

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**PERFIL QUE DEFINE AL PROSPECTO IDEAL, PARA EL  
NEGOCIO MULTINIVEL: CASO ORIFLAME**

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

**AUTORES:**

**Bach. AGAPITO VIDAL KUSSY KAREN**

**Bach. MANAY RIOJA YRLIN ELENA**

**Chiclayo 01 de Octubre de 2015**

**PERFIL QUE DEFINE AL PROSPECTO IDEAL, PARA EL  
NEGOCIO MULTINIVEL: CASO ORIFLAME**

POR:

Bach. AGAPITO VIDAL KUSSY KAREN

Bach. MANAY RIOJA YRLIN ELENA

Presentada a la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, para optar el  
Título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

APROBADO POR:

---

Mgtr. Carlos Alberto Vargas Orozco  
Presidente de Jurado

---

Mgtr. Rafael Martel Acosta  
Secretario de Jurado

---

Mgtr. Diógenes Díaz Ríos  
Vocal/Asesor de Jurado

**Chiclayo 01 de Octubre de 2015**

## DEDICATORIA

Esta tesis se la dedicamos a nuestro Dios quién supo guiarnos por el buen camino. Darnos fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándonos a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A nuestros padres por su cariño y amor, por todo lo que hicieron en la vida para que podamos lograr nuestro sueño, por motivarnos y darnos la mano cuando sentíamos que el camino se terminaba, a ustedes por siempre nuestro corazón y gratitud.

## **AGRADECIMIENTO**

Gracias a esas personas importantes en nuestras vidas, que siempre estuvieron listas para brindarnos toda su ayuda, ahora nos toca regresar un poquito de todo lo inmenso que nos han otorgado. Con todo nuestro cariño está tesis se la dedicamos a ustedes:

Papá Armando Agapito

Mamá Raquel Vidal

Abuelita Santos Panta

Hija Ayleen Gutiérrez

Papá Fernando Manay

Mamá Yrma Rioja

Tía Marlit Rioja

Y a nuestro asesor Diógenes Díaz.

## **RESUMEN**

En la actualidad se conoce que las redes multinivel requieren constante capacitación y formación, con la finalidad de desarrollar habilidades que permitan a la persona, lograr sus objetivos.

Esta investigación pretende identificar el perfil del prospecto para el negocio multinivel, enfocándose principalmente en la empresa Oriflame, con el fin de direccionar sus propias capacidades, actitudes y destrezas, en el logro de resultados y el desarrollo de una red sólida en el tiempo.

Posteriormente, la recolección de información, se hizo mediante encuestas a 248 socias y 18 entrevistas dirigidas a líderes de diferente nivel de incentivo, adquiriendo datos relevantes para definir al prospecto ideal y características que lo hacen único en el desarrollo del negocio.

El perfil que ha marcado esta investigación es de tipo femenino entre edades de 30 a 50 años, el cual considera en un 33% la importancia de poseer espíritu emprendedor, carisma, liderar, planificar e inspirar a su equipo de trabajo; otro rasgo importante es la capacidad de ver la realidad cuando se inicia en este negocio, muchos de los socios saben que se afrontan a muchas críticas y rechazos por parte de personas que no conocen el sistema, es por ello que necesitan poseer una actitud positiva, ser optimistas, perseverantes y creer verdaderamente en lo que tienen para ofrecer como negocio.

Finalmente, muchas de las características que debe tener el prospecto ideal, en la práctica no se toman en cuenta, evitando el desarrollo y fortalecimiento del negocio, generando como consecuencia la falta de compromiso, el debilitamiento de una red y con el tiempo su desaparición.

Palabras Claves

Perfil, Prospecto, Multinivel.

## **ABSTRACT**

Today it is known that the multilevel networks require constant training and training in order to develop skills that will enable the person to achieve their objectives.

This research aims to identify the profile of the prospectus for the MLM business, focusing primarily on the company Oriflame, in order to address their own abilities, attitudes and skills, achievement of results and the development of a strong network in time.

Subsequently, data collection was made by surveying 248 members and 18 interviews conducted with leaders of different level of incentive, acquiring relevant data to define the ideal prospect and features that make it unique in the development of the business.

The profile that has marked this research is of female type between the ages of 30 to 50 years, which considers 33% the importance of having entrepreneurial spirit, charisma, leadership, planning and inspire your team; Another important feature is the ability to see reality when started in this business, many members know that they face a lot of criticism and rejection by people who do not know the system, that is why we need to have a positive attitude, be optimistic, persevering and truly believe in what they have to offer as a business.

Finally, many of the features that should be the ideal prospect in practice are not taken into account, avoiding the development and strengthening of business, generating as a result the lack of commitment, the weakening of a network and eventually his disappearance.

Keywords

Profile Prospectus, Multilevel.

## ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	10
II. MARCO TEÓRICO .....	12
2.1 Antecedentes .....	12
2.2 BASES TEÓRICAS.....	14
2.2.1 Emprendedor .....	14
2.2.2 Habilidad de vendedor .....	15
2.2.3 Liderazgo .....	16
2.2.4 Inteligencia Emocional .....	17
2.2.5 Marketing Multinivel o redes de mercadeo .....	19
2.2.6 Ley de Metcalfe.....	26
III. MATERIALES Y MÉTODOS.....	27
3.1. Tipo Y Diseño De Investigación .....	27
3.2. Área y Línea de Investigación.....	27
3.3. Población, Muestra y Muestreo.....	27
3.4. Métodos, Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos.....	28
3.5. Técnicas De Procesamiento De Datos .....	28
IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	28
4.1. RESULTADOS.....	29
4.2. DISCUSIÓN .....	32
V. PROPUESTA.....	33
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	35
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	37
VIII. ANEXOS	

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Siete principios básicos para una industria multinivel armónica y respetable. ....	25
Figura 2. Características distintivas según sexo .....	29
Figura 3. Grado de calificación: Entusiasmo .....	31
Figura 3.1.1. Grado de calificación de emprendimiento .....	69
Figura 3.1.2. Grado de calificación de entusiasmo.....	69
Figura 3.1.3. Grado de calificación de perseverancia.....	70
Figura 3.1.5. Grado de calificación al optimismo .....	72
Figura 3.1.6. Grado de calificación a la serenidad .....	72
Figura 3.1.7. Nivel de emprendimiento según el género .....	73
Figura 3.2.1. Características distintivas según género .....	73
Figura 3.2.2. Características Distintivas según edad.....	74
Figura 3.2.3. Nivel de Apoyo de Oriflame en la obtención de reconocimiento .....	75
Figura 3.2.4. Nivel de motivación según el logro de objetivos .....	75
Figura 3.3.1. Nivel de calificación a la planificación personal .....	75
Figura 3.3.2. Logro de metas según la edad .....	76
Figura 4. Grado de calificación: capacidad para soñar (metas).....	31
Figura 5. Nivel de calificación a la planificación personal. ....	32

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Variables de Muestreo .....	28
--------------------------------------	----

## I. INTRODUCCIÓN

El sistema actual, de crecimiento de las redes en el multinivel es bastante alto, como ejemplo, podemos nombrar una red personal 12%<sup>1</sup> de Oriflame, que tiene un año desde que se inició; esta red ha ido mostrando un crecimiento en un porcentaje de 13.3% y en la actualidad un 65.2% en su último periodo, esta situación se ha debido a que ingresan, gran número de personas, que buscan una utilidad a corto plazo.

Sin embargo, las redes multinivel son un medio de ganancias y crecimiento a largo plazo, generando como consecuencia gran rotación de personas, en un porcentaje estimado de 41.54%<sup>2</sup> (Oriflame, 2013), por periodo de actividad, donde 27 socios de red que ingresaron con el objetivo de hacer dinero rápido iniciaron como parte de la fuerzas de ventas, para pasar al poco tiempo a ser socios o prospectos inactivos en el negocio. Esto implica un costo en tiempo y recursos que pudieron dedicarse a captar a personas que tengan un mejor desempeño y actitud en el negocio y sobre todo se mantengan activos; dedicando tiempo a prospectos que reúnan las características necesarias.

Lo que se busca con esta investigación es identificar el perfil que define al prospecto ideal en el negocio multinivel, sus habilidades, actitudes, destrezas, que lo determinan como un prospecto de calidad y comprometido con sus objetivos personales, permitiendo así el fortalecimiento y la estabilidad de la red en el tiempo, disminuyendo los altos índices de rotación.

Para ello hemos supuesto que el perfil viene definido por las características y habilidades que el prospecto debe poseer para el desarrollo de una red sólida;

---

<sup>1</sup> En el Plan de Éxito de Oriflame, un líder 12% es el inicio del crecimiento en la escalera del multinivel, teniendo el rol y la responsabilidad de reclutar, activar, capacitar, desarrollar nuevos líderes y establecer metas, teniendo en su red aproximadamente 25 socios, con quienes trabaja.

<sup>2</sup> Datos obtenidos de red personal de líder 12% con código 562606 de Oriflame Perú.

tales como, conocerse a sí mismo, conocer su realidad, saber qué es lo que desea lograr, cómo y para que trabajar en el logro de su objetivo, conocer la importancia de administran su tiempo; contar con iniciativa, creatividad, espíritu emprendedor, capacidad para soñar, pasión y optimismo que hace de esta, una persona única y apta para desarrollar un negocio propio haciendo uso del multinivel como herramienta para su crecimiento personal y profesional que va de la mano con la búsqueda de su libertad personal y financiera.

Por ello en los resultados obtenidos a través de nuestras encuestas realizadas, se logra deducir que gran número de socios que pertenecen a una red en este negocio son de género femenino, las cuales desarrollan con mayor facilidad actividades que son establecidas por sí mismas logrando de esta manera tener una mejor estabilidad económica con una mayor calidad de vida.

Cuando un prospecto tiene las características, habilidades y destrezas que se necesitan, lo importante es que este crea su propio potencial, para ejecutarlo en el logro de sus metas, su carácter emprendedor, optimista y perseverante será lo único que le permitirá alcanzar lo que tanto desea. Posee la habilidad de escuchar, entender e influir al momento de comunicar de manera clara su oportunidad de negocio, motiva constantemente a las personas de su red y sabe que mostrando un liderazgo logrará conseguir que otros, se identifiquen con él y puedan iniciar el negocio por sí mismos auto motivándose a alcanzar su meta.

## II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

Hoy en día el mundo ha ido cambiando volviéndose más exigente, competitivo y por ende la vida de las personas cambian y estas buscan la forma de adaptarse, inquiriendo por una manera de solventar su situación familiar, social y económica; ya no como un trabajador dependiente, sino como una persona con decisiones propias y libertad financiera.

Según la revista *Éxito* de Oriflame (De la Rosa, 2008), en las entrevistas realizadas a diferentes líderes nos muestra claramente las diversas actitudes que tienen para desarrollar su propio negocio, tales como:

Conchi Leal, líder española; cree en sus metas, aspiraciones y valores, manifiesta que “el inicio es bueno, pero no necesariamente fácil. “Hay que ser valiente”, busca aprender todo el tiempo, afirmando que el primer secreto es tener paciencia, confianza y que además existe una relación directa entre el tiempo que se invierte y la compensación, que el motor que te mueve es creer y ayudar a los demás.

José David Barragan, líder colombiano: con tan solo 21 años de edad, es un líder 21% destacado; es una persona que cree en sí mismo y en sus metas, afirma que para lograr el éxito se necesita “organización, disciplina y un torrente de ganas”, además de tener una mente abierta al conocimiento, auto motivación y las ganas de ayudar al prójimo.

Por el cual, el desarrollo de una persona en el negocio multinivel requiere de actitudes de emprendimiento. Por lo tanto encontrar una persona así, es un requisito indispensable para mantener una red estable.

Cuando se opta por iniciar un negocio propio, haciendo uso de la venta directa, mediante una red de distribución conocida como el negocio multinivel o

Network marketing, el cual consiste en ofrecer un producto desde el fabricante, al consumidor final a través de una red de personas que generan un ingreso por referir dichos productos o servicios (Coughlan, 1998). Es en este momento donde se entiende que la persona inicia una nueva etapa en su vida laboral donde su aprendizaje va direccionado al desarrollo de su negocio o franquicia personal.

En el artículo publicado por Bussines Empresarial 2013, nos muestra los inicios y la actitud emprendedora que tuvo la fundadora de la empresa Renzo Costa, una empresa con originalidad y tendencia, una marca de prendas y artículos de cuero hoy en día bien posicionada en el mercado.

Que inicio gracias al espíritu emprendedor de Marina Bustamante psicóloga de profesión, quién empezó desde muy joven luchando y sacrificándose por alcanzar el éxito que hoy tiene. Afirma que es necesario soñar y pensar en grande, buscar trabajar en lo que les gusta, sacrificarse, ser optimistas, tener confianza en sí mismo, ser creativos, nunca quedarse estáticos, avanzar, crecer y afrontar los obstáculos siempre con una sonrisa.

En la Edición Ser Empresario, “Walter Elías Disney, menciona “si lo sueñas, puedes lograrlo”, después de tener una variedad de oficios perfeccionó su talento artístico y opto por crear personajes que hoy en día podemos observar en cine y la televisión.

Nunca dejó de soñar, lo que más le fascinaba era trabajar en lo que se sentía a gusto; pero cómo explica su éxito: “Sueño, después contrasto mis metas a alcanzar con mis creencias, me atrevo a asumir riesgos y aplico mi visión para que estas metas se lleguen a realizar, de la mano con los 4 pilares esenciales soñar, creer, atreverse y hacer”(Texto extraído Pág.15 de la Edición de Grandes Casos Empresariales –“La Gestión de Disney, cómo aplicarla a su empresa”.)

De esta manera dio a florecer su espíritu emprendedor, haciendo uso de factores tales como talento, trabajo, esfuerzo y perseverancia que lo condujo a transformar su destino y con ayuda de su hermano logro construir grandes proyectos, como lo es hoy en día Disney, un proyecto que inicio con tan solo \$500 dólares y se transformó en un gran icono que reflejan metas y emociones.

Entonces concluimos que el querer ser independiente, autónomo y exitoso, no es una tarea fácil, algo ocurre en este proceso que hace que unos lleguen y otros no a lograr sus objetivos trazados. Y no es suficiente poseer algunas de las características que determinan la personalidad de un emprendedor, hay que asumir a profundidad un estilo y un esquema de vida que va mucho más allá de un simple querer, dedicando tiempo a transformar su entorno y aprovechar oportunidades (GEM, 2010).

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Emprendedor**

Al hablar de un emprendedor exitoso, es inevitable definirlo como una persona que posee un espíritu de búsqueda de algo nuevo, que acepta el riesgo como parte inherente de todo cuanto hace, y que observa en cada dificultad un reto a ser vencido y no un bloqueo. Es el hacedor de sus propios retos e instrumentador y ejecutor de sus soluciones. Su universo de acción es la innovación y sus límites suelen ser su propia capacidad y tiempo de vida. (Camacho, 2004).

Un emprendedor cuenta con una personalidad que hace que se diferencie de los demás por poseer ciertas cualidades que logran impulsarle a realizar sus propósitos a través de una cierta motivación de crecer personal como profesionalmente, sentirse dueño de su propio destino, empeñado a conseguir lo que se propone y de contagiar su entusiasmo a los demás, teniendo la

suficiente capacidad de esforzarse a realizar sus proyectos con valores sociales, de este modo llegará a fortalecer su actividad económica.

Según el estudio GEM Perú, menciona que en la actividad emprendedora existe un componente cultural que desvaloriza esta acción, “el miedo al fracaso”, donde se desvirtúa una buena oportunidad, llegando a minimizar esta emoción y logrando desmotivar a las personas a iniciar una aventura empresarial. (Serida & Morales, 2011).

A pesar de los obstáculos por los que afronta un emprendedor día a día, podemos observar la valentía que este posee para tomar decisiones que son la muestra del arte en los negocios, la capacidad de evaluar factores de costos que no son los únicos ni los más críticos a considerar. Es por ello que toda decisión involucra una elección entre alternativas de solución haciendo que crezcan los ingresos esperados y por consiguiente, dando mayor énfasis a estrategias que contemplen oportunidades de mercado. (Vázquez, 1992).

Es por ello que el negocio multinivel, llega a formar parte de una opción económicamente estable y creciente el cual permite a muchas personas realizarse como profesionales sin descuidar su familia, donde la flexibilidad de tiempo parece ser un logro en el sentido de otorgar mayor libertad a los socios pero, al mismo tiempo, con efectos en las posibilidades de acoplamiento entre su entorno social.

### 2.2.2 Habilidad de vendedor

La capacidad para vender es la habilidad de negocios número uno, llegando al extremo de que si no puedes vender, no puedes llegar a pensar en ser dueño de un negocio, ya que los mejores vendedores son los mejores líderes. El mercado así como en el negocio se mantiene de compradores y vendedores, si no tenemos compradores, tendremos que salir del mercado, lo que significa, que se tiene que vender de manera continua.

La venta no solo viene relacionada al intercambio de un bien o servicio por un valor económico sino que va más allá, se trata de una venta física, emocional y espiritual que mueve a otros a actuar.

Si lo que se busca es éxito en la vida, se tiene que aprender a cómo vender, a sobreponerse a los miedos; la mayoría de las personas esta aterrorizada por las ventas, pues su terror inicia en el miedo al rechazo, la baja autoestima y la falta de autoconfianza que arruina con el tiempo la vida. El rechazo es el inicio de la corrección, es por ello que es un riesgo y una ventaja aprender, corregir y obtener la posibilidad de ser aceptado. (Kiyosaki & Lechter, 2010).

