

**Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal
en Colombia**

Marly Julieth Duran Herrera

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Magister en Gerencia
de Negocios**

Directora:

Rocío Morales

Máster Administración de Empresas

Universidad Industrial de Santander

Facultad de Ingenierías Físico-Mecánicas

Escuela de Estudios Industriales y Empresariales

Maestría en Gerencia de Negocios

Bucaramanga

2017

Contenido

	Pág.
Introducción	11
1. Planteamiento y justificación del problema	13
2. Objetivos	12
2.1 Objetivo general	12
2.2 Objetivos específicos	12
3. Metodología	14
4. Resultados	16
5. Funcionamiento de captadoras ilegales o pirámides	16
5.1 Pirámide abierta	19
5.2 Pirámide cerrada	19
5.3 Pasos que conforman y sostienen una pirámide	20
5.4 Que perfiles de personas han sido víctimas de las pirámides	22
6. Funcionamiento de la venta directa por multinivel	23
6.1 Características del funcionamiento en las empresas multinivel	26
6.2 Tipo de redes en mercadeo multinivel	29
6.3 Empresas con modelo de venta directa y mercadeo multinivel	31
6.4 Diferencias entre multinivel y pirámides en Colombia	32

6.5 Grupos de personas interesadas en realizar redes de mercadeo.....	33
6.6 A todas las personas no les funciona un negocio en multinivel	35
6.7 Desventajas del modelo multinivel.....	36
6.7.1 Mal uso del modelo multinivel	36
6.7.2 Imagen y reputación.....	38
6.8 Desarrollo de la empresa Amway Colombia	39
6.8.1 Amway Colombia	41
6.8.2 Plan de compensación en Colombia	43
6.8.3 Capacitación.....	47
6.8.4 Productos.....	47
6.8.5 Formación empresarial.....	49
6.9 Documento caso de estudio con la rigurosidad pertinente.....	50
7. Conclusiones	51
Referencias bibliográficas.....	52
Apéndices.....	54

Lista de figuras

	Pág.
<i>Figura 1.</i> Baldomera Larra.	17
<i>Figura 2.</i> Esquema tradicional.....	26
<i>Figura 3.</i> Ejemplo conformación de red.....	27
<i>Figura 4.</i> Esquema unilevel.....	29
<i>Figura 5.</i> Esquema binario.	30
<i>Figura 6.</i> Esquema rompimiento.	31
<i>Figura 7.</i> Empresarios independientes de venta directa	34
<i>Figura 8.</i> Estadística empresarial en Colombia año 2013	35
<i>Figura 9.</i> Ventas históricas de Amway mundial. Adaptado de Amway	42
<i>Figura 10.</i> Resumen gráfico de los incentivos en formación de redes.....	45

Lista cuadros

	Pág.
Cuadro 1. <i>Ejemplo de pirámide abierta</i>	19
Cuadro 2. <i>Ejemplo de pirámide cerrada</i>	20
Cuadro 3. <i>Diferencias Multinivel & Pirámide</i>	32
Cuadro 4. <i>Tabla de compensaciones Amway año 2014</i>	44
Cuadro 5. <i>Tabla de compensaciones desarrollando lideres Amway 2015-2016</i>	46

Lista apéndices

	Pág.
Apéndice A. Caso Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal	54
Apéndice B. Notas de enseñanza “Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal”	95
Apéndice C. Participación de captadoras registradas por la superintendencia financiera de Colombia.....	116
Apéndice D. Advertencias y medidas administrativas por ejercicio ilegal de actividad financiera 2014.....	117
Apéndice E. Volantes publicitarios.....	120

Resumen

Título: Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal en Colombia.*

Autora: Marly Julieth Duran Herrera**

Palabras claves: Mercadeo-redes-piramidal-Multinivel -Amway

Descripción

Debido al desconocimiento general en Colombia sobre la funcionalidad del mercadeo en redes o network marketing multinivel, las personas tienden a confundirlo con los esquemas piramidales que han ocasionado tantos problemas económicos en el país. El caso de estudio diferenció estas formas de mercadeo, las cuales inicialmente llevaron a plantear un caso de enseñanza sobre la empresa Amway como modelo multinivel. Sin embargo, durante el desarrollo del mismo, se vio la necesidad de profundizar sobre el concepto de los modelos multinivel en general y a su vez que tipos de pirámides existentes y su funcionalidad.

Inicialmente se presentó el proceso histórico que narra el origen y desarrollo de las pirámides en el mundo y en Colombia, posteriormente identificación conceptual y noticiosa de ejemplos de redes de mercadeo y pirámides en Colombia. Finalmente se precisó información sobre la empresa Amway como modelo multinivel, a partir de su historia, conceptos y noticias que identificaron claramente el funcionamiento y desarrollo de los procesos que manejan las empresas multinivel, distinguiéndolo del esquema piramidal.

Este estudio se presentó como una orientación para el docente, para que fuera tomado como un plan de estudio para los estudiantes en el aula de clases, permitiendo reconocer un hecho real en Colombia mediante un material

Finalmente se presentó la escritura de un caso de enseñanza con sus respectivas notas y dos videos como material de apoyo.

* Trabajo de grado

** Facultad de Ingenierías Físico-Mecánicas. Escuela de Estudios Industriales y Empresariales. Maestría en Gerencia de Negocios Directora: Rocío Morales, Máster Administración de Empresas

Abstract

Title: Amway as a multilevel model and its differentiating characteristics of the pyramidal model in Colombia*

Author: Marly Julieth Duran Herrera**

Keywords: Network – Marketing -Pyramid -Multilevel -Amway

Description

Due to general unknowledge in Colombia about the functionality of network marketing or network marketing multilevel, people tend to confuse it with the pyramid schemes that have caused so many economic problems in the country. The study case differentiated these forms of marketing, which initially led to raise a teaching case about Amway Company as a multilevel model. Nevertheless, during its development, there was a need to go deeper into the concept of multilevel models in general and in turn what types of pyramids exist and their functionality.

Initially the historical process was presented that tells the origin and development of the pyramids in the world and in Colombia, Later conceptual identification and news of example about marketing networks and pyramids in Colombia. Finally it was needed information about Amway Company as a multilevel model, from its history, concepts and news that clearly identified the operation and development of processes that handle multilevel companies, distinguishing it from the pyramid scheme.

