></p> <p>Nombre del participante: <u>Lisbeth Siles Vela Dibimo</u> Fecha: _____</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"><div style="text-align: center;"> _____ FIRMA DEL PARTICIPANTE</div><div style="text-align: center;"> _____ FIRMA DEL INVESTIGADOR</div></div>	

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 14

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

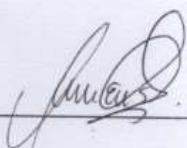
Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Evika Espinoza Suarez Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 12

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Pablo A. Arriola G. 11/25/0 Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO

ENTREVISTA N° 44

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

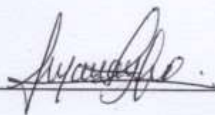
Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Ingrid Aracely Murray Fiestas Fecha: 26 / 11 / 18



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 13

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Enrique Leyton Z. Fecha: 26-11-2018



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO

ENTREVISTA N° 10

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Roger V. Becerra Vera Fecha: 23/11/18



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Edgar Ojeda Silva Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 08

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Gisella Paredes Velosquez Fecha: _____

FIRMA DEL PARTICIPANTE

FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 07

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Crethion Cruz Paucos Fecha: 19-11-18



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 06

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Raquel Antequa Montero Fecha: 19-11-18

Raquel

FIRMA DEL PARTICIPANTE

Gisela Farceque

FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 15

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.


Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: DEYLI SANCHEZ PEREZ Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 05.

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.


Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Diego Yaparosca Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 04

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Díaz Silva Sonia Thalia Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 03

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: SORGE A. MENDOZA CANALES Fecha: 17-11-2019



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO

ENTREVISTA N° 02

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.


Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Dra Angelica Cubas Perez Fecha: 17/11/2018



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO

ENTREVISTA N° 01

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: EDU RODAS BRAVO Fecha: 17/11/2018



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO ENTREVISTA N° 16

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.


Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: Ana Lucía Rivera Rondero Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR

CONSENTIMIENTO INFORMADO

ENTREVISTA N° 18

INVESTIGACIÓN: Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia.

INVESTIGADORA: Gisela Farceque Cayatopa

Usted queda invitado a la participación del desarrollo de la investigación titulada "Promoción de motivación en los consultores de una empresa multinivel: caso Up Esencia", el cual uno de los instrumentos de desarrollo es la entrevista; esta investigación tiene como propósito fundamental ayudar a un mayor desarrollo de los consultores antiguos y también a los que ingresan recientemente a Up Esencia y/o otra empresa multinivel, a base de una mejor manera de utilización de la motivación en ellos mismos y en las personas que tiene en su red.

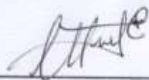
Para ello se realizará una entrevista a consultores de Up Esencia, donde usted es elegido para participar en la realización de esta investigación.

Por consiguiente, tiene derecho a decidir si desea participar de esta investigación para ayudar a otras personas que comienzan en este tipo de negocio. Si acepta participar, se le informa que usted tiene el deber de responder con toda sinceridad. Asimismo, la entrevista será grabada en audio si usted da la autorización. Se utilizará para el estudio la información que usted brinde, si usted autoriza se presentará su nombre en la investigación, de no ser así se presentará en forma anónimo. Cabe destacar que la información obtenida será usada sólo para fines académicos.

Agradezco de antemano su participación, tiempo y sinceridad.

Marcar si usted autoriza el uso de su nombre para el desarrollo de la investigación

Nombre del participante: EDITH SANCHEZ SILVA Fecha: _____



FIRMA DEL PARTICIPANTE



FIRMA DEL INVESTIGADOR