### 2.2.3 Liderazgo

Es el proceso de influir en las actividades de los individuos o de grupos organizados, a fin de que sigan al líder y estén dispuestos a hacer lo que quiere. Para ser un buen líder hay que tratar directamente con los demás, establecer una relación personal con ellos, aplicar las técnicas apropiadas de persuasión e inspirarlos, influyendo así para que colaboren en la realización de las metas y de la visión. Los líderes exitosos logran que las personas en su entorno le ayuden a realizar la visión y metas, referidas a valores humanos como la empatía, la confianza, el respeto y el coraje (Dalton , Hoyle, D., & Watts, 2007).

Cualquier persona puede convertirse en un líder, depende como sepa desarrollar sus habilidades esto se debe principalmente a su propio esfuerzo. Quien desee convertirse en un buen líder, tiene que identificarse con cada uno de los integrantes de su equipo y saber controlar las emociones.

En el mundo del mercadeo en red, el tipo de líder que es desarrollado es un líder que influencia a otros siendo un gran profesor, enseñando a otros a llenar sus vidas con el logro de sus metas. En lugar de vencer al enemigo o de vencer a la competencia, la mayoría de los líderes del mercadeo en red simplemente inspiran y enseñan a otros para encontrar la generosidad

financiera que este mundo ofrece sin dañar a los demás (Kiyosaki & Lechter, 2010).

#### 2.2.4 Inteligencia Emocional

Todas las personas conocen alguna historia de algún ejecutivo o emprendedor altamente inteligente y preparado que asumió una posición de liderazgo y fracasó. También se conoce el caso de alguien que con sólidos, aunque no extraordinarios conocimientos asumió un puesto similar y llegó muy alto. Anécdotas de este tipo sostienen la creencia generalizada de que identificar a individuos que tienen “lo que hay que tener” para ser líderes es más un arte que una ciencia. Después de todo, los estilos personales de líderes varían.

(Goleman, 1995). Presenta una integración en un procedimiento coherente de aptitudes y comportamientos, he aquí la importancia que las emociones tienen en nuestra vida cotidiana, en la mayoría de las veces marcan todas nuestras decisiones casi sin percatarnos, logrando proporcionar resultados exitosos en el desempeño individual, en relaciones interpersonales, en el trabajo y en diferentes situaciones de la vida.

La aptitud emocional es importante y sobre todo en el liderazgo, cuyo papel esencial es que otros ejecuten trabajos con más efectividad, pero muchas veces la ineptitud de los líderes reduce el desempeño, generando: la creación de asperezas, pérdida de tiempo, motivación y dedicación al trabajo, acumulando hostilidad y apatía.

(Goleman, ¿Qué hace a un líder?, Octubre, 2014.) , menciona que, en una investigación realizada a casi 200 grandes empresas globales. Se identificó cualidades asociadas tradicionalmente al liderazgo (como la inteligencia, firmeza, determinación y visión) son necesarias más no, suficientes para lograr el éxito. Los líderes verdaderamente efectivos también se distinguen por un alto grado de inteligencia emocional, que incluye la autoconciencia, la autorregulación, la motivación, la empatía y las habilidades sociales. Estas

cualidades pueden sonar como “blandas” y poco profesionales, pero llegan a establecer relaciones directas entre la inteligencia emocional y resultados empresariales cuantificables.

- La autoconciencia, es un ingrediente infaltable en la aptitud de una persona, para reconocer y entender los estados de ánimo, emociones e impulsos propios; así como su efecto en los demás, ya que significa tener una profunda comprensión de las emociones, fortalezas, debilidades, necesidades y motivaciones propias. Un rasgo muy particular en las personas que poseen un alto nivel de autoconciencia, es que no son ni extremadamente críticas ni confiadas en exceso; cuentan con confianza en sí mismas, son capaces de realizar una valoración honesta, realista y auto crítica de sí mismos y con los demás.
- Autorregulación, los impulsos biológicos dirigen nuestras emociones. No nos podemos librar de ellos, pero podemos hacer bastante por controlarlos. La autorregulación, es como una constante conversación interior que permite controlar o redirigir los impulsos negativos o el mal humor; propensión a no tomar decisiones apresuradas y a pensar antes de actuar. Es el componente de la inteligencia emocional que nos libera de ser prisioneros de nuestros sentimientos, la importancia radica en que al dominar estos sentimientos e impulsos, nos mostramos como personas competitivas y capaces de crear un clima de confianza y de justicia con apertura al cambio.
- Motivación, las personas buscan desafíos creativos, adoran aprender y se enorgullecen del trabajo bien hecho, derrochan su energía por hacer las cosas mejor, esta pasión es la motivación que existe por trabajar por razones que van más allá del dinero o el estatus, es una tendencia a luchar por los objetivos con energía y persistencia, característica propia de las personas con orientación al logro, optimismo, incluso frente a la adversidad.

- La empatía, habilidad para tratar a las personas en función a sus reacciones emocionales. En la actualidad la empatía es un ingrediente muy importante en el liderazgo por tres razones: el creciente uso del trabajo en equipo, rápido ritmo de la globalización y la necesidad cada vez mayor por retener al talento.
- Habilidades sociales, es una competencia en el manejo de relaciones y la creación de redes sociales, es una capacidad para encontrar puntos comunes y estrechar lazos, dirigir a las personas en la dirección deseada, ya sea hacia el consenso o ante una nueva estrategia; esta habilidad es la culminación de las antes mencionadas porque permite a las personas ser más eficientes manejando relaciones al crear y liderar equipos, porque ya entienden y controlan sus propios sentimientos y pueden tener empatía con los sentimientos de los demás. (Goleman, 2014.)

#### 2.2.5 Marketing Multinivel o redes de mercadeo

El Multinivel es un modelo de distribución de productos y/o servicios formado mediante una red de representantes independientes afiliados a una empresa que utiliza este esquema de mercadeo para comercializar sus productos.

En teoría, cada uno de los distribuidores adquiere y comercializa los productos para su venta y consumo personal. Además de esta actividad, se generan ganancias como resultado de la construcción de una red de distribuidores. No existen límites ni cuotas, ya que todo es totalmente voluntario y libre.

El verdadero poder del Multinivel radica en reclutar a otras personas para que estas a su vez también distribuyan sus productos y se repita este ciclo una y otra vez. Las ganancias para quien realiza responsablemente esta actividad provienen no sólo de la utilidad de las ventas personales, sino de la facturación de la red que construyó.

En este negocio existe un factor clave y fundamental, la actitud, el manejo de emociones y la técnica comprobada que recomienda la empresa y aunque es fácil de comprender, la ejecución se torna compleja, debido precisamente, al factor humano netamente emocional.

Puesto que el Network Marketing (como también se le conoce al Multinivel) se basa en la recomendación boca a boca por parte de sus consumidores o distribuidores, la penetración en el mercado puede ser muy eficiente y productiva. El consumidor prueba un producto recomendado por un conocido y no por el medio tradicional de un anuncio publicitario.

Aunque nadie puede garantizar un resultado o ganancias específicas, ciertamente el potencial de ingresos es muy grande, tan grande como seamos capaces de duplicar este modelo de negocios entre nuestro mercado de forma profesional. ( Rodríguez Padrés, 2013).

Y para tener los resultados de duplicación y crecimiento es necesario que la persona, se auto eduque personal y emocionalmente permitiéndole iniciar este negocio con bases sólidas y encaminadas al logro del éxito. Para ello citaremos el libro el Árbol rojo del multinivel que muestra mediante analogías y ejemplos la relación de la naturaleza universal del árbol, con la naturaleza del hombre dado a que ambos son seres vivos; igual a todas las personas que componen una red de mercadeo, donde existen leyes y sistemas que rigen tanto en la naturaleza como en el negocio multinivel.

El primer elemento la Tierra: hace referencia al sentido de la vida, donde los arboles reflejan una inteligencia universal y su existencia tiene una finalidad (fertilizar la tierra con sus desechos y así nutrir el bosque, entre otros), pero en ocasiones el hombre ha introducido especies ajenas a un ecosistema, alterando con esto la armonía del lugar y provocando la extinción.

De la misma forma, en la naturaleza del hombre está el amar, soñar, desear, querer. Ésta es su esencia lo que le hace ser humano, lo que estimula el progreso de la humanidad y, para muchos, el sentido de la vida. De igual

manera sus metas son el motor, la gasolina que mueve a la persona a desarrollarse y dar lo mejor de sí. Cuando una persona deja de soñar altera su naturaleza humana y pierde lo más importante su esperanza, y el sentido de la vida, es allí cuando solo empieza a sobrevivir y genera grandes listas de intenciones que nunca podrá llegar a realizarlas, es por ello que se debe priorizar lo más importante porque no tendremos jamás tiempo para todo.

Para iniciar un negocio, la persona debe contar con la capacidad de soñar bien desarrollada, en el libro nos menciona que antes de despegar hacia el éxito en este modelo de negocio muchos pasamos por 4 niveles de conciencia:

Primer nivel “negación”: se caracteriza porque la persona no ha reconocido sus carencias, se enfrasca en argumentos y justificaciones que no le permiten ver su realidad financiera y laboral.

Segundo nivel “sentido de enojo”: la persona descubre cómo se encuentra en realidad, pero no lo acepta, lo cual genera dolor, frustración y por ende enojo.

Tercer nivel “negociar más tiempo”: a pesar de haber reconocido las carencias y la situación personal como crítica o no muy adecuada, la persona practica la postergación porque no encuentra una razón.

Cuarto nivel “empezando ahora”: se caracteriza por dos circunstancias, la persona llega a tocar fondo por ejemplo, un despido laboral, bien asistió a un evento de alguna compañía multinivel y escucho testimonios que tocan en la persona el umbral emocional. Es por ello que se debe reflexionar, no engañarse así mismo.

Segundo elemento Semillas: hace referencia que en el negocio multinivel, se requiere sembrar todo el tiempo, sin importar la estación; se debe entender que se tiene información y valiosa y que tienes que compartirla y transformar vidas, lo cual no sucederá sino arrojamos la semillas.

Lo que sembramos caerá en diferentes terrenos y puede ser que germine y dé fruto o que no sea así; esos tres campos son: del ahora, del luego y del nunca.

Ahora: son la tierra más fértil, son las personas que hay que buscar. Es “alguien que está en actitud de búsqueda”, que está cansado de su situación actual, entre más inconforme esté una persona, más fértil será para este proyecto, sin forzar nada. La clave está en encontrar qué es aquello que le inconforma y presentarle el negocio como la solución a su problema.

Los ahora son fácilmente enseñables, están deseosos de tener información y conocimiento que les permita crecer rápidamente en su negocio.

Luego: son aquellas semillas que el viento lleva a otros terrenos, muchas pueden llegar a la parcela de alguien del mismo multinivel que usted o encuentre un ambiente adecuado para su desarrollo en otra marca, afiliándose a una red diferente.

Nunca: está formado por personas con las que, por más que intente, no podrá tener fruto, se caracterizan por ser negativas y reactivas.

Es por este motivo que es necesario sembrar más de una semilla, es decir hablar con más personas y seguir las siguientes recomendaciones:

- Realizar una lista de prospectos, no prejuzgar a las personas.
- Contacto para cita
- Primer encuentro virtual o presencial, donde se compartirá la oportunidad de negocio.
- Segunda cita, etapa donde el prospecto decide afiliarse.
- Seguimiento y capacitación.

Después de realizar estos pasos, es necesario conocer cómo cuidar al árbol o prospecto sin asfixiarlo, el secreto se encuentra en el entrenamiento, es necesario enseñar a los socios a que sobrevivan por sí mismos, observarlos en su aprendizaje, hacerlos parte del proceso de integración, crecimiento y práctica con el fin del obtener nuevos retoños es decir duplicar.

Al inicio se mencionó la importancia de la realización de metas, pues estos tienen un gran poder en la personas, existen dos tipos de metas: aquellos que son impulsores o de dolor que impulsan a alcanzar aquello que no tienes, y están aquellas metas inspiradas por el corazón o de placer, en el MLM se necesitan personas enfocadas independientes y conscientes de lo que desean lograr, es por eso que cuando una persona desarrolla compromiso con su sueño, no la para nadie hasta alcanzar su objetivo.

Tercer elemento las raíces: no se ven pero sustentan la belleza que podemos observar, estas toman agua y nutrientes que necesitan para crecer y dar fruto, son el balance del árbol, sin estas raíces comprometidas ningún árbol podría crecer. De este modo es que una red de mercadeo es fuerte y estable, cuando desarrolla raíces profundas que generan seguridad, las raíces con lateralidad o anchura para generar rentabilidad y un árbol con buenas raíces es un árbol fuerte y sano.

En muchas ocasiones las mismas personas cortan sus raíces evitando su desarrollo y crecimiento por el miedo, a ser rechazados, al no, a la crítica, al cambio, al éxito, al dinero y a arriesgarse, este miedo paraliza y hace perder la perspectiva.

Cuarto elemento el tronco: mientras más robusto mejor, el tronco hace referencia a la perseverancia de la persona en el negocio a más tiempo más experiencia, más conocimientos, no solo se trata de carisma y talento, sino de poseer ganas de que funcione, perseverancia, entusiasmo, humildad, acción, no fabricarse murallas que impidan el desarrollo.

Quinto elemento el follaje: es la parte donde se desprenden los frutos, entre más follaje más flores más frutos, de la misma forma mientras más personas invites en la red más grande será; y es por esa razón, que muchas personas no crecen en el multinivel por que ponen pretextos por lo reclutados que siempre se debe tener, por las prospecciones que deben realizar, sin embargo en este negocio y en cualquier otro como menciona, Steve Jobs, nunca se

debe darse por vencido, nunca aparentar, nunca mantenerse inmóvil, nunca aferrarse al pasado y nunca dejar de soñar, es por ello que en el multinivel siempre hay que trabajar y no confundir la mecánica que existe con la esencia la pasión de este negocio, que transmite emociones, entrena y te permite desarrollar nuevas habilidades adoptando un sistema que permite ser productivo.

Sexto elemento los frutos: son la gratificación del saber esperar, queremos frutos pues se necesita de tiempo y dinero para probar los productos y recomendarlos, comprar material, capacitar, viajar, tarjetas de presentación personal.

Séptimo elemento el entorno: el negocio no está solo, pero necesitamos del entorno para seguir, resolver problemas para ganar, controlando acontecimientos inesperados, como la reacción ante lo que pasa, el número de invitados para el negocio que deseen hacer lo mismo, las emociones.

Todos estos elementos se basan en la importancia que tiene la persona dentro del multinivel y como debe ser esta en su actuación diaria para su crecimiento, donde el reclutamiento, las prospecciones, el entrenamiento y las emociones que transmiten, son el éxito en el multinivel.

Muchas veces la mayoría de personas cuando comienzan en el negocio multinivel se dejan llevar por ciertas atracciones económicas que son impulsados con el único afán de ganar dinero sin proyectarse al futuro (llamados mercenarios) según menciona Rodríguez, M. Para ello considera 7 principios básicos para que exista una industria multinivel armónica y respetable:

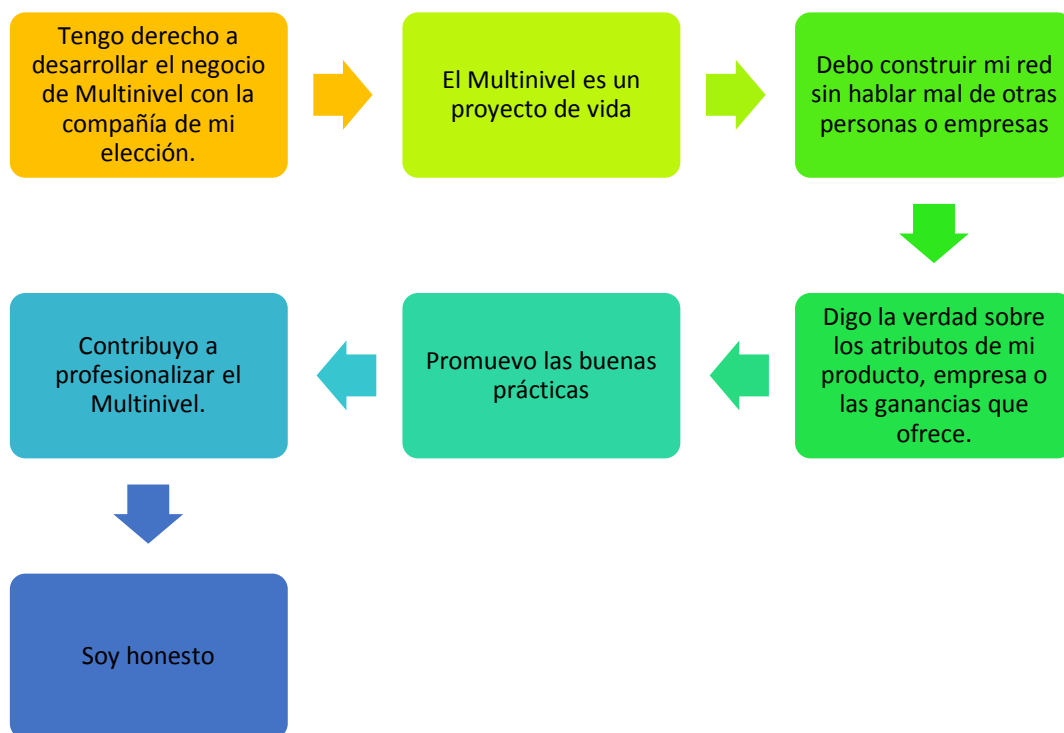


Figura 1. Siete principios básicos para una industria multinivel armónica y respetable.