This study was presented as an orientation for the teacher, to be taken as a curriculum for students in the classroom, allowing to recognize a real fact in Colombia through a material.

Finally the writing of a case of teaching with its respective notes was presented and two videos as support material.

* Degree work

** Faculty of Physical-Mechanical Engineering. School of Industrial and Business Studies. Master in Business Management Director: Rocío Morales, Master Business Administration

Introducción

Existe un desconocimiento general en Colombia sobre la funcionalidad del mercadeo en redes o network marketing multinivel, éste tiende a confundirse con los esquemas piramidales que han ocasionado tantos problemas económicos en el país. Diferenciar estas formas de mercadeo inicialmente llevó a plantear un caso de enseñanza sobre la empresa Amway como modelo multinivel. Sin embargo, en el transcurso de tiempo se vio la necesidad de profundizar sobre el concepto de los modelos multinivel en general y a su vez que tipos de pirámides existen y cómo funcionan.

Inicialmente se presenta el proceso histórico, conceptual y noticioso de ejemplos de redes de mercadeo y pirámides en Colombia. Posteriormente se precisa información sobre la empresa Amway como modelo multinivel, a partir de su historia, conceptos y noticias que identificarán claramente el funcionamiento y desarrollo de los procesos que manejan las empresas multinivel, distinguiéndolo del esquema piramidal.

Este estudio pretende ser una orientación para el docente, y que posteriormente sea tomado como un plan de estudio para los estudiantes.

Objetivos

Objetivo general

Elaborar un caso de estudio sobre negocios en redes de mercadeo multinivel y sus diferencias de las entidades captadoras ilegales de dinero, también conocidas como pirámides, en el que se observe el claro funcionamiento de Amway como una empresa de venta directa con modelo Multinivel

Objetivos específicos

- Presentar el funcionamiento de captadoras ilegales o pirámides
- Describir el funcionamiento de la venta directa por multinivel
- Analizar características del funcionamiento en las empresas multinivel.
- Evidenciar diferencias entre multinivel y pirámides en Colombia
- Evidenciar los grupos de personas interesadas en realizar redes de mercadeo.
- Analizar el desarrollo de la empresa Amway Colombia
- Generar documento caso de estudio con la rigurosidad pertinente.

1. Planteamiento y justificación del problema

La problemática surge al encontrar que el Ministerio de Hacienda y Crédito Público en su último reporte de obligaciones contingentes correspondiente al año 2012, plantea que hasta ese momento habían 608 procesos interpuestos contra la Superintendencia Financiera de Colombia por la omisión de vigilancia en los casos de captación ilegal de recursos, donde se hizo mención de la participación de cada una de las captadoras dentro del total de los procesos instaurados. (Ver Apéndice C).

Adicionalmente, la problemática aumentó con el registro del listado de empresas correspondiente al año 2014 que realizaron actividades financieras ilegales y no fueron vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, tales como Engoldex, Ultra valores s.a.s entre otras (Apéndice D). También presentaron otras publicaciones en la página oficial, “con estos volantes lo pueden engañar” alertando a las personas (Apéndice E).

En la búsqueda de negocios que generen ingresos extras y debido al desconocimiento en Colombia sobre la legalidad y funcionamiento de los Multiniveles, nace la necesidad de evidenciar a través del caso de enseñanza de la empresa Amway, información precisa y actualizada, que aporte criterios de juicio a los estudiantes de negocios para que puedan aplicar y transmitir esta información a futuras inversiones o asesoría de las mismas.

2. Metodología

De acuerdo a la metodología que plantea Oglíastri (OGLIASTRI, 2007), el trabajo se desarrolló en tres etapas: la primera etapa fue el planeamiento y recopilación de datos, la segunda etapa fue la organización de información y la tercera y última etapa fue la redacción.

La primera etapa fue el planteamiento y recopilación de datos donde se fijaron los objetivos del caso, tipo de texto, escritura y la información necesaria para el desarrollo. Se realizó una investigación cualitativa para desarrollar el trabajo de aplicación, en el que se tomó la recopilación de datos de fuentes primarias y secundarias.

Como fuente primaria de información se obtuvo la entrevista con la Gerente de asuntos corporativos de Amway Colombia, entrevista con empresario que desarrolla redes de mercadeo y que ha sido reconocido como negocios estables en Amway, entrevista con inversionista en pirámide y su experiencia. De ellos se pudo extraer video y documento escrito donde se evidencio algunos hechos relevantes en la historia, antecedentes, posicionamiento de Amway en el mercado mundial, descripción del sistema de mercadeo de la empresa, miembros, capacitaciones, incentivos, funcionamiento de otros multiniveles y compensación en la venta directa sin formación de redes.

Como fuente secundaria tenemos el informe de gestión año 2013 emitido por Amway Colombia, que permitió evidenciar resultados de crecimiento de la industria, crecimiento de la empresa, definición de venta directa por multinivel o redes, funcionamiento e historia, identificar los diferentes multiniveles existentes, presentar participación y tendencias de la industria en el mundo, definir las empresas que operan con este modelo en Colombia, analizar Ley que regula este modelo de negocio en Colombia, identificar empresas que operan con modalidad de multinivel en Colombia y su participación en el mercado. Además se utilizaron bases de datos multidisciplinarias como e-libro, ebrary, páginas oficiales en Colombia como Superintendencia de Sociedades y Asociación Colombiana de venta directa, otras páginas web oficiales como World Federation of Direct Selling Associations y Euromonitor Internacional. Adicionalmente se consultaron estudios de casos publicados en la página oficial de la Universidad de Harvard.

La segunda etapa consistió en la organización de dicha información, una vez recolectada y consolidada utilizando una secuencia lógica de temas y subtemas, puntos de discusión, preguntas principales y sus respuestas.

La tercera etapa fue la redacción, se realizó en tres partes:

- Preescritura: fue la parte en la cual se hizo composición e integraron ideas
- Borrador: se hicieron correcciones, mejorando redacción.
- Edición: se realizaron preguntas como si cumple con el objetivo, si está escrito en el estilo apropiado, si la estructura fue persuasiva. Finalmente el director del proyecto leyó el caso,

realizó las observaciones pertinentes, observó presentación del documento, claridad y suficiencia del contenido y apoyos visuales.