Estos principios son una base sólida para construir un verdadero multinivel exitoso, sin necesidad de pérdida de tiempo, dinero y esfuerzo. Una persona al iniciar emprender en esta nueva aventura debe evaluar con inteligencia las propuestas realizadas por diferentes empresas que ofrecen este tipo de negocio y no dejarse llevar por el efecto “novedad”.

Teniendo una visión clara, concisa y de largo plazo que va con el desarrollo de las actividades de manera responsable y razonable ya que de ello dependerá lograr construir su proyecto de vida con una dosis de honestidad y

autocrítica. No presumiendo del éxito que va alcanzando sino enseñando con humildad, ofreciendo los productos de manera real y no engañosa, porque de ello depende la credibilidad y confianza para con sus clientes.

Los negocios de Multinivel respetables, están regulados por las leyes que rigen a los mercados de cada país. Construir negocios de Multinivel con base en expectativas de ganancia fuera de toda lógica, es inapropiado y en algunos casos ilegal. Las malas prácticas traen consigo desagradables consecuencias.

La profesionalización y el respeto llevarán a construir un negocio multinivel de largo plazo, sobre bases firmes y un sistema de trabajo efectivo... “la red aprende de líder”. Al ser honesto con uno mismo lograra obtener grandes beneficios de forma personal y económica, convirtiéndose en una persona emprendedora con grandes habilidades por fortalecer, alcanzado toda meta trazada en el multinivel ( Rodríguez Padrés, 2013).

#### 2.2.6 Ley de Metcalfe

Es una ley, para la valuación de redes que toma en cuenta la cantidad de usuarios que una red posee así como la valuación subjetiva de cada individuo por pertenecer a dicha red. Si cada usuario valora positivamente el hecho de que existan otros usuarios conectados a la red, entonces ello redundará en un valor multiplicativo por el número usuarios existentes.

El valor de una red depende en gran medida del exponencial segundo del número de usuarios conectados a la misma; permitiendo de esta manera aumentar el efecto de accesibilidad de información, y al efecto economías de escala.

El valor económico de una red = (número de usuarios).

(Larrosa, 2000).

### **III. MATERIALES Y MÉTODOS**

#### **3.1. Tipo Y Diseño De Investigación**

El diseño de investigación será de tipo Mixto: porque se utilizará una herramienta cuantitativa para las personas que recién han entrado a la red y una herramienta cualitativa para los socios que ya tienen tiempo dentro de una red multinivel.

#### **3.2. Área y Línea de Investigación**

**Área:** Gestión

**Línea de investigación:** Administración

#### **3.3. Población, Muestra y Muestreo**

Población

La población está determinada por todas las socias del departamento de Lambayeque, que pertenecen a la empresa Oriflame y hacen uso del modelo empresarial multinivel. Siendo aproximadamente 3699 socias (Fuente: Oriflame-Lambayeque-Perú), incluidas líderes 12%, 15%, 18% 21% de la zona norte del Perú.

Muestra

Para la presente investigación se tomara como muestra a todas la socias exitosas y líderes activas de la empresa Oriflame, que desarrollan este modelo de negocio. Esta muestra se obtuvo por referencia 5 socias exitosas por líder.

Muestreo

El muestreo a realizar en el proceso de la investigación será de tipo experimental debido a que no se ha encontrado investigaciones publicadas acerca del perfil que se requiere para ser parte de este tipo de negocio; haciendo uso de datos de aquellas personas que tienen el título de líder dentro del multinivel en la empresa Oriflame, los cuales serán elegidos de manera:

aleatoria, ya que se busca analizar cualitativa y cuantitativamente a las personas que conforman ya una red de multinivel, dentro de la ciudad de Chiclayo, diagnosticando si realmente es necesario el perfil de las personas dentro de este negocio, para el desarrollo de una red sólida en el tiempo.

Tabla 1. Variables de Muestreo

Z	1.96
P	0.5
Q	0.5
N	3699
E	0.06

Muestra: 248

### **3.4. Métodos, Técnicas E Instrumentos De Recolección De Datos**

#### Métodos

El presente trabajo de investigación tiene como fin identificar el perfil que define al prospecto ideal, para el negocio multinivel – caso Oriflame, haciendo uso de instrumentos como entrevistas y encuestas para el levantamiento de información, continuando con el procesamiento de datos.

#### Recolección de datos

En cuanto a la técnica de campo, la recolección de datos se llevará a cabo mediante los siguientes instrumentos: Entrevistas y encuestas dirigidas a socias activas y líderes exitosas, en septiembre del 2013.

### **3.5. Técnicas De Procesamiento De Datos**

El proceso de la información y análisis de datos obtenidos se darán mediante el uso de la herramienta Microsoft Excel, donde los datos recolectados serán analizados y presentados para una mejor comprensión y visualización de los resultados.

## **IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

#### 4.1. Resultados

Según los datos obtenidos en el levantamiento de información, se pudo observar respuestas múltiples tanto de socias como líderes, que determinaron de cierta forma, su modo de pensar y actuar; permitiéndonos identificar un perfil que se perfeccionará con la información adquirida de las entrevistas a líderes 12% y superior, en el negocio multinivel de Oriflame.

Con el primer objetivo de nuestra investigación pretendemos identificar las habilidades del socio en el negocio multinivel, obteniendo un 33% de socias con habilidad emprendedora, que las distingue de otras, es decir que se atreven a llevar a cabo sus metas trazadas, teniendo un espíritu especial que debe cultivar y fortalecer debido a lo difícil que resulta esta experiencia de negocio.

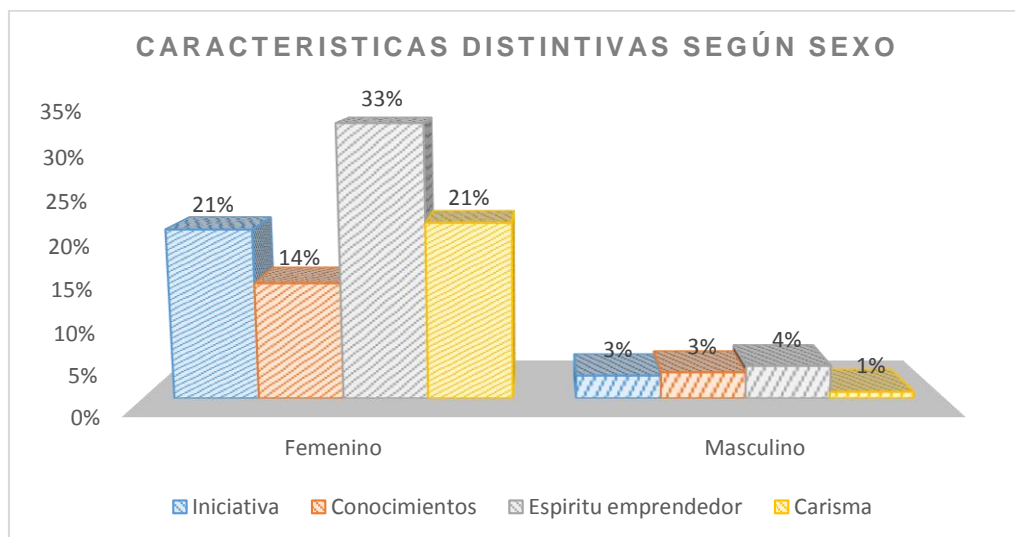


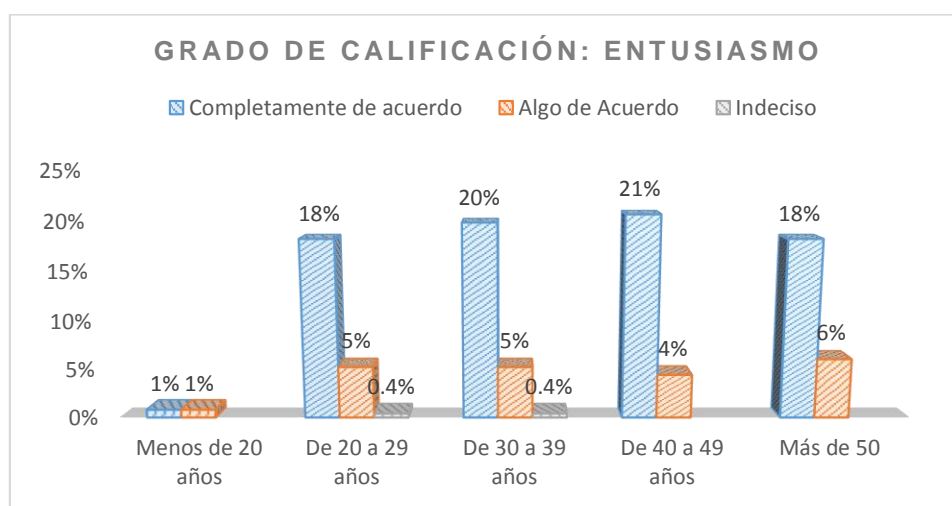
Figura 2. Características distintivas según sexo

Sin embargo el porcentaje de participación en el género masculino es el 1% (habilidad- carisma), que se ve afectado debido a aspectos culturales, evitando su desarrollo en una empresa dedicada a la venta de productos de consumo masivo.

Si tomamos en cuenta la edad con respecto a la habilidad o característica emprendedora del socio, podemos apreciar una tendencia de 11%<sup>3</sup> en las personas de 50 años a más, debido a que han trabajado de manera dependiente y muchas de ellas han sido amas de casa, convirtiendo al negocio en una oportunidad que no requiere de características socio demográfico.

El segundo objetivo está enfocado a determinar las actitudes del socio en el multinivel, donde observamos 23%<sup>4</sup> de personas emprendedoras de edades entre 30 a 39 años, representado por el 81%<sup>5</sup> del género femenino, esta actitud no viene determinada por el nivel de educación sino por fijarse metas desafiantes y objetivos a corto, mediano y largo plazo, poseer un plan, correr riesgos, contar con un carácter de responsabilidad, tener la capacidad de persuadir y crear redes de apoyo que le permitan mayor crecimiento.

Otra actitud identificada es el entusiasmo, que muestra el 21% de socios entre las edades de 40 a 49, siendo el 69% mujeres, esta cualidad determina el ánimo para realizar las cosas bien, mostrando interés, servicio, motivación y firmeza frente a lo que debe hacer por cumplir sus metas, contagiando a otros las ganas de seguir adelante.



<sup>3</sup> Dato obtenido de la Figura 2.2.2 Características Distintivas Según Edad – Anexos Pag. 76

<sup>4</sup> Dato obtenido de la Figura 2.1.1 Grado de Calificación del Emprendimiento – Anexos Pag. 71

<sup>5</sup> Dato obtenido de la Figura 2.1.7 Nivel de emprendimiento según sexo Anexos Pag. 75

Figura 3. Grado de calificación: Entusiasmo

La perseverancia y el optimismo son actitudes que debe contar un socio del negocio multinivel, donde el 20% de personas entre 30 a 49 años, del género femenino (65%), se sienten comprometidas con su trabajo y saben que todo esfuerzo será recompensado con el logro de sus metas, enfrentando riesgos.

En los resultados obtenidos el 18% de las socias de 50 años a más, cuentan con una capacidad de soñar (metas) enfocada a ser motivo de acción para cada actividad planificada, permitiéndoles obtener mejores resultados que los jóvenes que solo se enfocan en sus metas y no los logran. Teniendo una mayor participación el género femenino con el 62%.

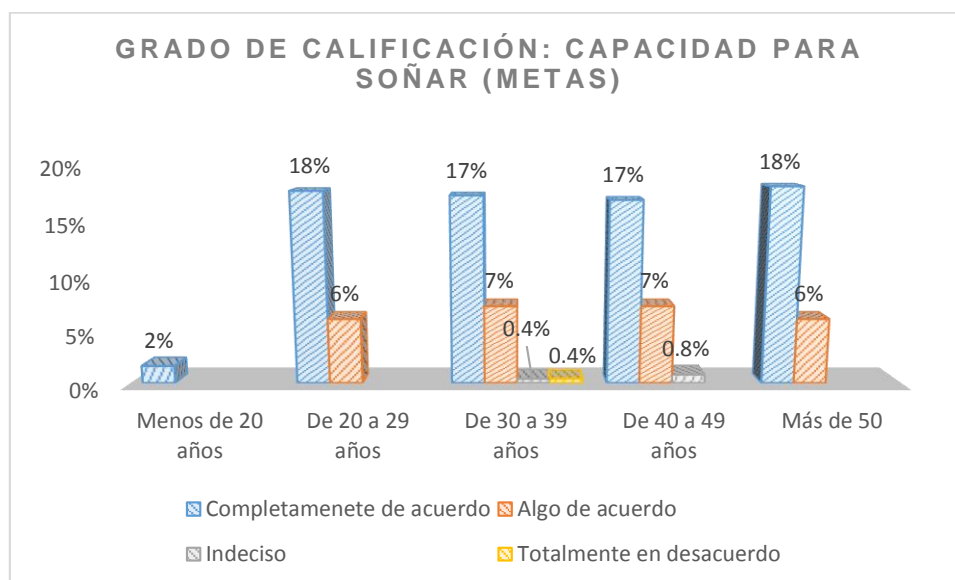


Figura 4. Grado de calificación: capacidad para soñar (metas)

El tercer objetivo planteado es determinar las destrezas que debe poseer el socio de una red, donde se ha definitivo que el 54% de las socias con edades de 30 a 39 años, consideran como factor primordial la planificación para el logro de objetivos.

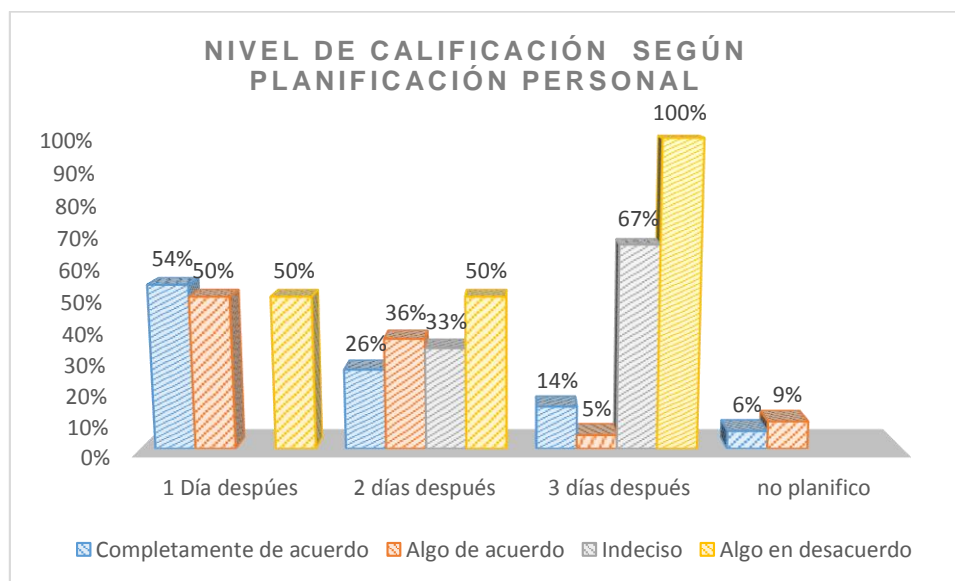


Figura 5. Nivel de calificación a la planificación personal.

#### 4.2. Discusión

El perfil del prospecto ideal, viene asociado a la capacidad emprendedora, habilidades, actitudes y destrezas que logran impulsar a la persona hacia su propio desarrollo personal.

El marketing multinivel es una estrategia, que permite brindar un modelo de negocio, donde los socios que desarrollan redes, buscan un beneficio económico, sin embargo este modelo no es aplicable para todas las personas dado a que requiere de mucha actitud, emociones y perseverancia ( Rodríguez Padrés, 2013).

Los resultados de la investigación arrojaron un índice y tendencia en el género femenino, permitiéndonos identificar aquellas actitudes, habilidades y destrezas, desarrolladas que forman parte de su perfil como socio o líder dentro del negocio. Habilidad tales como el emprendimiento representado por el 33%, donde Camacho (2004) lo define como posesión de un espíritu de búsqueda de algo nuevo, aceptando riesgos y poniendo a prueba su capacidad.

Y como actitudes podemos identificar con un 21% al entusiasmo, que según Malaret, J (2003) menciona en su libro, como aquella acción que inspira a las personas a desarrollar un proyecto, redoblando esfuerzos lograra acceder a mejorar su calidad de vida, ya que cada persona se manifiesta de manera particular e imprescindible.

Ser perseverante y optimista en el negocio multinivel está representado por un 20% de socias que a más tiempo, más experiencia, más conocimientos, les permite ser un mejor líder que no se enfoca en el carisma y talento, sino en poseer ganas, de alcanzar todo lo propuesto. ( Rodríguez Padrés, 2013).

Como ultima actitud identificada, la capacidad de soñar (Metas) esta representa por un 18% de personas, que para Petrella, R (2005), indica que logra realizar y construir “exigencias” de superación a los límites del presente. Pensar lo impensable, ser visionarios y pensar lo imposible.

## **V. PROPUESTA**

En base a los hallazgos de nuestra investigación, proponemos un perfil ideal del prospecto para el negocio multinivel en Oriflame.

Definir este punto es de suma importancia para un patrocinador, ya que es un factor importante para construir una ruta que le permita ir tras sus objetivos, alcanzando los niveles de incentivos y títulos que ofrece el negocio, con el fin de lograr auto sostenibilidad o libertad financiera.

Sin una definición clara del perfil de la persona a la cual va a orientar esfuerzos para el desarrollo del negocio multinivel, el trabajo será como “disparar las flechas” a cualquier lugar sin haber fijado el “blanco”, permitiendo potenciar el crecimiento de la red.

Cuando una persona conoce sus propias facultades, la manera de trabajar y sobre todo el tipo de persona con la cual sienta más conexión por la similitud en visión y forma de pensar, es que podrá establecer el perfil del socio potencial que desea incorporar.

Es por ello que con la información, mencionada en nuestra investigación, es importante que el perfil del prospecto ideal, esté enmarcado por unas características particulares y muy especiales, tales como:

- La actitud emprendedora, para asumir retos y riesgos, saliendo de su zona de confort.
- Entusiasmo, para transmitir esfuerzo, empeño e interés para el desarrollo de una actividad.
- Perseverancia y optimismo, para alcanzar sus objetivos con esfuerzo, creyendo en sí mismo para afrontar cualquier adversidad que se presente con el tiempo.
- Desarrollar como destreza la planificación de actividades y asignación de tiempo para la ejecución, permitiéndole lograr sus objetivos a corto y largo plazo.
- Mente abierta con apertura al cambio, orientación y pensamiento hacia el éxito.
- Capacidad para transmitir mediante testimonios, emociones, sentimientos y deseos.
- Tener en claro que la venta es un factor clave para el crecimiento de su red.
- Identificar problemas y miedos en el prospecto, para poder dar como posible solución el inicio en el negocio.
- Ser honesto, serio y formal, con visión en ayuda a los demás y de ver a sus futuros socios como instrumentos para la generación de ingresos.

Estas cualidades, actitudes y habilidades son esenciales y unas derivan de otras a medida que el líder tenga un enfoque correcto de acuerdo a sus objetivos propuestos y su visión, es de esta manera que él podrá alcanzar el éxito en su negocio.

## **VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Gran parte de la muestra encuestada considera importante el desarrollo de habilidades, actitudes y destrezas con el fin de utilizarlas como apoyo en el fortalecimiento y educación de la red Oriflame. El perfil de un prospecto representa la base del negocio ya que este tipo de personas aportan un trabajo con un enfoque diferente, basado en metas a corto, mediano y largo plazo. Por lo tanto si poseemos un buen prospecto en la red obtendríamos el crecimiento saludable que se busca y por ende su fortalecimiento en el tiempo.

Podemos afirmar que el uso de habilidades emprendedoras vuelven efectiva a una red, ya que podríamos considerarla una herramienta humana, potenciadora y ejecutora en el Mercadeo en Red. En la investigación, determinamos habilidades como: el “emprendimiento” característica más marcada en el estudio, con un 33% de población femenina entre los 50 años a más, cuya habilidad permite a las personas generar estrategias para lograr nuevos contactos (prospectos), comunicar, organizar eventos dentro de la misma red de mercadeo; “Carisma” marcada por un 21% de socias entrevistadas, quienes mediante esta habilidad motivan a su red, logrando generar compromiso con sus metas; “Iniciativa” habilidad que se determina por un 21% de socias quienes consideran que tomar la decisión en este negocio y dar el ejemplo a los demás conlleva a obtener resultados.

En cuanto al análisis de las actitudes del prospecto, llegamos a concluir que, sin estas no se puede direccionar conocimientos y habilidades para cumplir metas trazadas en la red. En la investigación se identificó algunas de estas actitudes como: el entusiasmo (21%) característica que los hace únicos frente a los demás; la perseverancia (20%) que es la clave para obtener éxito en este negocio y el optimismo (20%) capacidad para juzgar las cosas de manera positiva. Todas estas actitudes se manifiestan en socias de Oriflame entre los 30 a 49 años.

Al identificar las destrezas en nuestros prospectos del negocio Oriflame, nos permitirá identificar su capacidad para poder retroalimentar y fortalecer sus conocimientos mediante la educación individual y capacitaciones dictadas por la líder y la empresa. En nuestra investigación obtuvimos que 54% de socias consideran importante planificar sus metas y acciones para alcanzarlas, además de enseñar a las socias de su red la importancia de planificar y de educarse mediante capacitaciones; de esta manera desarrollar una red fortalecida en el tiempo. Otra de las destrezas identificada es el logro de metas (97%), donde socias de 40 a 49 años están más comprometidas con el logro de estas.

Los valores generan circunstancias beneficiosas para el prospecto, porque entiende la importancia de aplicar principios de su vida en el negocio, generando identificación, sentido de pertenencia, motivación y perseverancia en los miembros de su equipo de trabajo, logrando de esta manera una red desarrollada en educación y valores para obtener en el futuro como resultado: prosperidad.

El prospecto ideal para el desarrollo del negocio multinivel es aquel que cuenta con todas las características antes indicadas, sin embargo como señalamos en la introducción de nuestro trabajo en la práctica no suelen tomarse en cuenta, debido a que muchas socias trabajan de manera empírica y solo por obtener un ingreso, mas no se interesan por educarse y educar a su red. Sin embargo gracias a esta investigación se pudo estructurar un perfil del prospecto que permitirá el fortalecimiento de la red enfocando nuestro trabajo y nuestro tiempo en la búsqueda de personas con este perfil, que aporten al desarrollo de la red.

## VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Camacho, J. (2004). Aspectos conceptuales alrededor de las empresas de base tecnológica (EBT's). Universidad Industrial de Santander.
- Coughlan, A. T. (1998). Compensation plans, retail network growth, and profitability. *International Journal of Research in Marketing*. Network Marketing organizations.
- Dalton , M., Hoyle, D., & Watts, M. (2007). *Relaciones humanas* (Vol. 3ra Edición). Mexico: Thompson.
- De la Rosa, I. (2008). *Éxito*. Oriflame.
- GEM, E. (2010). Ser empresario un proyecto de vida. Estudio GEM Colombia, 6-7.
- Goleman, D. ( 1995). *Emocional Inteligencia*. Nueva York: Bantam Books. .
- Goleman, D. (Octubre, 2014.). ¿Qué hace a un líder? *Harvard Business Review*. América Latina., 10.
- Katz, R. L. (1974). *Habilidades para una administración efectiva*. Mexico, Biblioteca Harvard.
- Kiyosaki, R. T., & Lechter, S. L. (2010). *La escuela de negocios. Para personas que gustan de ayudar a los demás*. Buenos Aires: Santillana Ediciones Generales.
- Larrosa, J. M. (2000). Enmiendas a la ley de Metcalfe. *Universidad Nacional del Sur*, 13.
- Marelet, J. (2003). *Liderazgo de equipos con entusiasmo*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Oriflame. (Diciembre de 2013). [oriflame.com.pe](http://pe.oriflame.com/). Obtenido de <http://pe.oriflame.com/>
- Petrella, R. (2005). *El derecho a soñar*. Barcelona:Intermón Oxfam Editorial.
- Rodríguez Padrés, M. (2013). *El árbol Rojo del multinivel*. (Vol. 3era Edición). México, Hermosillo, Sonora, México: Centro de Desarrollo Empresarial.
- Serida, J., & Morales, O. &. (2011). *Estudio GEM Perú*. Lima: Universidad ESAN.

Vazquez, M. (1992). El clima en las organizaciones: teoría, método e intervención. PPU, S.A

## VIII. ANEXOS

### ANEXO 1. ENTREVISTAS A LÍDERES 12% Y SUPERIOR DE LA EMPRESA ORIFLAME - SEPTIEMBRE 2013

#### *Sra. Ruth Cabanillas Quiroz*

*P1. Considera que la oportunidad que vio en Oriflame es el de ayudar a la gente que necesita un trabajo, que se adapta al horario personal y familiar, permitiéndole adquirir conocimiento y poder mantenerse en el negocio, enseñando a otras personas a ganar dinero en el multinivel, con respecto a cómo está evolucionando considera que ha aprendido mucho en transcurso del tiempo: "... adaptarme a las necesidades de cada persona y llegar mejor a cada una de ellas, con esta gran oportunidad de negocio, hacer una mejor presentación en público sin temores", afirma que le encanta este trabajo .*

*P2. En cuanto a las fortalezas que tienen sus socias son el entusiasmo, las ganas por cumplir sus metas y la manera que han ido evolucionando es gracias a sus ambiciones de salir adelante y aprender el método que la empresa brinda para avanzar en el multinivel, ahora ellas se encuentran dedicando su tiempo y el empeño en su trabajo obteniendo buenos resultados, subiendo de niveles 6,9, 12%.*

*P3. Afirma que muchas de las personas que ingresan piensan que es ganar dinero fácil: No le dedican el tiempo necesario para el negocio y se desaniman cuando no ganan rápidamente dinero.*

*P4. Para el desarrollo de su red considera importante invertir el 25% de sus comisiones, aproximadamente S/.700.00 por cada catálogo.*

*P5. Dedicar al desarrollo de su red 5 horas diarias.*

*P6. Para reclutar a una persona se toma un tiempo aproximado de 2 semanas; para inscribirla solo se necesita 30 minutos, para reclutar suele preguntar ¿quieres aumentar tus ingresos siendo parte de una compañía europea?, en cuanto al método para inscribir usa referidos e instala un módulo en lugares públicos y aborda a las personas. Simultáneamente a los criterios de elección considera que para realizar el multinivel se necesita ciertas características que*

*no todas las personas tienen a mi criterio: Habilidades para comunicarse, ser positivos y dedicar tiempo.*

*P7. La interacción con sus socias la realiza vía teléfono, visita a sus hogares e invitaciones a reuniones.*

*P8. Alega que es muy importante escuchar las necesidades de las socias porque de esa manera se logra mucho para saber dónde encaja en este negocio: desean usar los productos, venderlos o formar una red. Se entera de las necesidades económicas y sus deseos de superación personal. La manera en que realiza este proceso es mediante preguntas discretas y cuando las visito observo su vida en el hogar.*

*P9. Suele utilizar las herramientas que la empresa brinda como son los programas de actividad o de reclutamiento.*

*P10. Sus actividades las realiza, planificando y organizando sus labores en agenda estableciendo fechas para atender y realizar cada día sus actividades.*

*P11. Considera que la planificación del catálogo es muy importante y debe realizarse siempre los primeros días del catálogo.*

*P12. Si conoce el código de ética y cree que es muy importante para el desarrollo de su negocio*

*P13. Su ingreso promedio es de 2,900 soles cada campaña.*

*P14. Se considera una persona tranquila, trabajadora, con muchas metas por realizar.*

*P15. Conoció la empresa por invitación de una amiga.*

*P16. El tiempo que lleva en la empresa es 3.5 años.*

*Edad: 46*

*Nivel de instrucción: superior - técnica*

*¿En qué nivel se encuentra? 21%*

***Sra. Hilda Quevedo***

*P1. Cuando inicio su negocio hace 3 años, identifico la oportunidad de ser una persona con éxito y de dar la coyuntura a otras personas de crecer y ser independientes financieramente, es una persona que le gusta compartir la oportunidad con otras y da a conocer el plan del éxito, luego ayuda a las que desean desarrollar el negocio, las que quieren ser socias empresarias trabaja con ellas hasta que lleguen a buen nivel luego ya ellas solas caminan hacia adelante, su lema es hacerles trabajar incluso hasta el punto de dejar de lado su propio crecimiento con el fin de que ellas crezcan.*

*P2. Ha identificado inquietud por surgir, en cuanto a la evolución de sus socias al 21 % y al 9% son entusiastas. En la actualidad se considera una líder que ha crecido mucho en lo personal a pesar de todas las caídas que he tenido en este camino.*

*P3. Suele observar que las persona se dan por vencidas y se desaniman cada vez que reciben un “no” por otras personas.*

*P4. Su inversión es solamente de 50 catálogos todas las campañas y herramientas para apoyar a su red económicamente es un promedio de 150 soles depende de la campaña.*

*P5. El tiempo que le dedica es entre 7 a 8 horas diarias, se centra en su trabajo apoyando a sus líderes.*

*P6. Para reclutar a una nueva socia le toma 30min, lo que utiliza como método es explicar la calidad de productos, reuniones de oportunidad uno a uno, los criterios que toma para invitar es por contacto; referidos.*

*P7. Su interacción con sus socias es muy amical y de confianza, trata de conocerlas y conectarse con ellas.*

*P8. Considera que si es importante conocer lo que necesitan las personas y muchas veces es un trabajo y esto es una oportunidad única. El proceso para conocer la necesidades es en una reunión de oportunidad uno a uno es allí donde van identificando lo que realmente necesitan y quieren lograr. Considera que es un hábito escuchar a sus socias porque es la clave del desarrollo de su red.*

*P9. Para motivar simplemente habla sobre el negocio la oportunidad y la calidad del producto.*

*P10. Sus actividades las realiza planificando, establece fechas para poder apoyar a sus socias que desean crecer se tiene que hacer tal fecha y por supuesto todo se planifica ... "un día salgo con una y otro día con otra persona de acuerdo a los contactos que ellas tengan, se va realizando el trabajo".*

*P11. La planificación la realiza después de cierre de campaña, día lunes, con su core team y personas que desean desarrollar la red.*

*P12. No conoce.*

*P13. El ingreso promedio por cada campaña es de S/2500.00*

*P14. Se considera una mujer exitosa, que llega a los demás y le gusta ayudar.*

*P15. A través de un volante.*

*P16. 3 años*

*EDAD: 55*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: superior*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? Socia distinguida 21%*

***Sra. Irene Bautista***

*P1. Considera que es un negocio muy rentable y le ha permitido ir desarrollándose y avanzando en el plan del éxito, logrando viajes, y satisfacciones.*

*P2. Las socias que están en la red y desean crecer, se observa mucha perseverancia, no iniciaron con el negocio, sino que con el tiempo fueron dándose cuenta de la oportunidad de ganar dinero y empezaron. Ellas se sienten bastante agradecidas y consideran estar creciendo personalmente.*

*P3. Es un negocio para aquellas personas perseverantes, constantes.*

*P4. Considera invertir normalmente en material es un aproximado de 200 soles.*

*P5. Al inicio invertía 4 horas diarias porque se dedicaba más a su trabajo, pero cuando fue creciendo hoy en día le dedica unas 6 a 7 horas diarias.*

*P6. El tiempo que le toma para reclutar es aproximadamente 2 horas si es que la persona muestra interés, con respecto al método que suele utilizar son las herramientas que la empresa da, considera que no es necesario establecer parámetros para dar la oportunidad de negocio a las personas.*

*P7. La interacción con sus socias, es vía teléfono, internet y reuniones uno a uno.*

*P8. Si es muy importante escuchar las necesidades, porque al ser líder, puede ofrecer mayor información, ayuda a resolver cualquier inquietud y/o duda; realizadas en las reuniones o en visitas a sus socias.*

*P9. Suele utilizar las herramientas que la empresa brinda, dando a demostrar que tienen la posibilidad de ganar dinero y el ejemplo a seguir de socias que ya están ganando por su trabajo.*

*P10. Cerciora que su esposo se dedica a revisar el sistema en cuanto a solicitudes, créditos y deudas vencidas, enviando información, en ese aspecto suelen trabajar juntos.*

*P11. La planificación lo realiza al inicio del catalogo*

*P12. Afirma que conoce y que es necesario aplicarla, promoverla, para el bien de su red y de su crecimiento.*

*P13. Su ingreso fluctúa por los 1500.00 soles*

*P14. Considera ser una persona paciente, comprensiva.*

*P15. Alega a ver conocido la red por una amiga*

*P16. 3 años.*

*EDAD: 51 años*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: superior universitario*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? 21%*

***Sra. Cristina Ceballos Policarpio***

*P1: Al momento que ingreso era solo por consumo personal ya que no tenía experiencia en ventas y nunca le gusto el negocio pero cuando le hablaron del plan del éxito, capto el mensaje que transmitía Oriflame que la empresa no es para captar vendedores si no para formar empresarios y es la oportunidad que uno podría aprovechar para ir creciendo e involucrar a amistades, familiares. Esta empresa brinda varias herramientas y una misma tiene que rendir, el tener ganas e ir avanzado.*

*P2: Aquellas personas que no quieren trabajar trata de buscar a otras personas que si quieran realmente pertenecer a Oriflame para así ella poder ganar los premios de cada campaña y lograr un crecimiento de su red.*

*P3: La morosidad es una debilidad que ella misma trata de que no afecte a su red por lo que la empresa al saber de esta deficiencia paraliza todo tipo de afiliaciones, el secreto está en ir trabajando con personas que realmente quieran trabajar.*

*P4: Solo en 10 catálogos por cada campaña.*

*P5: No le dedica mucho tiempo ya que tiene otras actividades por cumplir de su congregación, en si le dedica a Oriflame 2 días a la semana, pero en cualquier momento ella trata de contactar gente ya que expresa: "estoy muy enamorada de Oriflame, muy pero muy contenta".*

*P6: Un par de días recluta a socias, primero les da a conocer las oportunidades que Oriflame brinda para que formen parte de la compañía, les comenta del plan del éxito y al final les da a conocer de las bondades de los productos. Y a las invitadas les habla de los 3 aspectos, entrar como consumidora se puede realizar, como socia ganando un incentivo.*