3. Resultados

Como resultado se obtuvo el cumplimiento de cada uno de los objetivos propuestos donde finalmente se presenta la escritura de un caso de enseñanza con sus respectivas notas y dos videos como material de apoyo. A continuación se detalla cada uno de los objetivos desarrollados.

4. Funcionamiento de captadoras ilegales o pirámides

El esquema piramidal se le atribuye a una mujer española llamada Baldomera Larra nacida en el año 1833. Su historia inicia tras el abandono que sufrió por parte de su esposo, hecho que la llevó a acudir a prestamistas para sostener sus hijos, pagando intereses altos. Se dice que allí inició la idea de crear un negocio de préstamos que consistía en prometer el doble de su inversión a quien dejara su dinero en manos de ella, y a medida que iba consiguiendo más adeptos, respaldaba la deuda del primero con el dinero que recaudaba del segundo y así se corrió

la voz por Madrid, donde llegó a recaudar 22 millones de reales para terminar afectando a 5.000 personas. (TORRES, 2009)

Por otra parte, William Miller en 1899 EEUU, multiplicaba los ahorros usando un esquema piramidal similar a Doña Baldomera, consiguió en tan solo cuatro años, un millón de dólares de la época. ¿Su castigo? Diez años de cárcel. A su salida, optó por un negocio más tradicional: una tienda de ultramarinos en Long Island.



Figura 1. Baldomera Larra. Adaptado de TORRES, Rosana. El arte de la estafa [En línea]. Diario El país sección Economía.

Otro esquema fue el de Ponzi en 1920, un inmigrante italiano, quien tomó el relevo de Miller. Con "su gran encanto y su lengua de oro", como lo definieron en su época, prometía pagar 15 dólares por cada 10 que se le prestara en un plazo de 90 días. El activo que utilizó para el fraude fueron los cupones postales, donde se dio cuenta de que se podían vender en Nueva Inglaterra a un valor bastante más alto del que se compraban en el extranjero (FORBES MÉXICO, 2013).

Con lo anterior, Colombia no fue la excepción, para el año 2008 en el sureste del país figuró la estafa realizada por la empresa Proyecciones DRFE cuyas siglas significan Dinero Rápido Fácil y Efectivo. Debido a la caída de esta empresa y por tener las mismas características fueron alertados los inversionistas de la Empresa DMG grupo Holding SA, empresa que además fue intervenida por el Estado.

Esto coincidió con la ola de emprendimiento que se vino gestando desde estos años. En el año 2011, Colombia ocupó el primer puesto -entre 54 países a nivel mundial- con proyección para crear empresas, analizados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Con ello se evidencia que los colombianos quieren invertir pero no tienen claridad en qué y cómo desean hacerlo.

Un ejemplo claro lo exponen los periódicos de Colombia como El tiempo: *“Del 2008 al 2014, cada tres días, en promedio, atrapan una captadora ilegal en Colombia, las autoridades han tenido conocimiento de 380 personas naturales y jurídicas involucradas con este delito”* (GUEVARA, 2013). *“¡Más de 600.000 personas han sido víctimas de fraude en inversiones piramidales!”*. (EL TIEMPO., 2013)

La Superintendencia Financiera de Colombia define a estas entidades de la siguiente manera: *“Los esquemas piramidales constituyen una de las modalidades de captación y recaudo no autorizado de recursos del público en forma masiva”*. Existen diversas modalidades de esquema piramidal:

4.1 Pirámide abierta

Consiste en que un individuo A ingresa a la pirámide con una inversión X, recluta a B Y C quienes ingresan con el mismo valor de la inversión pero que a su vez deben ingresar a 2 personas más con las mismas condiciones de inversión y de reclutamiento y así sucesivamente. Al lograr el cuarto nivel en profundidad el individuo A habrá cobrado hasta un 1600% del valor invertido y sale de la pirámide, para continuar, deberá iniciar otra pirámide.

Cuadro 1.

Ejemplo de pirámide abierta

NIVELES		ESTRUCTURA DE A														INVERSION 100.000		
1		A														BONOS DE A		
2		B				C										100		
3		D		E				F		G								200
4		H	I	J	K	L	M	N	O							400		
5		P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	BB	CC	DD	EE	800
																	TOTAL RECIBIDO EN BONOS	1,500,000
NIVELES		ESTRUCTURA DE B														INVERSION 100.000		
1		B														BONOS DE B		
2		D				E										100		
3		H		I				J		K								200
4		P	Q	R	S	T	U	V	W							400		
5		PP	QQ	RR	SS	TT	UU	VV	WW	XX	YY	ZZ	FF	GG	HH	II	JJ	800
																	TOTAL RECIBIDO EN BONOS	1,500,000

4.2 Pirámide cerrada

Consiste en que una persona administra todos los recursos que se recaudan y promete rendimientos del dinero, argumentando gestión de inversiones para saldar las grandes utilidades que promete. Funciona entregando las utilidades prometidas al principio de la formación de la pirámide, sin embargo se debe esperar a que esté lo suficientemente grande para cerrar.

4.3 Pasos que conforman y sostienen una pirámide

Contacto: En primer lugar convocan las personas por medio de publicidad a través de volantes o en internet, con discursos atractivos; luego realizan un contacto directo con el inversionista para que conozca el plan de negocio.

Recaudo del dinero: Habilitan cómodas oficinas en diferentes lugares de las ciudades con logo de la empresa y empleados uniformados -cajeras y asesores-, quienes reciben el dinero y entregaban un soporte oficializando la inversión, en algunas ocasiones solicitan consignar en diferentes cuentas a nombre de personas desconocidas.

Cuadro 2.