*P7: Interactúa mayormente de forma directa, ya que de manera indirecta no se puede conocer bien a las socias y mostrándoles casos reales de personas que han ganado dinero, bonos.*

*P8: Si le es importante conocer e interactuar con cada una de sus socias, de esta manera ayuda a saber qué es lo que realmente necesita esta persona ya sea para la educación de sus hijos o el pago de alquiler.*

*P9: A través de los premios que la empresa les proporciona, trato de darles algún producto incentivándolas por cada nivel que las socias iban avanzando.*

*P10: Agenda todas sus actividades que realiza para que de esta manera se dé tiempo para todo ya sea con sus socias o para con su familia.*

*P11: Trata de estar en constante comunicación y les da a conocer que todos ganan como el trabajo en equipo.*

*P12: Los valores de la empresa como: compañerismo, espíritu y pasión.*

*P13: 5/800.00*

*P14: Es una persona muy compenetrada en su trabajo, perseverante, entusiasta.*

*P15: A través de una amiga conoció y despertó su interés por conocer más de Oriflame, conociendo más a fondo sobre el plan del éxito.*

*P16: 2 años y medio.*

*EDAD: 63 años.*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Superior*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA?: 21%*

***Sra. Fanny Vásquez Castro***

*P1: Quería tener un incremento más y vio en Oriflame una oportunidad de ganar dinero, lo que le incentivo principalmente es en consumir productos naturales ya que tiene referencias que los químicos a las finales hacen daño. Esta sumamente agradecida por pertenecer a Oriflame ya que da la oportunidad a varias personas de poder ganar dinero, tan solo poniéndole muchas ganas, no importa la edad, sexo. Sobre esto ella menciona: "estoy contenta porque sé que en esta empresa cumple".*

*P2: Son personas que quieren crecer y que tienen todas las ganas de seguir creciendo, dentro de su red tiene 4 socias al 6%, al 9% igual, al 12% hay 3, al 15% hay 2 a punto de llegar al 18%.*

*P3: En todo negocio hay un poco de debilidades que significan el aprender algo más de la empresa Oriflame. Así con las capacitaciones que la empresa brinda a ella y a todas sus socias lo refuerza aplicando el sarpio y así poder ir creciendo e ir fortaleciendo su red.*

*P4: Nos indica que en un inicio en un pedido de 100 puntos invirtió algo de S/270.00 pero que además ella invierte por motivar a sus socias, le gusta que estén contentas y aquellas que se inscriben de manera directa les obsequia algún producto, para que de esta manera pruebe la calidad del producto. En si invierte S/1000.00, ya que por cierre de campaña aplicando el sarpio reúne a todas sus socias les invita algo de comer para que de esta manera estén incentivadas y sientan apoyo para que sigan creciendo.*

*P5: "Prácticamente todo el día de todos los días", Indica en cierta medida que los socios de la red están creciendo y por ello aplica como el decir: duplícate, delegando también y siempre reforzándolas.*

*P6: Reclutar es la parte más fácil para ella, se propone a reclutar en 10min o en 5min. Informándoles que utilicen productos naturales que químicos, por su experiencia aconseja que antes usar un producto investigue en internet y de esta manera ayudarles a concientizar que tanto ella como su familia prefieran productos naturales. El criterio que tiene para elegir un nuevo prospecto es a todas aquellas personas que se crucen en su camino, tratando de que toda persona tenga su tienda en su casa porque en todo caso vendería como*

consumidora, el objetivo en si es que todos los socios de su red tengan un catálogo en mano.

P7: Interactúa de manera directa con buen humor, aunque a veces tiene un carácter un poco fuerte ligeramente, pero trata de evitar que esto no cause alguna incomodidad dentro de sus socias porque supone que Oriflame es compañerismo, espíritu y pasión.

P8: Indica de manera asertiva por lo que al acercarse a sus socias y preguntarles el ¿qué? , ¿Cómo? ellas se sienten, hace que se cree un lazo de confianza y de esta manera brindan el apoyo que necesiten.

P9: Comenta que Oriflame es una empresa que brinda trabajo a todo aquella persona que tiene las ganas de hacer las cosas bien, el crecer como persona y tener una solvencia económica.

P10: Primero hace una agenda de todas sus socias que están creciendo, elige un día y realiza reuniones para incorporar a más personas y de esta manera atenderlas a cada una.

P11: Indica que viernes del día siguiente a las 4pm realiza una pequeña reunión e invita a todas sus socias para indicarles cómo llegaron y que es lo que le hace falta para seguir al otro nivel, llegando a proveerles con catálogos a cada una de sus socias para que de esta manera logren crecer e invertir en este negocio y es así como van desarrollando su red.

P12: No

P13: Por cada campaña su promedio de ingreso es de S/2 500.00

P14: Se considera con una personalidad segura, extrovertida y para ella no hay nadie que le diga NO.

P15: Por medio de su amiga.

P16: 3 años

EDAD: 53 años

NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Superior

¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? : 21%

**Sra. Doris Suclupe Bances**

*P1: Identifico la realización de sus metas y en si lo que le motivo a pertenecer a Oriflame es el plan del éxito ya que se encuentra en un momento decisivo de su carrera que tiene en la empresa e ir creciendo cada campaña y seguir un camino divertido con muchas ganancias.*

*P2: Sostiene que Oriflame forma parte de su vida y de esta manera da a conocer a todas sus socias, motivándoles a ganar dinero y premios. Poco a poco ir perfeccionando sus métodos de venta con las charlas y/o curso que ha brindado la empresa, cada reunión es una motivación se seguir con este negocio, dependiendo de cada líder que ya están más tiempo transmitiendo sus experiencias y conocimientos.*

*P3: La mayoría son personas que si no están bien constituidas u organizadas como red siempre va a ver esa debilidad de otras compañías que les ofrece a ser parte de ellas a cambio de premios. La fuerza y la fortaleza está en la unión, planificar y ser una familia.*

*P4: Invierte en material para sus socias, en un aproximado de S/150.00*

*P5: Todo el tiempo necesario, la cantidad no cuenta si es siempre y cuando es para surgir.*

*P6: En 15 min recluto a una socia, utiliza el método de los 3 puntos claves como es verse bien ganar dinero y pasarla bien. Mayormente tienen que ser personas dinámicas que les guste trabajar en equipo.*

*P7: Es una relación amical ya que les considera como una familia unida.*

*P8: Afirma q es importante escuchar a sus socia para poder ayudarlas y realizar sus metas, se reúnen cada cierre de catálogo.*

*P9: Con regalos que brinda la compañía, viajes, el ganar dinero y otras estrategias que tienen por parte de la red que funciona muy bien.*

*P10: Medio día atiende a su familia y por la tarde lo dedica a Oriflame.*

*P11: Cada cierre de catálogo se reúnen a planificar en si los días martes.*

*P12: Si conoce y lo aplica dentro de su red.*

*P13: Todo depende del puntaje que se llegue en el catálogo un aproximado de S/1100.00*

*P14: Se define como una persona con decisiones firmes, con metas y gusto por trabajar.*

*P15: Primero le explicaron todo sobre Oriflame y luego en una reunión de oportunidad llego a conocerlo más a fondo, perteneciendo a la red de Irene Bautista de Ferrañafe.*

*P16: Año y medio*

*EDAD: 38 años.*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Superior*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA?: 18%*

***Sra. Olivia Jurupe***

*P1. Considera que lo que le atrajo a la empresa fue el multinivel, la opción de interactuar con personas, formar su equipo y ganar dinero. Con el negocio han surgido muchos cambios antes no era muy expresiva comunicativa y poco a poco se ha ido desarrollando y entabla conversaciones fácilmente.*

*P2. Ha identificado que no todas tienen el perfil de ser líder, son entusiastas, tienen ganas de salir adelante.*

*P3. Afirma que una de las debilidades personales es la constancia para hacer el negocio no dedica mucho tiempo lo cual la limita a subir de un nivel a otro fácilmente, y con respecto a las personas de su red ha identificado buscan abarcar mucho y desea trabajar solas pero este trabajo es en equipo, el egoísmo es un aspecto negativo y poco productivo.*

*P4. Afirma que invierte en cada campaña y viajes unos 200 soles en cada campaña, para poder ofrecer apoyo a sus líderes.*

*P5. Suele dar a Oriflame un promedio de 3 a 4 horas diarias.*

*P6. Considera que en la actualidad le es más fácil hablar con las personas y en cuestión de tiempo suele tomarle entre 3 a 4 días en reclutarla, y en llenar el formato de inscripción solo se necesita de 30 minutos. Para invitar realizan prospecciones y su método es hablar acerca del negocio los beneficios, con respecto a invitar a una persona siempre toma en cuenta como es, su familia, que sean responsables.*

*P7. La interacción con sus socias, es mediante teléfono, correos electrónicos y considera que su relación es muy buena.*

*P8. Si es muy importante conocer las necesidades de la persona para saber direccionar la opción del negocio, enseñarles y ayudarlas a lograr alcanzar sus metas.*

*P9. La manera de influir a sus socias es apoyándolas en lo que tienen planeado hacer y siempre utiliza las herramientas que la empresa brinda.*

*P10. Dedicó medio día para realizar sus actividades de acuerdo a lo establecido en su planificación: prospecciones, reuniones de oportunidad, o visitas.*

*P11. Considera que la planificación debe realizarse al día siguiente del cierre catalogo un día sábado.*

*P12. Afirma que si conoce el código de ética y lo promueve porque es una manera de crecer y actuar de manera ética y responsable.*

*P13. Su ingreso por cada catalogo es de 600 soles*

*P14. Considera ser una persona responsable que le gusta hacer bien las cosas tal y como se planificaron.*

*P15. Conoció la red de mercadeo por una amiga*

*P16. Tiene 4 años en la empresa, inicio como consumidora vendedora y después de varios meses inicio con el negocio, lo que le motivo fue obtener un ingreso adicional.*

*EDAD: 45 AÑOS*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: SUPERIOR ADMINISTRACION DE EMPRESAS*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? 15%*

***Sra. Jesús Vásquez Castro***

*P1. Reconoce que la oportunidad para entrar al negocio, es hacer algo nuevo y crecer como persona, dar la oportunidad a otros de solventar sus gastos con un trabajo que pueden desarrollarlo en sus tiempos libre, considera que desde que inicio el negocio ha ido cambiado mucho su forma de ser ahora ya es una mujer decidida a luchar por lo que quiere y es capaz de inspirar a otras personas y empujarlas a desarrollarse cosa que en el pasado no era capaz de hacerlo, considera haber crecido y desarrollado habilidades que nunca pensó tener.*

*P2. Las fortalezas que ella identifica en las socias de su red es el espíritu de lograr algo, las ganas y su perseverancia en las metas que se proponen, opina que sus socias han ido evolucionando con el tiempo amoldándose a la metodología de la empresa y a aprender a dirigirse a personas y dar también la oportunidad.*

*P3. Suele ver con frecuencia que no están acostumbradas a recibir un No, por parte de las personas y suelen desanimarse y darse por vencidas en este trabajo y dejan de intentarlo.*

*P4. Suele invertir un promedio de S/.70.00 aproximadamente en la compra de materiales y herramientas para apoyar a sus socias que se encuentran en la red.*

*P5. Suele dedicarle al negocio un promedio de 5 a 6 horas diarias, visitando a su red, haciendo seguimiento por teléfono y apoyando a sus líderes según los planificado.*

*P6. El reclutar a una socia le toma un promedio de 2 a 3 días, ya no es su fuerte el desenvolverse tan fácilmente con las personas, la metodología que suele utilizar para el reclutamiento es la prospección y las reuniones de oportunidad con sus invitadas y socias, dando a conocer el producto y la oportunidad de negocio, no suele tener un criterio para invitar a una persona, considera que la oportunidad es para todo aquel que desea trabajar de manera independiente y lograr metas aun no cumplidas.*

*P7. Su relación con sus socias y líderes es muy amical, comenta que se identifican mucho entre ellas y comparten sus experiencia de logros y caídas para mejorar,*

*su interacción es de manera personal mediante reuniones y el seguimiento lo realiza por teléfono.*

*P8. Considera que si es muy importante escuchar las necesidades de sus socias porque es una manera de conocer e inyectar ganas cuando empiezas a darte por vencidas, el momento en que realiza este proceso de escucharlas es cada vez que las visita a su hogar.*

*P9. Suele utilizar las herramientas que la empresa ofrece cada catálogo y además suele acudir en los deseos y metas que desean cumplir de manera personal, haciéndoles ver que tienen una oportunidad de negocio y trabajo.*

*P10. Sus actividades la realiza planificando al inicio de catálogo con sus líderes del core team, estableciendo fechas de sus distintas actividades, para así poder contribuir a su desarrollo.*

*P11. La planificación la realizan en conjunto con el equipo, al día siguiente de cada cierre de catálogo que es un sábado. Momento en el cual se reúnen y evalúan si lograron o no sus metas y que les falta.*

*P12. Si lo conoce y lo aplica ya que cree que es importante respetar a la empresa y a sus líderes y socias de la empresa.*

*P13. Su ingreso promedio fluctúa entre los 2900 soles cada 21 días que es lo que dura el catálogo.*

*P4. Considera ser una persona con un perfil bajo, pasivo y le gusta mucho ayudar a las personas a lograr metas en su vida, considera que es importante creer mucho en sí misma porque eso es lo que verdaderamente la ayudo, tener confianza en sí misma.*

*P15. La red multinivel la conoció por medio de su hermana quien la invito y es su patrocinadora.*

*P16. Lleva en la empresa dos años y medio*

*EDAD: 55*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Secundaria completa*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? Socia 21%*

**Sra. Cinthia Vásquez Moreno**

*P1. Considera que la oportunidad que identifiqué al iniciar el negocio, en Oriflame, que era una empresa con bastante tiempo en el mercado, productos de calidad y a un precio accesible, además del negocio que se puede hacer con esta empresa dando la oportunidad de un desarrollo personal y profesional. Cuando inicié en la empresa era una persona que tenía dudas, hoy en día con el nivel que he alcanzado se ha dado cuenta que es una empresa seria, de verdaderas oportunidades de cumplir un sueño y metas que aún no se han cumplido en la vida.*

*P2. Las personas que ingresan a este negocio se caracterizan por algo y es porque tienen algo que cumplir desea ser independientes, ayudar a otras personas, son perseverantes y entusiastas. Su evolución ha sido considerable dado a que han ido aprendiendo como hacer el negocio y como llegar a las personas y compartir la oportunidad.*

*P3. No es un trabajo fácil, se necesita de perseverancia y entusiasmo y cuando las personas no ven resultados tienen a darse por vencidas.*

*P4. S/. 150.00*

*P5. Suelo dedicar 7 horas diarias al desarrollo de mi red*

*P6. Para reclutar a una socia le toma 30 minutos aproximadamente, su método es dar a conocer la oportunidad de negocio y la calidad del producto, para invitar tiene un criterio y es invitar solo a personas conocidas referidos, porque es importante tener en cuenta la morosidad de la red.*

*P7. Su interacción la realizan mediante reuniones para planificar y luego realiza un seguimiento mediante el teléfono, generalmente se lleva bien con sus socias, porque trabajan en equipo y tienen un objetivo en común.*

*P8. Considera que no es importante conocer sus necesidades, porque todas las personas que buscan desarrollar un negocio son porque quieren lograr algo y lo único que hago es ayudarlas y enseñarles el método que da la empresa para lograr sus metas.*

*P9. Para motivar a sus socias realiza una reunión, un compartir, donde se evalúa el desempeño de la campaña cierran y evalúan que se hicieron bien y en que fallaron, con el fin de ir planificando crecer y desarrollarse.*

*El fin de esta reunión es hacer ver que el trabajo que se hizo durante la campaña fue para aprender cosas nuevas y a la vez motivarnos con el desarrollo de la red.*

*P10. Sus actividades diarias las realiza todos los días en la tarde a partir de las 5 hasta las 9:30.*

*P11. Considera que es importante realizarla un día después del cierre de campaña que suele ser un sábado.*

*P12. En cuanto al código ética, afirma si conocerlo, lo aplica y además lo promueve*

*P13. Su ingreso promedio por campaña es de S/.720.00*

*P14. Se considera una persona que le gusta apoyar a todas sus líderes y socia le gusta trabajar en equipo.*

*P15. Por una amiga que le hablo de hacer una red de multinivel y le dijeron que no era igual que otras líneas.*

*P16. 7meses*

*EDAD: 31*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Superior Universitario*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? 18%*

***Sra. Carmen Rosa Ugas Hoyos***

*P1: Al principio pensó que era como todo tipo de productos, pero lo que más le llamo la atención fue que por cada persona que incorporaba ganaba dinero y es ahí cuando vio una oportunidad de crecer económicamente, poco a poco le fue gustando.*

*P2: Unión, optimismo la ayuda mutua y el respetar los códigos de ética de Oriflame.*

*P3: Indica que las socias de red a veces compara a Oriflame con otras empresas por la entrega de premios, por lo cual se les explica que la empresa da oportunidad de emprender un negocio multinivel. Cuando sus socias están desanimadas por las ganancias que tienen trata de ayudarles en todo.*

*P4: Invierte en la compra de 15 o 20 catálogos.*

*P5: El tiempo que se pueda está dispuesta invertir ya que va ayudar al crecimiento de la red tanto para las socias que están en bajo nivel como a ella misma depende de la meta que quieran incorporar. Le dedica 2 horas y media al día y a veces los días sábado y domingos hace prospección en los lugares que decide.*

*P6: De acuerdo a la situación que se presente, en 2 visitas. Utiliza el método a través de la prospección o referencias de amistades empieza a hablarles de los productos que ofrece Oriflame. Las personas que quieran formar parte de este negocio tienen que ser responsable y que tengan todas las ganas de trabajar.*

*P7: Realiza reuniones y les anima a seguir adelante, porque cuando hay buenos momentos también hay momentos bajos.*

*P8: Garantiza que al escuchar sus socias de alguna u otra manera ayuda a realizar sus logros. Este proceso es realizado a través de visitas a sus socias que están un poco bajas en ventas o en reuniones después de cada cierre de catálogo el día sábado o lunes.*

*P9: El programa de bienvenida, programa de novedades y la explicación de la ganancia del 25%.*

*P10: A través de una agenda ella realiza sus actividades como el de ir a visitar e incorporar personas.*

*P11: Cada cierre campaña al día siguiente (sábado) y de esta manera observa el nivel que ha quedado cada socia de su red y se planifica el total de personas que tienen que incorporar para llegar al siguiente nivel.*

*P12: Desconoce.*

*P13: Un total de S/320.00*

*P14: Se considera una persona entusiasta, buena y brinda apoyo a todas las personas y trata de que todas sus socias tengan la misma actitud.*

*P15: Por medio de su mamá conoció esta red de mercadeo.*

*P16: 2 años*

*EDAD: 24 años.*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Superior*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA?: 15%*

**Srta. Yrlín Manay Rioja**

*P1. Afirma que identifico, la oportunidad de ganar un dinero extra para solventar sus gastos diarios de universidad y sin querer se empezó a identificar con la empresa y la oportunidad que ofrecía empezando a compartir la oportunidad motivo por el cual logro alcanzar una meta que la hizo conocer realmente lo que es Oriflame, su compromiso como empresa para con los socios, es en ese momento que decidió dedicarse y aprender para poder enseñar y ayudar a personas que desean salir adelante, en cuanto a su evolución considera haber aprendido más a desenvolverse y a perder el miedo de hablar con las personas.*

*P2. Considera que son entusiastas*

*P3. Observa con frecuencia la falta de perseverancia y suelen darse por vencidas fácilmente cuando las personas le dicen que no.*

*P4. Suele invertir 30 soles para la compra de catálogos y herramientas que se necesitan, opina que aún no invierte en gran cantidad económica, por el mismo hecho que es aún una líder pequeña.*

*P5. Suele estar dispuesta a dedicar entre 4 a 5 horas cuando dispone de tiempo y en sus días libres suele utilizar entre 6 a 7 horas diarias.*

*P6. El tiempo que le cuesta reclutar es aproximado de 30 minutos, pero considera que es todo un proceso el invitar a una nueva socia a pertenecer a la red ya que se necesitan los requisitos y en ocasiones le toma entre 1 a 3 días el completar la incorporación, en cuanto al método que utiliza es la prospección y opina que en cuanto al criterio de elección es solo buscar personas que tengan un sueño y una meta por cumplir obviamente tener muchas ganas y perseverar en un camino que no es fácil.*

*P7. La interacción con los miembros de su red se dan mediante reuniones de oportunidad de negocio fijas durante el catalogo activo, además realiza llamadas para hacer seguimiento de metas y ventas de catálogo, además envía mensajes de texto y correos electrónicos con las novedades que hay en cada campaña.*

*P8. Considera que es muy importante el interactuar constantemente y conocer las necesidades y deseos de sus socias ya que es el único medio que se tiene para*

*animarlas y motivarlas al logro de sus metas, este proceso suele realizarlo mediante las llamadas o reuniones que suelen tener.*

*P9. Utiliza los medios que la empresa ofrece porque considera que aún es una socia pequeña y no cuenta con la capacidad económica para incentivar de otra forma, una de sus opciones es motivar haciendo conocer a las personas que puede tener un ingreso trabajando en sus tiempos libres y lograr darse esos gustito que en ocasiones en un poco difícil.*

*P10. Sus actividades las desarrollo en paralelo a sus actividades académicas, en horas libres suele dedicar sus tiempo a Oriflame ya sea llamando a sus socias para dar a conocer las ofertas, sus facturas pendientes y las oportunidades de ganarse algún premio por invitar, además dedica su tiempo a realizar prospecciones en diferentes puntos de la ciudad.*

*P11. Considera que la planificación es recomendable los 3 primeros días del catálogo de apertura.*

*P12. Si conoce el código de ética y considera que es un medio de respeto a sí mismo como personas y al desarrollo de su red ya que sin ética no podría desarrollar un trabajo bueno y honesto y más si se trata de dar una oportunidad de crecimiento y desarrollo.*

*P13. El ingreso que percibe es de s/600 soles cada cierre de catálogo.*

*P14. Es una persona extrovertida, apasionada, perseverante y soñadora, que le gusta ayudar.*

*P15. Conoció la red de mercadeo por un familiar.*

*P16. Lleva en la empresa 3 años y haciendo el negocio 1 año.*

*EDAD: 22 AÑOS*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Superior universitaria*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? 12%*

***Sra. Luz María Lora***

*P1: En si ya conocía del negocio anteriormente pero no estaba al tanto del programa del éxito, inició el negocio cuando su sobrina le invito a pertenecer a Oriflame al ver que ella estaba en la suma depresión por un problema de salud que padece ayudó que la Sra. Luz María se sienta animada por realizar esta aventura del negocio multinivel y de esta manera transformó su vida por completo, empezó a incorporar , obtuvo un crecimiento económico y noto como se iban realizando sus metas , adquiriendo nuevas experiencias día a día, logrando a obtener un propio desarrollo de su red.*

*P2: Iniciando sus socias tienen el deseo de ir creciendo por cada campaña. Actualmente le va bastante bien, ya que su primera experiencia fue de temor sin saber qué hacer, ella misma se sintió decidida a cumplir cada meta de cada campaña, ya que solo ella sabía de costura mas no de venta de cosméticos en si se había incorporado a Oriflame para el consumo mismo de productos y realizar alguna venta y es así como se dio cuenta que podría hacer más dentro de su red llegando a entender el programa de éxito. Expresa que se preocupa por cada una de sus socias y les brinda el apoyo adecuado.*

*P3: Nos indica que al comienzo cuando una persona se incorpora se encontrara con dificultades en el primer catálogo que hará que la socia adquiera experiencia y al pasar al segundo catálogo se le hará más fácil recibiendo todo el apoyo necesario como el de ir a visitar a sus amistades más cercanas y hablarles de los productos que ofrece Oriflame de esta manera sacan pedidos y se va creciendo.*

*P4: Por la compra de catálogos o algunas muestras que son compartidas por todas sus socias, la ayuda en pagos de deudas. Los días martes realiza reuniones con sus socias y con sus invitados y de esta manera da a conocer de los productos de Oriflame, cada vez que hace una Roo realiza limpieza de cutis, todo eso es parte de su inversión.*

*P5: Exactamente no sabe el tiempo que invierte en su red por su misma situación física, pero eso si en el momento que se encuentra bien sale a buscar e incorporar personas ya sea a sus propias amistades.*

*P6: A las personas que les habla por primera vez de Oriflame, aceptan como que hay otras que se niegan pero para ella no es un impedimento sino es un salir adelante y volver a intentarlo. Aquellas futuras socias que van hacer reclutadas se les visita de manera ordenada y se les habla de esta gran oportunidad que brinda Oriflame de la calidad de los productos. Realizando una lista y el de ir a visitarlas es un criterio que utiliza para poder reclutar personas y hablarles del programa del éxito.*

*P7: Realiza reuniones en su domicilio y trata de comunicarles de cada meta que hay que llegar a cumplir en la campaña y que 2 horas antes de empezar la reunión llama a cada una de sus socias para hacerles recordar que tienen una cita con ella.*

*P8: Afirma que al escuchar las necesidades que tienen sus socias es de suma importancia. Como por ejemplo del cuidado de su piel como el de su cuerpo que es por salud debe utilizar productos naturales y de esta manera les invita a conocer más de Oriflame.*

*P9: Se comunica telefónicamente, siempre mantiene contacto constantemente, sobre todo antes de los 4 días del cierre del catálogo está llamándolas y les hace recordar que tienen que pasar su pedido y no esperar a última hora la fecha de pago, pero sin llegar a hostigarlas.*

*P10: Programa según su estado físico y con sus catálogos va a visitar a 2 o 3 personas en compañía de su esposo quien forma parte de Oriflame.*

*P11: Señala que los días después de cada cierre de catálogo al día siguiente el sábado junto con las señora Fanny su líder se reúnen.*

*P12: Ha leído pero solo se acuerda de la transparencia, cordialidad y el de no interferir en con otros.*

*P13: Empezó con S/15.00 y ahora tiene un ingreso de S/590.00*

*P14: Es una persona sociable, alegre, no se le hace difícil interactuar con otras personas.*

*P15: Conoció a esta red de mercadeo en el año 1999 en una reunión que se realizó en la ciudad de Chiclayo en las que llegaron los padres de Gaby Pérez del*

*Solar, señalo que fue una reunión muy bonita pero no recuerda que le hayan hablado del programa de éxito.*

*P16: 8 meses*

*EDAD: 59 años*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Secundaria completa y superior incompleta*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA?: En el 15%*

***Srta. Lisbeth Medalid Tarifeño Montero***

*P1: Un incentivo económico animo a iniciar el negocio de red, como el de ganar amistades, con la oportunidad de realizar todas sus metas por ejemplo: poder viajar. Al iniciar en Oriflame todo es poco a poco e ir creciendo constantemente.*

*P2: Observa que sus socias están más involucradas en el negocio, que pasaron de ama de casa a ser empresarias.*

*P3: Al inicio la falta de capacitación y el momento que surge un problema no saben cómo solucionarlo.*

*P4: Invierte en la compra de 3 catálogos para poder compartir con su socias nuevas en las reuniones que ella realiza.*

*P5: Diariamente le dedica 3 horas.*

*P6: Reclutar a una socia le toma un tiempo de 5 o 4min. Trata de animarlas y les habla de Oriflame les muestra los catálogos. El método que utiliza es invitar a todas sus amistades y a personas con el perfil de vendedoras, líderes y aquellas que consumen los productos, ella identifica cada perfil a través de la comunicación que tiene con cada una de ellas.*

*P7: Mediante las redes sociales como Facebook, telefónicamente o visita a cada una de sus socias. La relación con su red es bastante amical, cada socia acude a verla por cualquier dificultad que se les presenta porque ellas saben que estará para atenderlas y ayudarlas en cualquier momento.*

*P8: Si considera importante ya que al ponerse en contacto con cada una de sus socias está al tanto de lo que les pasa y de esta manera les ayuda en todo lo que le es posible, comunicándose con su jefa para que les toma en cuenta para poder así orientarse como empresa que son. Realiza este proceso vía telefónica o cualquier comentario siempre les está haciendo conocer y es un hábito escucharlas porque es su trabajo.*

*P9: Menciona que utiliza las mismas herramientas que Oriflame les brinda como son ofertas, premios dentro de cada campaña son enviadas.*

*P10: Entra al sistema diariamente y observa que personas están pasando campaña y aquellas que no, les escucha para saber les está pasando y así darles a conocer las promociones que puedan acceder que están actualmente dentro de cada catálogo. Siempre ejecuta las mismas actividades.*

*P11: Cuando tiene en sus manos el catálogo de novedades a partir de eso ella planifica, iniciando la campaña.*

*P12: Desconoce.*

*P13: Su ingreso es de S/400.00*

*P14: Se considera una persona optimista y motivadora.*

*P15: Por medio de la señora Mirka la cual tiene su tienda y así ella le mostro las oportunidades de Oriflame.*

*P16: Un año.*

*EDAD: 31 años.*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Superior*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA?: 12%*

***Sra. Felicita Pascuala Silva Suyon***

*P1: La oportunidad de la escalera del éxito, ganar dinero. Se mantiene en la red si tuviera más tiempo sería genial por lo que le dedica gran parte de ello a su hogar.*

*P2: Perseverancia y el de seguir adelante.*

*P3: Salir al frente, se cohibe, temor o el de expresarse mal eso lo detiene.*

*P4: Mas de S/ 200, invierte en catálogos, compra de productos para poder obsequiarlos.*

*P5: Medio día, misma actividad*

*P6: Reclutar a una persona en una hora, les habla de los beneficios que brinda Oriflame*

*P7: Interactúa vía teléfono (constante comunicación)*

*P8: Si es importante conocer sus necesidades porque de ello saca provecho, para que pueda hacer crecer su red.*

*P9: Reuniones (lonches, almuerzos)*

*P10: Tiempo libre dedica a realizar visitas de 3 a 4 personas.*

*P11: Cada cierre del catálogo (Sábados)*

*P12: Desconoce*

*P13: Su ingreso es de S/700.00*

*P14: Una persona honesta, amable y trabajadora*

*P15: Por una líder de lima, desconocida.*

*P16: 2.5 años*

*EDAD: 54 años.*

*NIVEL DE INSTRUCCIÓN: Secundaria completa*

*¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA?: 12%*

## ANEXO 2. MODELO DE ENTREVISTA A LÍDERES

1. Qué oportunidad identificó:
  - ¿Cuándo inicio su negocio de red?
  - ¿Cómo se evaluaría en este momento?
  - Y ¿Cómo está evolucionando en lo personal para aportar al desarrollo de su red?
2. ¿Qué fortalezas tienen sus socias dentro de su red?
  - Cuando iniciaron
  - Cómo han ido evolucionando
  - Cómo se encuentran en la actualidad
3. ¿Qué debilidades observa con frecuencia en la actuación y desempeño de las socias de su red?
4. ¿Cuánto está dispuesta a invertir económicamente en el crecimiento de su red?
5. ¿Cuánto tiempo está dispuesta a invertir para el crecimiento y desarrollo de su red?
6. ¿Cuánto tiempo le cuesta reclutar a una socia?
  - ¿cómo recluta?
  - ¿Utiliza algún método que le facilite realizar esta acción?
  - ¿Qué criterios tiene para elegir a un nuevo reclutado o prospecto?
7. ¿De qué manera interactúa con sus socias para el desarrollo de su red?
8. ¿Considera que se puede lograr algún resultado favorable al escuchar las necesidades de sus socias? En qué aspecto y en qué medida.
  - ¿Cómo realiza este proceso?
  - ¿Es un habilito para usted escuchar a sus socias?
9. ¿Qué medios utiliza para motivar e influir a sus socias?
10. ¿Cómo realiza el desarrollo de sus actividades diarias?  
¿Innova?  
¿Ejecuta las mismas actividades?
11. ¿En qué momento considera importante la planificación de catálogo con su Core Team?

12. ¿Conoce el código de ética de la empresa?

- ¿Lo aplica?
- ¿Lo promueve?
- ¿Qué pasa cuando no se cumple?

13. ¿Cuál es el ingreso promedio por campaña?

14. ¿Cómo definirías tú personalidad?

15. ¿Cómo conoció esta red de mercadeo?

16. ¿Cuánto tiempo tiene haciendo él negocio multinivel en Oriflame?

EDAD: \_\_\_\_\_

NIVEL DE INSTRUCCIÓN: \_\_\_\_\_

¿EN QUE NIVEL SE ENCUENTRA? \_\_\_\_\_

## ANEXO 3. RESULTADOS DE ENCUESTAS HECHAS A SOCIAS Y LÍDERES

### 3.1. ACTITUDES

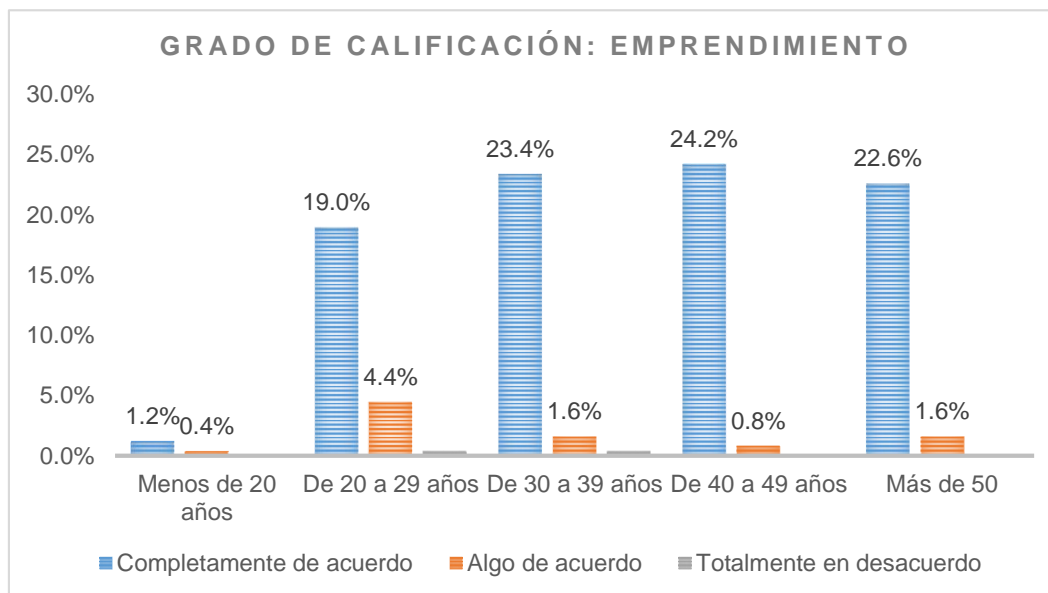


Figura 3.1.1. Grado de calificación de emprendimiento

Para ser una persona emprendedora se requiere tener ciertas aptitudes y ciertas características de personalidad. Aquella socia que se considera ser así les gusta ponerse a prueba, enfrentar riesgos, es por ello como se puede observar el grafico un 24 % de socios entre 40 a 49 años están completamente de acuerdo con esta característica el ser emprendedor.