Ejemplo de pirámide cerrada

Mes	Modalidad pago Mensual		Promedio inversión por persona	\$300,000.00
	# Personas	Dinero ingresa	Pagan utilidades del 100%	Saldo
1	10	3,000,000		3,000,000
2	20	6,000,000	3,000,000	3,000,000
3	40	12,000,000	9,000,000	3,000,000
4	80	24,000,000	21,000,000	3,000,000
5	160	48,000,000	45,000,000	3,000,000
6	320	96,000,000	93,000,000	3,000,000
7	640	192,000,000	189,000,000	3,000,000
8	1280	384,000,000	381,000,000	3,000,000
9	2560	768,000,000	765,000,000	3,000,000
10	5120	1,536,000,000	1,533,000,000	3,000,000

Cuadro 2. (Continuación)

Mes	Modalidad pago Mensual		Promedio inversión por persona	\$300,000.00
	# Personas	Dinero ingresa	Pagan utilidades del 100%	Saldo
11	10240	3,072,000,000	3,069,000,000	3,000,000
12	20480	6,144,000,000	Desaparece la empresa	6,144,000,000

Método: Cada persona que ingresa le cuenta a 2 para que hagan lo mismo, adicionalmente le sugieren reinvertir las ganancias. Con este método garantizan el crecimiento exponencial en poco tiempo

Pago de aportes y utilidades: Evidentemente se realizan los pagos prometidos, con la captación de nuevos recursos, es decir de los nuevos que entraron al negocio.

Referidos: Independientemente de si es una pirámide abierta o cerrada, todos los inversionistas refieren el negocio a otras personas, en algunos caso esta referencia es premiada, esto garantizaba el constante ingreso de nuevo dinero al negocio, así como el flujo de efectivo y pago de las utilidades prometidas.

Ejemplo: Este es el caso de una de las 600.000 personas que perdieron su dinero invirtiendo en el grupo DMG. Es el caso de Patricia Delgado Alvarado de profesión Instrumentadora quirúrgica, quien en junio del año 2008 se encontraba laborando en el hospital de Puerto Asís en el Putumayo, al sur de Colombia; su novio le contó de las inversiones que llevaba haciendo durante un año con una gran empresa llamada DMG Grupo Holding SA, empresa que funcionaba con la modalidad de pirámide abierta. Gracias a la influencia que ejerció su novio para que hiciera parte de este negocio, decidió tomar un préstamo en un banco e invertirlos en

DMG. 10 millones de pesos fue el monto negociado, con la promesa que en 6 meses le devolverían una ganancia del 100%, como ya le había pasado a su novio. (Ver Apéndice A.)

La empresa inmediatamente le hizo entrega de una tarjeta débito, válida solamente en los puntos de venta DMG, con la que podía reclamar parte de sus utilidades en artículos de ferretería y electrodomésticos. En noviembre del mismo año, a tan solo 8 días de recibir sus utilidades, detienen el representante legal de la empresa DMG Grupo Holding S.A David Murcia Guzmán, por captación ilegal de dinero y lavado de activos, después de un año de la captura, el estado le devolvió \$250.000 a cada una de las personas que registraban en las bases de datos o que tuvieran el documento soporte sin importar el valor invertido. (Ver Apéndice A).

En conclusión, las pirámides parecen ser muy atractivas y de rápido crecimiento, sin embargo tienen alto riesgo y no son legalmente aceptadas en Colombia.

4.4 Que perfiles de personas han sido víctimas de las pirámides

Como lo muestra el caso mencionado anteriormente, existen víctimas reales de las pirámides y esto ha sido a lo largo de la historia y aún continúan. Los perfiles más comunes que se encuentran en las personas que han sido víctimas son:

1. Presentan un alto desconocimiento del sector financiero y entidades que lo regulan.
2. Poseen baja aversión al riesgo.
3. Alta inclinación por el ganar dinero fácil

4. Cualquier profesión u oficio
5. Generalmente de poblaciones pequeñas.
6. Cualquier sexo hombre o mujer

5. Funcionamiento de la venta directa por multinivel

La venta directa no es una modalidad nueva, inicia en 1851 cuando el señor Singer decide que sus máquinas de coser deben venderse directamente en los domicilios de sus clientas e incluso enseñarles a usarlas. Treinta y cinco años después, un vendedor de libros descubre que ofreciendo sus productos atados a un perfume, tienen mayor aceptación por sus clientes y es allí donde nace la empresa AVON que a Diciembre del año 2014 está posicionada en la industria de la venta directa como la segunda más grande del mundo vendiendo USD 8,900 Millones.

En 1930 aparece la venta de envases herméticos, que inicialmente se intentaron vender en los canales tradicionales sin obtener logro alguno, pero luego incursionaron en la Venta Directa con la ya conocida firma Tupperware, posicionándose en el octavo puesto en el 2014 con ventas de USD 2,600 Millones. A principios del siglo 20 entraron las aspiradoras con Electrolux, y en 1932 nació una variante con Stanhome, que reveló la eficacia de las ventas en reuniones.

Dos años más tarde el sr Carl F. Rehnborg después de una estadía en Asia nota que muchas de las enfermedades que padecían las personas, eran producto de los alimentos que consumían, por esta razón llega a Estados Unidos y despliega una manera de secar las plantas conservando los nutrientes, nace el primer suplemento multivitamínico vendido en América del Norte de la empresa Nutrilite lo comercia en primera instancia entre sus amigos y allegados, y estos a su vez empiezan a referir sus productos a otras personas. Carl decide premiar con descuentos sus compras, es aquí donde inicia un sistema de marketing multi-nivel y un nuevo modelo de negocios revolucionario no practicado hasta ese momento (NUTRILITE, 2013). En 1949 los señores Rich de Vos y Jay Van Andel fueron los que promovieron la marca Nutrilite y estuvieron comercializando los productos durante los siguientes 10 años.

En 1950 estos mismos señores crearon Amwaye American Way Association y lanzaron su primer limpiador multiusos LOC. Para 1972 compraron parte de la empresa Nutrilite, posteriormente adquirieron toda la compañía que para el 2014 facturó USD 10,800 Millones. En 1978 fue fundada la WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations) Federación mundial de asociaciones de venta directa, organización voluntaria, no gubernamental, que representa a la industria de venta directa.

A mediados de los 90 llegaron a Colombia las empresas con modalidad de venta directa en multinivel pero solo hasta el año 2013 se crea la ley 1700, que reglamenta esta modalidad en Colombia. Para el año 2014 la WFDSA representa a más de 50 Asociaciones de Venta Directa (AVD), entre ellas ACOVEDI que es la asociación Colombiana de venta directa. La WFDSA desarrolló un código de conducta mundial para todas las compañías de venta multinivel o por

redes, el cual deben acoger al afiliarse a una asociación de venta directa nacional. A nivel mundial, la industria de venta directa ha mostrado un crecimiento, -así lo muestra el cuadro tomado de Direct Selling News (DIRECT SELLING NEWS, 2013) (ver Apéndice A), donde se ve reflejado en el cierre del año 2014 con el listado de ventas de las 100 primeras empresas en todo el mundo. Del informe se extrajo el listado de las 20 primeras empresas para efectos didácticos.

Este cuadro muestra la empresas de venta directa con las mayores cifras en ventas globales en el año 2014, posicionándose Amway en el primer lugar, seguida de Avon, Oriflame, Herbalife, Natura, Tupperware y Yanbal, empresas que ya se encuentran funcionando en Colombia. La WFDSA en su reporte correspondiente al año 2014 informó un nuevo récord para la industria de Ventas directas, US\$182,823 Millones en ventas a nivel mundial. Colombia ocupó el puesto 14 con ventas por US\$3,125 millones, ubicándose por encima de Tailandia, Perú, Canadá, Argentina, Australia, Filipinas, Polonia e Indonesia. (Ver Apéndice A)

Sin lugar a dudas, este tipo de industria es reconocida y aceptada en el mundo, sin embargo, existen personas que desconocen el significado y el funcionamiento del modelo multinivel, mercadeo en redes o marketing multinivel MLM.

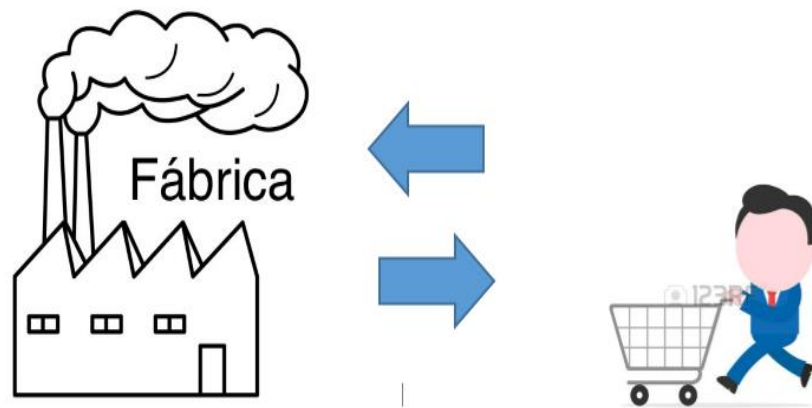


Figura 2. Esquema tradicional.

En conclusión, las personas que desarrollan esta actividad generan ingresos por comprar directamente de la fábrica, y recomendar a otros que hagan lo mismo.

5.1 Características del funcionamiento en las empresas multinivel

En el multinivel, además de percibir ingresos por la venta directa plana, también pueden obtener otros ingresos por los resultados o la productividad y desarrollo de grupos o redes que estén conectadas al consumo de productos o comercialización de los mismos. En Colombia las actividades de mercadeo denominadas Multinivel, están reglamentadas por la ley 1700 del 27 de Diciembre de 2013, que considera legal toda actividad de mercadeo que contemple la comercialización o el consumo directo de un bien o servicio a través de una red de personas y que por ello se reconozca el desempeño de cada uno de los que participen en ella, de acuerdo al plan de compensación que presente cada compañía.

Para ilustrar de forma más precisa el funcionamiento de los multiniveles se creó el siguiente ejemplo: Juan va al supermercado donde diariamente realiza sus compras, pero se entera que hay una fábrica que distribuye directamente a los clientes, muchos de los productos que él consume. Se da cuenta que por medio de un código de acceso que le dan en esta fábrica, puede hacer compras con descuentos y que adicionalmente recibe el producto en su casa.

Juan les cuenta a sus amigos y familiares lo que descubrió y éstos se motivan al igual que Juan a realizar sus compras con esta fábrica, entonces Juan los refiere y los conecta con la fábrica. Por hacer esto, la fábrica le reconoce a Juan parte de su labor y le otorga bonos para compensar que hubiese involucrado más clientes y así Juan va recibiendo incentivos por cada persona que conecte con la fábrica. Consecuentemente, las personas que ha referido Juan también refieren otras personas y éstas al igual que Juan van recibiendo incentivos por hacer la misma labor.

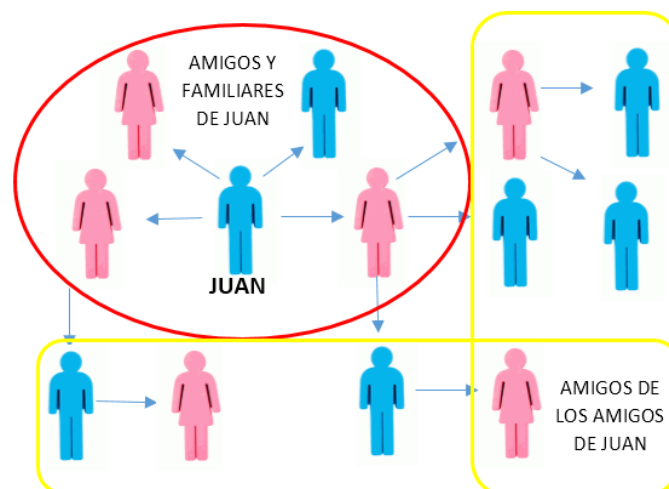


Figura 3. Ejemplo conformación de red

Burke Hedges (DELGADO, 2012) en el libro llamado “la Parábola del acueducto” explica cómo funciona una red de mercadeo o Network marketing; cuenta que en una villa muy lejana vivían Pablo y Bruno, dos chicos jóvenes y emprendedores a los que un día el alcalde llamó para proponerles que trasladaran el agua que estaba en un pozo hasta la Villa; Pablo y Bruno vieron una excelente oportunidad de negocio y aceptaron. Iniciaron con dos baldes cada uno, los llevaban caminando desde el pozo hasta el pueblo, las personas al ver la labor que ellos hacían, les pedían que trajeran agua a sus casas y les pagaban por su servicio.

Bruno pensaba en cuánto dinero recogería en un año si seguían juiciosos, pensó en agrandar los baldes para llevar más agua en cada trayecto y así poder suministrar a más personas. Por otro lado, Pablo pensaba que entre más días más agotado se sentiría y no sabía si el cuerpo resistiría, entonces pensó en construir unos conductos que llevaran el agua por gravedad a la villa, le mostró su idea a Bruno pero éste, no estuvo de acuerdo, pensó en la gran inversión y el tiempo que esto requeriría y él ya tenía sus planes de ahorro con lo que estaba ganando, había pensado en comprarse una parcela con una vaca para mantenerse.