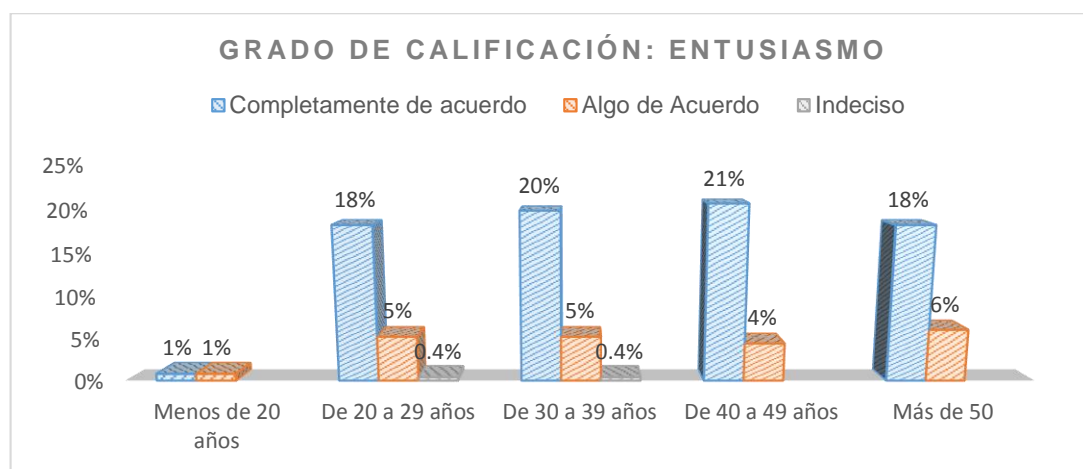


Figura 3.1.2. Grado de calificación de entusiasmo

Una persona entusiasta está dispuesto a enfrentar dificultades y desafíos, no deja de transmitir confianza a los demás a su alrededor, la gran mayoría de socios encuestados (21%- 40 a 49 años) están completamente de acuerdo y se consideran ser personas con esta característica que les hace ser únicos.

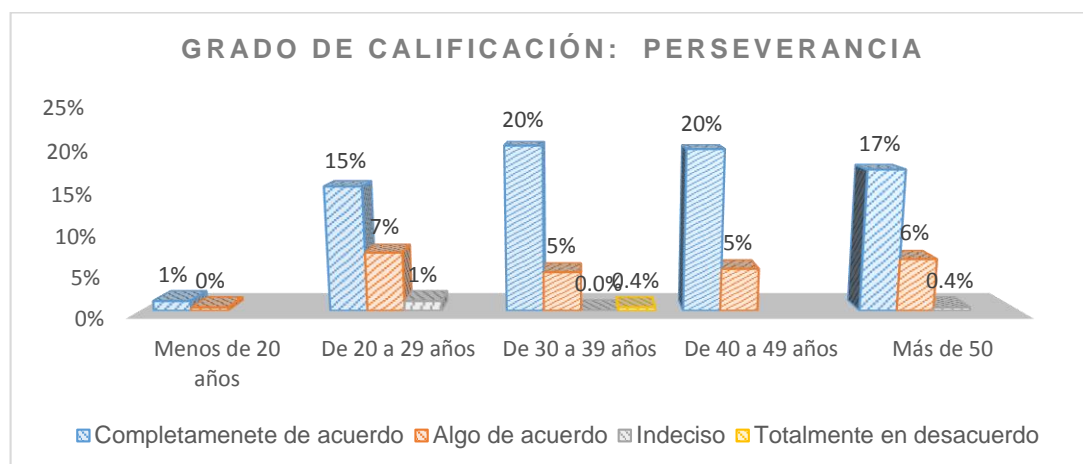


Figura 3.1.3. Grado de calificación de perseverancia

La perseverancia es la clave del éxito en la mayoría de los emprendimientos, y puede aplicarse a campos diversos. En todos los casos, se debe tener un objetivo claro, una meta que justifique el esfuerzo y la dedicación en un período de tiempo, por lo que el 20% de socios de edades entre 30 a 49 años, están completamente de acuerdo en ser perseverante en cada meta de cada campaña.

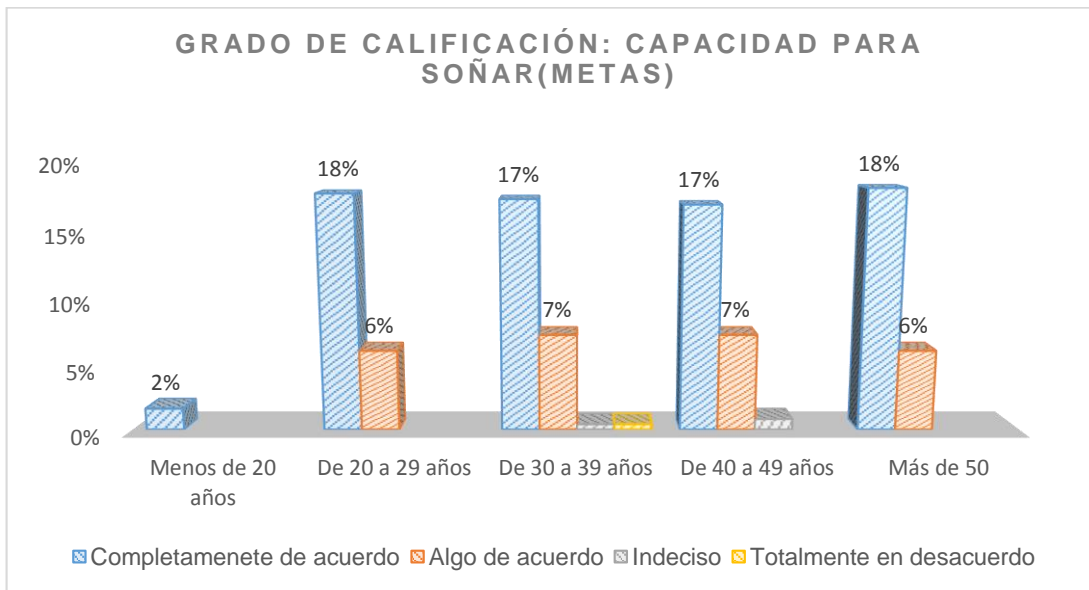


Figura 3.1.4. Grado de calificación a la capacidad de soñar

Para Oriflame una persona soñadora es una persona que tiene metas, aspiraciones, fines, que quiere cumplir en un futuro y un socio debe tener ese tipo de aspiraciones para poder llegar a su objetivo, por lo que se puede observar en el grafico el 18% de socios se identifican con esta característica entre edades de 20 a más de 50 años.

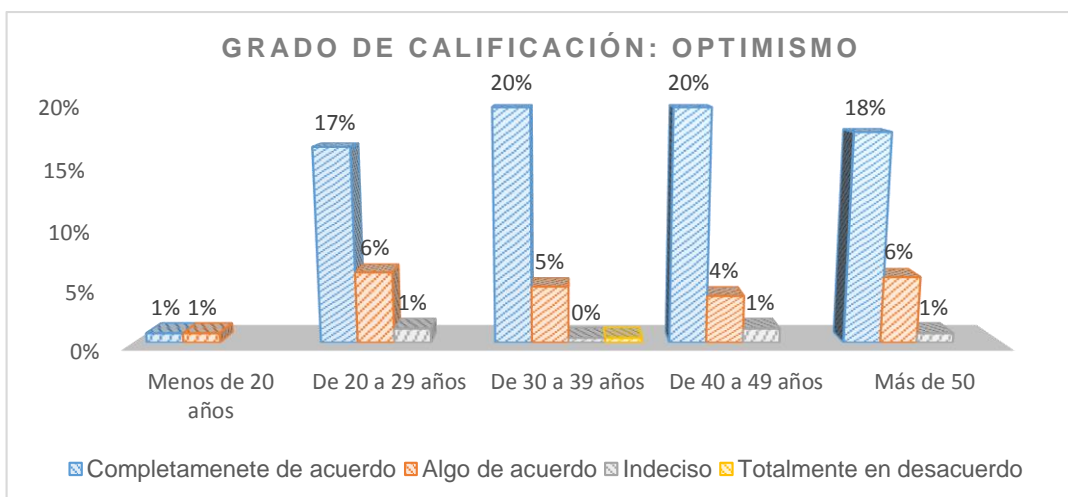


Figura 3.1.5. Grado de calificación al optimismo

Para el desarrollo de este tipo de trabajo, es necesario de muchos aspectos positivos en la persona, que opta por empezar su propio negocio, un aspecto positivo como el ser "Optimista", lo cual le permitirá afrontar dificultades como el rechazo de muchas personas; con respecto a este punto podemos observar en el grafico que el 20% de los socios encuestados de edades de 30 a 49 años opinan estar completamente de acuerdo con el ser optimistas en el desarrollo de su trabajo.

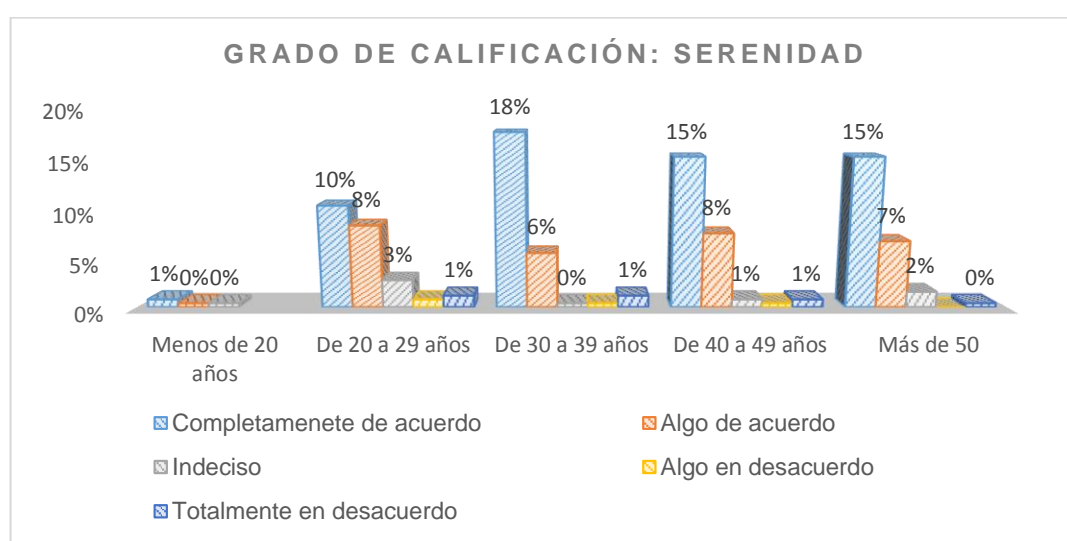


Figura 3.1.6. Grado de calificación a la serenidad

Tomar con serenidad toda dificultad o problema ayudará a realizar las actividades de manera plena, el 18 % de socias entre 30 a 39 años está completamente de acuerdo con este grado de calificación.

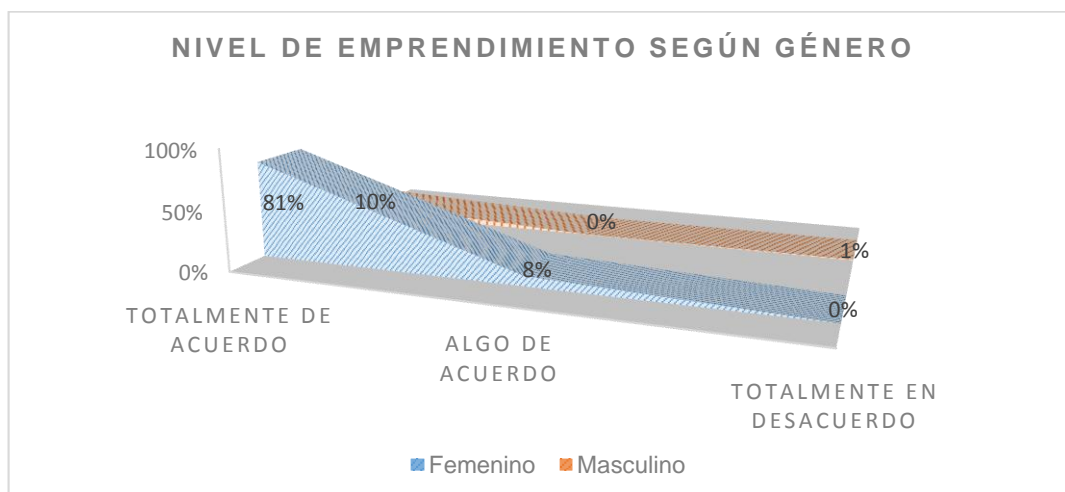


Figura 3.1.7. Nivel de emprendimiento según el género

El nivel de emprendimiento está dado por el querer realizar las cosas bien es por ello que el género predominante es el de sexo femenino con una participación del 81%.

### 3.2. HABILIDADES

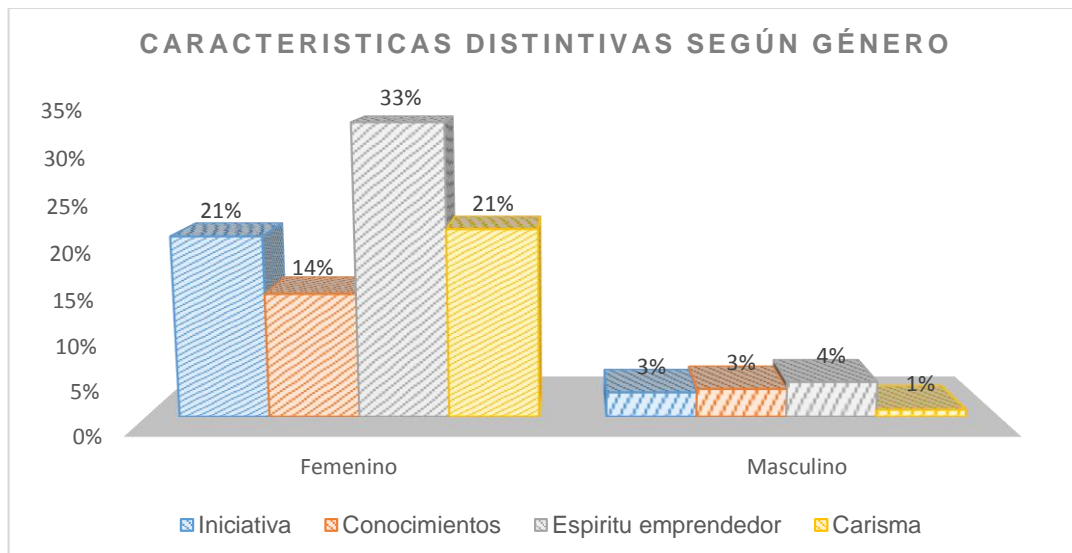


Figura 3.2.1. Características distintivas según género

Según los resultados obtenidos observamos que un 33% de socias consideran poseer un “Espíritu emprendedor” que les facilita el desarrollo de

su negocio en la red de mercadeo que Oriflame ofrece, además afirmaron que es parte de ellas el cual les permite tener una mejor relación con las personas.

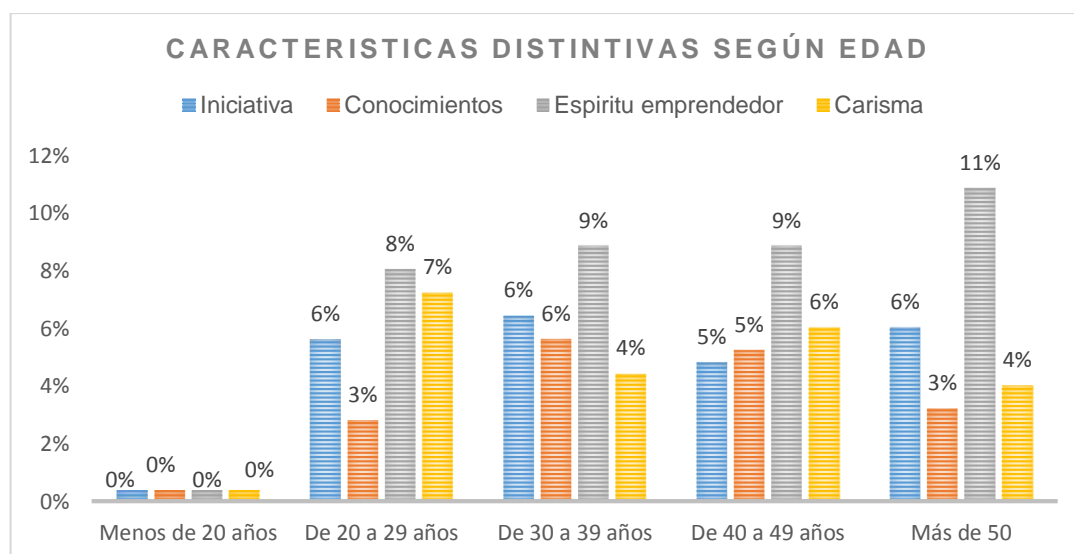


Figura 3.2.2. Características Distintivas según edad

La característica que predomina en esta figura es el espíritu emprendedor con un 11% de socias encuestadas de 50 años a más, estas personas se caracterizan por poseer fuerza de voluntad y ser perseverantes en el logro de sus metas, lo cual les permite estar enfocadas en lo que desean lograr cada campaña.