Entonces Pablo decidió realizar su idea por su propia cuenta, así que en el día trabajaría llevando baldes y en la noche construiría su acueducto, evidentemente tardó el doble de tiempo que había planeado pero finalmente llegó el día en que terminó su obra. Presentó el proyecto terminado al alcalde y aprobaron el uso en toda la villa, cada día que pasaba eran más y más los hogares que querían agua del acueducto y no en baldes, por supuesto, al poco tiempo, el negocio de los baldes quebró.

Pablo continuó cobrando por transportar el agua solo que ya no lo hacía con su esfuerzo físico, porque había creado un sistema que transportaba el agua. Del mismo modo funcionan las redes de mercadeo, una fábrica provee productos a través de una red, esta red fue creada una sola vez y no requiere de la presencia del creador para que siga funcionando.

5.2 Tipo de redes en mercadeo multinivel

Existen diferentes maneras de crear redes, Unilevel, Binario, Matricial y Rompimiento, las empresas deciden qué tipo de redes van a usar y de acuerdo a ello, desarrollan sus planes de compensación.

Unilevel: Solo es posible vincular distribuidores o consumidores en una sola línea, es decir, una debajo de otra sin límite en la profundidad.



Figura 4. Esquema unilevel.

Binario: La red se forma de dos en dos, se deben hacer crecer uniformemente, hay límite en la profundidad, es decir, hasta una determinada cantidad de distribuidores o consumidores se genera bonificación para el creador de la red.

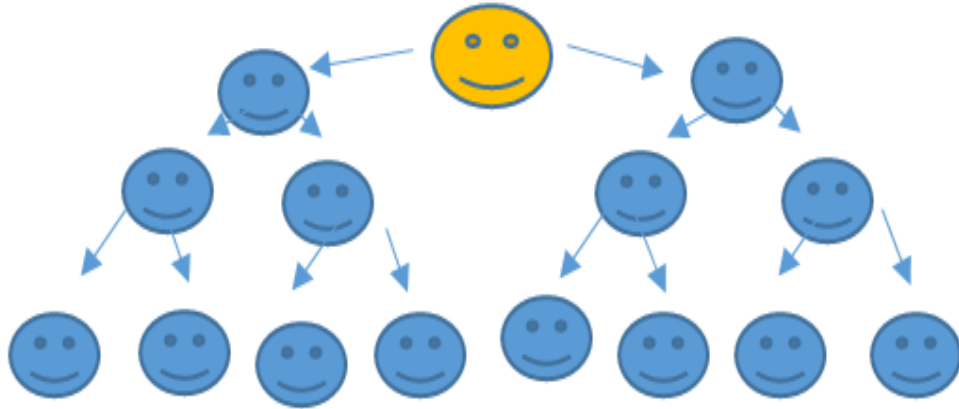


Figura 5. Esquema binario.

Matricial: La red tiene un límite de anchura, en la cantidad de distribuidores o consumidores frontales que vincule y un límite en la profundidad.

Rompimiento: La red no tiene límite de anchura, no tienen límite en la profundidad, todo lo que consume o distribuya la red le es reconocido a su creador.

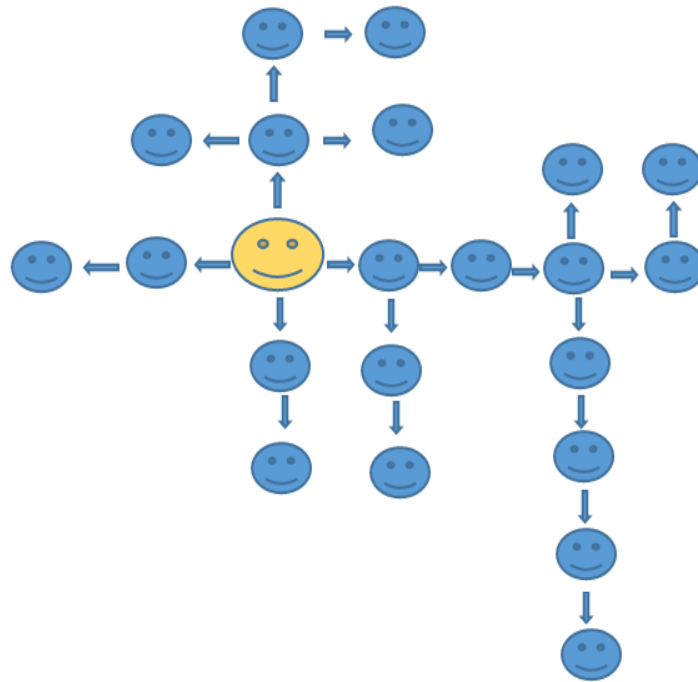


Figura 6. Esquema rompimiento.

5.3 Empresas con modelo de venta directa y mercadeo multinivel

Amway, Avon, Oriflame, Herbalife, Natura, Tupperware, Nu skin y Yanbal son las empresas de venta directa más conocidas en Colombia y tienen diferentes maneras de funcionar. Una de ellas es la venta directa a través de un representante, por medio de un catálogo de productos con el que ofrecen a los clientes, toman el pedido y se lo pasan al gerente de zona que se encarga de enviar los pedidos por la plataforma que tengan asignada, el gerente de zona está encargado de reclutar vendedores que pertenezcan a su grupo, los vendedores ganan el diferencial entre el precio de público y el descuento que les otorgan por ser representantes de ventas, el gerente de zona gana por las ventas que genere propias y por las que genere su grupo. De las empresas inicialmente mencionadas se encuentran en esta clasificación Avon, Natura, Yanbal y Oriflame.

La otra manera es a través de una plataforma virtual o un centro de llamadas (call center), una persona conecta a otra por medio de un código, y las dos compran productos directamente de la fábrica, en ningún momento la agilidad de la compra dependerá de otra persona intermediaria, sin embargo el empresario que vinculo al otro si recibirá ganancias sobre lo que compren todos sus afiliados, y así sucesivamente todos pueden hacer lo mismo. De las empresas inicialmente mencionadas se encuentran en esta clasificación Amway, Herbalife, Tupperware y Nuskin.