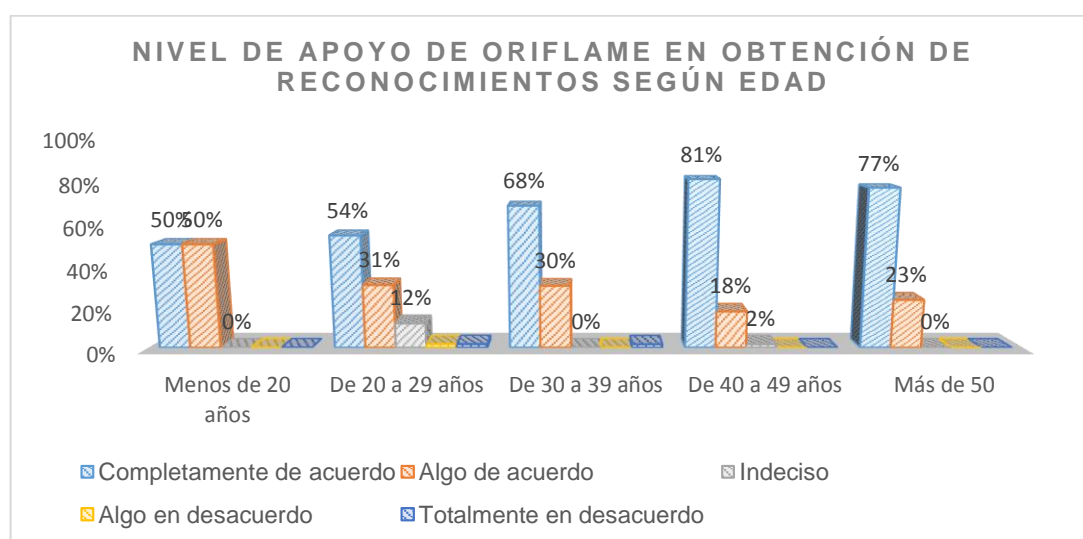


Figura 3.2.3. Nivel de Apoyo de Oriflame en la obtención de reconocimiento

Los reconocimientos en la empresa Oriflame es de suma importancia para mantener motivados a sus socios, como se refleja en este grafico el 81% de los encuestados en edades de 40 a 49 años consideran estar completamente de acuerdo con la obtención de reconocimientos por parte de Oriflame.

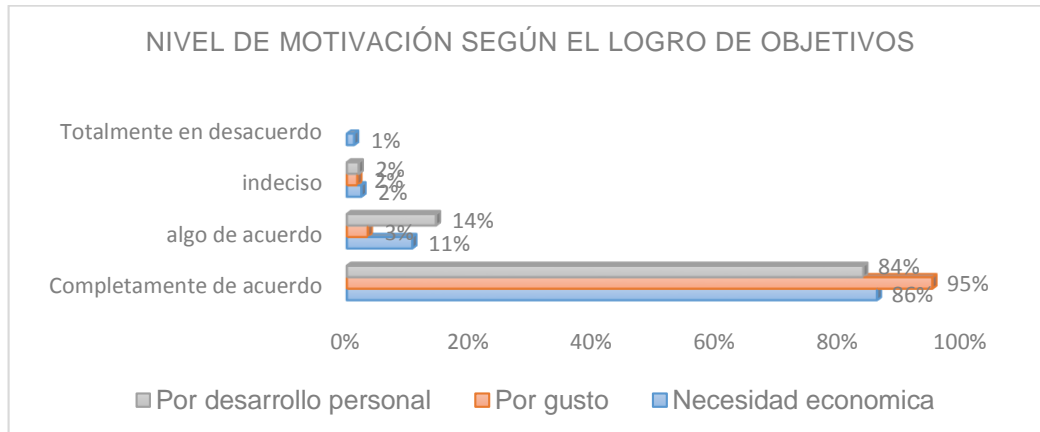


Figura 3.2.4. Nivel de motivación según el logro de objetivos

El logro de sus objetivos está en base a su gusto por el trabajo que realizan por ello se observa que el 95% de socios se sienten motivados al pertenecer en un negocio multinivel como es Oriflame.

### 3.3. DESTREZAS

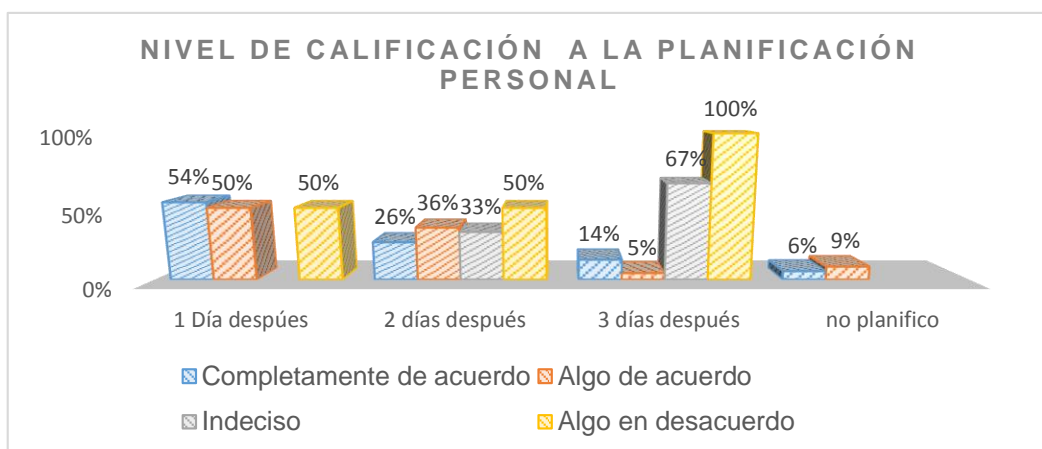


Figura 3.3.1. Nivel de calificación a la planificación personal

El 54% de socios realizan su planificación un día después de cada cierre de catálogo permitiéndoles observar cuales fueron sus debilidades o fortalezas durante el periodo de venta.

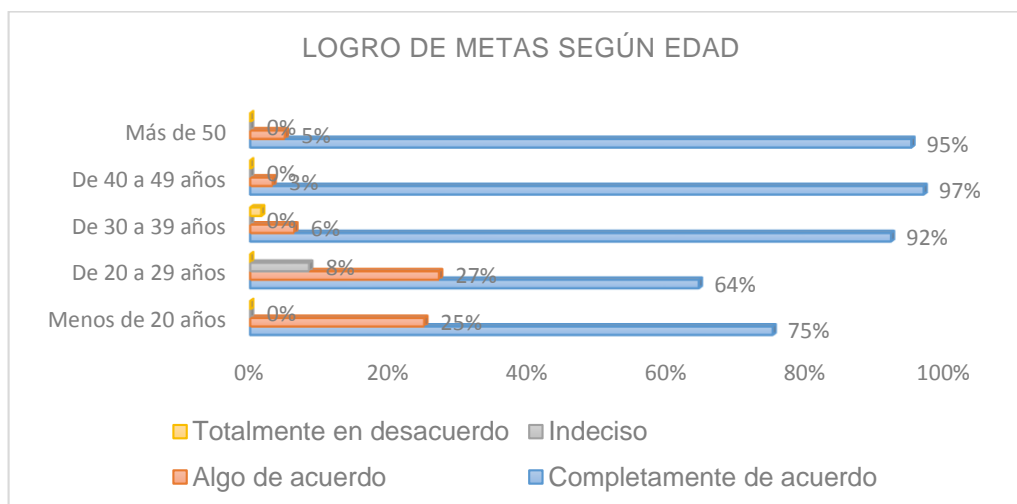


Figura 3.3.2. Logro de metas según la edad

El 97% de socios de edades entre 40 a 49 años están completamente de acuerdo con el logro de sus metas, este porcentaje representa la seguridad y confianza que tienen estas personas porque conocen su realidad que están dispuestos a esforzarse cada día para mejorar.

## ANEXO 4. MODELO DE ENCUESTA

### UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO ENCUESTA PARA ANALIZAR EL PERFIL QUE DEFINE AL PROSPECTO IDEAL, PARA EL NEGOCIO MULTINIVEL: CASO ORIFLAME

Estimado amiga(o), estamos realizando una investigación enfocada en obtener referencias sobre el perfil de la persona que desarrolla el negocio multinivel.

\*Obligatorio

#### 1. Sexo \*

Marca solo un óvalo.

- Femenino  
 Masculino

#### 2. ¿Qué edad tienes? \*

Marca solo un óvalo.

- menos de 20  
 de 20 a 29  
 de 30 a 39  
 de 40 a 49  
 más de 50

#### 3. Estado Civil

Marca solo un óvalo.

- Soltera (o)  
 Casada (o)  
 Separada (o)

#### 4. Tú grado de instrucción: \*

Marca solo un óvalo.

- Primaria  
 Secundaria  
 Superior Universitaria

#### 5. ¿A que te dedicas en la actualidad? \*

Selecciona todos los que correspondan.

- Estudias  
 Trabajas  
 Eres ama de casa

#### 6. Tu ingreso promedio es: \*

Marca solo un óvalo.

- Menos de S/.750  
 S/. 750 a S/.1000  
 S/.1000 a S/.1900  
 más de S/.1900

#### 7. ¿Cuánto tiempo tienes como socio en ORIFLAME? \*

Marca solo un óvalo.

- menos de 6 meses  
 de 6 meses a 1 año  
 de 1 año a 2 años  
 más de 2 años

#### 8. ¿Cómo conociste ORIFLAME? \*

Marca solo un óvalo.

- Por amigos  
 Por un familiar  
 Por Volante

9. **Gradúa como te a ayudado Oriflame para: \***

Enumera en orden de prioridad

Marca solo un óvalo por fila.

	1 (muy poco)	2(poco)	3(regular)	4(mucho)
Obtener Ingresos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reconocimientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desarrollo personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PREMIOS (Viajes - productos-colecciones)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. **¿Que te motiva a trabajar? \***

Marca solo un óvalo.

- Necesidad económica
- Por Gusto
- Por desarrollo personal

11. **Indica el grado de acuerdo o desacuerdo en cada una de las características que se presentan \***

En relación a ti:

Marca solo un óvalo por fila.

	Completamente de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Emprededor (a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entusiasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Perseverante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Soñador (a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Optimista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sereno (a)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. **¿Qué te distingue de otros socios ? \***

Marca solo un óvalo.

- Iniciativa
- Conocimientos
- Espíritu Emprendedor
- Carisma

13. **Indica el grado de acuerdo o desacuerdo en el hecho que Oriflame es un medio para: \***

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Completamente de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Alcanzar tus sueños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejorar tu calidad de vida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obtener reconocimientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Libertad Financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crecimiento personal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. **¿Conoces los valores de la empresa? \***

si tu respuesta es NO obvia la siguiente pregunta.

*Marca solo un óvalo.*

- SI
- NO

15. **¿Con que valor de la empresa te identificas?**

*Marca solo un óvalo.*

- Compañerismo
- Espiritu
- Pasión

16. **Indica el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a que te impide seguir desarrollándote en la empresa: \***

*Marca solo un óvalo por fila.*

16. Indica el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a que te impide seguir desarrollándote en la empresa: \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Completamente de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Temor al "NO" de las personas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miedo de hablar en público	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No ve resultados rápidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Falta de perseverancia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. ¿Que días planificas con tu líder? \*

al cierre de catalogo

Marca solo un óvalo.

- 1 día después
- 2 días
- 3 días
- No planifico

18. Indica el grado de acuerdo o desacuerdo en el logro de tus objetivos \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Completamente de acuerdo	Algo de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
La planificación con tu líder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poner a prueba tu capacidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Superar dificultades (miedos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Enfrentar riesgos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## ANEXO 5. DATOS DE RED PERSONAL – SOCIA 562606 DE ORIFLAME

ORIFLAME PERU S.A.

Reporte generado: 06/07/2014  
 Catálogo: 12/2013

### Datos Personales - (562606) YRLIN ELENA MANAY RIOJA

<b>Título actual</b>	Socio	Dirección email	yrlin.oriflameperu@gmail.com	ASM	Norte Perú - Gemma De Francesch
Fecha reclutamiento	29/09/2011	Teléfono casa		Email ASM	
Dirección	CALLE JUNIN 938 CERCADO LAMBAYEQUE 140301	Teléfono trabajo		Teléfono ASM	
		Celular	974E+08		
		Límite de Crédito	550		

**CONSEJOS DE PLANIFICACION:**

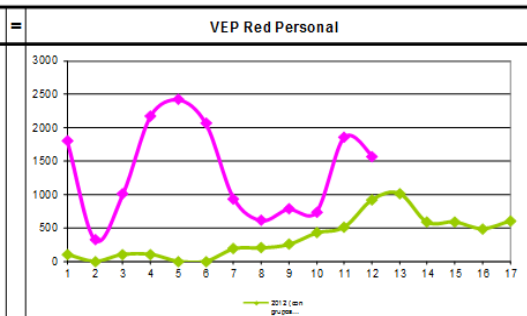
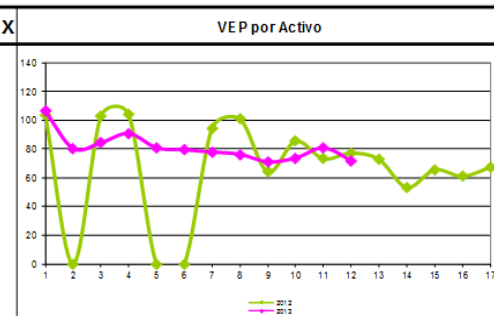
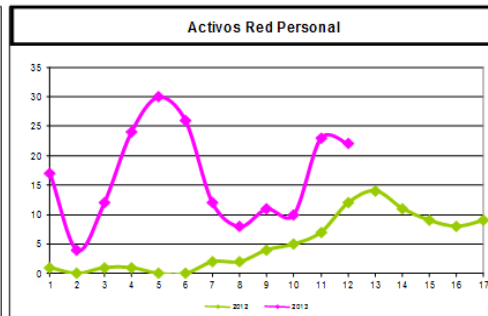
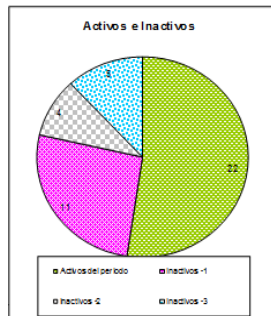
1. Planifica para este mes los +Reclutados +Reactivados -Removidos
2. Calcula: FV Inicial +Reclutados + Reactivados -Removidos = FV final. ¿Estás creciendo?
3. Planifica el % de Actividad revisando los meses pasados y año anterior en el gráfico.
4. Calcula: FV final x Actividad% = Número de Activos. ¿Hay crecimiento respecto al mes anterior?
5. Planifica la "Venta por Activo" revisando los meses y año anterior. ¿Cómo puedes aumentarla?
6. Calcula: Número de Activos x Venta por Activo = Venta Total. ¿Estás creciendo?

### Planificación de Ventas e Ingresos de la Red Personal

Últimos 3 Periodo	DE SARROLLO DE LA FUERZA DE VENTAS							ACTIVIDAD%	=	NUMERO DE ACTIVOS	X	VEP POR ACTIVO	=	VEP	Calificado para Club de Líderes
	FV Inicial	+Incorporados	+Reclutados	Rec %	+Reactivados	-Removidos	= FV final								
9/2013	30	3	4	+13.3%	0	14	20	55.00%		11		71		780	NO
10/2013	20	6	3	+15.0%	2	2	23	43.48%		10		74		736	NO
11/2013	23	13	12	+52.2%	2	3	34	67.65%		23		81		1857	NO

Mes Actual	Plan		Real		Plan		Real		Plan		Real		Plan		Real		Plan		Real							
	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real	Plan	Real						
12/2013	37	34		4		3	+0.0%	+8.8%		5		5	37	37		59.46%		0	22		71		0	1572		NO



## ANEXO 6. CUADRO DE INCENTIVOS MONETARIOS 3%-21%

NIVEL	PUNTAJE	CANTIDAD DE SOCIOS	GANANCIA INMEDIATA	INCENTIVO MONETARIO
<b>3%</b>	200 a 449	2 x 100*c/u	75.25	<b>S/. 15.38</b>
<b>6%</b>	450 a 899	6 x 100 c/u	82.78	<b>S/. 66.91</b>
<b>9%</b>	900 a 1,799	9 x 100 c/u	90.30	<b>S/. 177.97</b>
<b>12%</b>	1,800 a 2,999	18 x 100 c/u	97.83	<b>S/. 350.09</b>
<b>15%</b>	3,000 a 4,999	30 x 100 c/u	105.35	<b>S/. 758.47</b>
<b>18%</b>	5,000 a 7,499	50 x 100 c/u	112.88	<b>S/. 1,240.68</b>
<b>21%</b>	7,500 - más	75 x 100 c/u	120.40	<b>S/. 1,862.98</b>

\* Cada uno de los socios: 100 puntos en catalogo.