5.4 Diferencias entre multinivel y pirámides en Colombia

La entidad Acovedi, presenta en su página oficial, una tabla diferenciadora que se muestra en el Cuadro 3. Fue elaborada para sintetizar los puntos relevantes en la diferenciación del Multinivel y Pirámide, esta fue tomada en este documento para permitirle al lector ver claramente las características diferenciadoras.

Cuadro 3.

Diferencias Multinivel & Pirámide

Multinivel	Pirámide
La venta directa legalmente aceptada en Colombia puede iniciarse con un mínimo costo y una baja o nula inversión de inventario. Las tarifas de suscripción pueden ser requeridas si el nuevo representante de ventas independiente decide no proseguir con el negocio, dentro de un plazo razonable.	Con frecuencia exigen altos valores de suscripción y/o elevadas inversiones de inventario y ninguna de las dos es reembolsable. Esto debido a que los administradores de pirámides ganan su dinero de las nuevas personas vinculadas al esquema

Cuadro 3 (Continuación)

Multinivel	Pirámide
Existe la oportunidad de comercializar con consumidores y obtener un margen comercial. También ofrecen garantías de satisfacción a los consumidores o derechos de cancelación de manera que el consumidor puede devolver el producto para su reemplazo o su reembolso si queda insatisfecho.	Los esquemas piramidales no tienen oportunidad de comercializar productos, y no existe garantía de satisfacción.
Instan a los distribuidores a no acumular inventario y en ocasiones dan la oportunidad de devolver a la compañía cualquier mercancía sin usar y en condiciones de venta para un reembolso.	Instan a mantener grandes inventarios no reembolsables y los participantes decepcionados del esquema se tienen que quedar con el inventario que no pueden vender ni devolver
Las compañías de venta directa basan sus planes de ventas y comercialización, en el reconocimiento y la recompensa progresiva de los representantes de ventas independientes, por el desempeño en las ventas y la lealtad de sus clientes.	Ofrecen grandes fortunas en poco tiempo para llamar a un gran número de participantes a liderar grandes grupos que lo sostengan en niveles altos. En estos esquemas piramidales no hay claras oportunidades de negocios que sean viables y sostenibles a largo plazo.
Existe un contrato escrito con cláusulas y términos claros de terminación, renovación, sistemas de compensación y garantías	No existe contrato físico, se inicia con un pago previamente realizado, no hay claridad en las condiciones, ni renovación de garantías

Nota. ACOVEDI.

5.5 Grupos de personas interesadas en realizar redes de mercadeo

Tener como plan de vida el desarrollo del negocio de multinivel, no es precisamente lo que las personas tienen en mente, sin embargo, la Asociación de Venta Directa de Inglaterra (DSA-

Direct Selling Association UK) mencionó en su página web, que para el año 2012, los vendedores directos en el mundo eran más de 91.5 millones de personas (DSA, 2013). Como se puede evidenciar en la gráfica tomada de la WFDSA en la Figura 7.

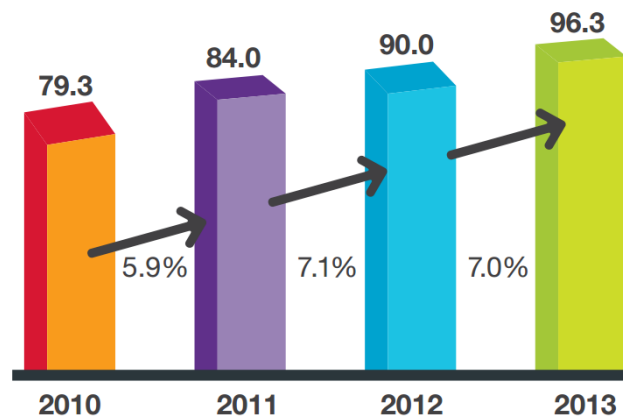


Figura 7. Empresarios independientes de venta directa. Adaptado de WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations)

Charles King (KING, y otros, 2004), doctor en administración de empresas de Harvard y profesor de marketing de la Universidad de Illinois, en Chicago, escribió en su libro “Los nuevos profesionales” que las personas de todo tipo de procedencia como amas de casa, obreros, ejecutivos intermedios, propietarios de pequeños comercios, profesores universitarios, abogados, dentistas, personas con discapacidades y otros, trabajan medio tiempo o tiempo completo en venta directa. También mencionó que la encuesta de fuerza de ventas nacional de la DSA (Direct Selling Association) en 1999 confirma que el 32% de los encuestados afirmó que la principal razón para convertirse en representantes de venta directa era lograr un ingreso adicional, un 20% dijo “creer en el producto”, 10% manifestó desear “productos con descuentos, por mayor o gratuitos” y el 38% restante dio otros motivos.

5.6 A todas las personas no les funciona un negocio en multinivel

Los modelos multinivel son una manera más de emprendimiento, por tanto podría compararse con las estadísticas que tiene el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que mide el espíritu empresarial de las personas en cada país y refleja que en Colombia para el año 2013 el 77% de las personas tienen aceptación sociocultural de la iniciativa empresarial, el 55% tiene la intención de ser empresario, solo el 14% se hacen empresarios y tan solo el 6% se reconocen como empresarios estables, esto lo muestra la Figura 8.

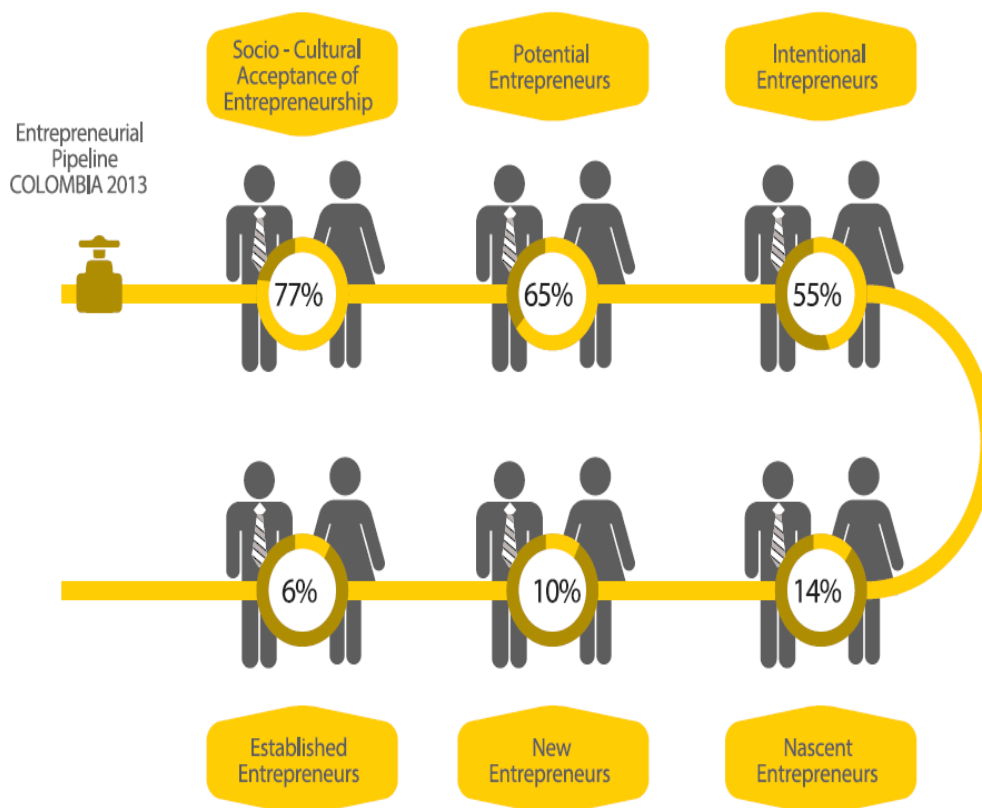


Figura 8. Estadística empresarial en Colombia año 2013. Adaptado de GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

5.7 Desventajas del modelo multinivel

5.7.1 Mal uso del modelo multinivel. El diario El país de Cali, Colombia (EL PAIS, 2013), publicó el 22 de Enero de 2016 que la Superintendencia de Sociedades reforzara los controles a empresas multinivel ya que se están creando empresas con esta modalidad para captar dineros a los usuarios, para ello creo un decreto que fija criterios específicos para el desarrollo de la actividad, uno de los puntos importantes son:

1. No debe haber beneficio económico a ningún vendedor independiente solo por vincular otros usuarios a su red.
2. Los planes de compensación deben estar publicados en la página web y en el establecimiento abierto al público.
3. La Superintendencia de Sociedades suspenderá la actividad de comercialización en red cuando se compruebe la realización de negocios no autorizados.

El modelo multinivel ha sido regulado por la ley 1700 del 2013, esto le ha dado respaldo y facilidad de adopción, sin embargo se ha usado este modelo como un anzuelo efectivo para captar dinero ilegalmente disfrazados de Multinivel.

Por otro lado, todas las personas son libres de decidir en qué negocio poner sus esfuerzos físicos, intelectuales y financieros. Como ya se mencionó anteriormente, en la venta directa y multinivel existen más de 91 millones vinculados en el mundo, sin embargo algunas personas

están en desacuerdo con este sistema de mercadeo, es el caso de Tomas Gómez, ingeniero civil afirma:

No me gustan los negocios de venta directa o multinivel porque definitivamente no tengo habilidades en ventas y realmente para tener buenos resultados las personas se deben convertir en muy buenos vendedores, consideró que las redes de mercadeo le dan muchas herramientas de ventas pero están promoviendo el acoso constante hacia los posibles clientes, siento que se ha perdido la idea donde los productos que se promueven son lo principal a destacar y no las afiliaciones, no pueden hablar de un producto si no lo conocen por meses como mínimo. Cuando una persona va a comprar un producto a una tienda es porque siente la necesidad de comprar ese producto, en ningún momento lo obligan a afiliarse para poder adquirirlo, es molesto que al pedir información de cierto producto de multinivel le dan mucha información innecesaria y que lo ven como uno de sus posibles reclutados. (GÓMEZ, 4 de Junio de 2014)

Otra experiencia es la de Tatiana Duran, empresaria independiente:

Veo que los multiniveles abundan y vender productos de multinivel es molesto tanto para el vendedor como para el cliente, dicen no necesitar tanto tiempo pero realmente si lo requiere y las ganancias recibidas no compensan el tiempo invertido, tampoco me gusta que en los multiniveles mencionan repetitivamente que no es necesario estudiar educación superior, porque es mejor ser empresario independiente. (DURAN, 4 de Junio de 2014)

5.7.2 Imagen y reputación. Las empresas Multinivel han tenido que cuidar uno de los puntos más delicados del negocio, la reputación e imagen, debido a que ha sido un negocio transmitido de voz a voz, las malas experiencias también, incluso más rápido, es por ello que las empresas con esta modalidad de mercadeo se ven afectadas rápidamente por la calidad del servicio y de los productos, ya que los portadores de la imagen son los mismos vendedores independientes que en nombre de la empresa multinivel, organizan eventos, ofrecen degustaciones, presentan el uso correcto de los productos y promueven en general el negocio, sin embargo hay personas que han usado información de forma inadecuada generando mala reputación en el mercado.

Un ejemplo de esto lo muestra esta noticia en el diario El país, (EL PAIS, 2008) el 22 de Abril del 2008, donde indican que el Ministerio de Sanidad investiga a Herbalife por nueve casos de intoxicación hepática aparecidos entre el año 2003 y 2007 y que podrían estar relacionados con el consumo de sus productos. En Colombia en el año 2006 se rechazó la inscripción de varios productos como suplemento alimenticio de esta misma compañía, debido a que algunos de sus componentes tenían efectos farmacológicos, según lo aseguro la asociación de consumidores FACUA.

En conclusión, los multiniveles han tenido desventajas en cuanto al mal uso que le han dado algunas empresas, captando dinero ilegalmente; adicionalmente se ha afectado la reputación y buena imagen de algunas compañías multinivel, debido a las investigaciones sanitarias que han enfrentado. Todo lo anterior ha generado malas referencias de los multiniveles en las personas.

5.8 Desarrollo de la empresa Amway Colombia

Amway es una empresa que cuenta con más de 21,000 empleados en todo el mundo. Los más de 450 productos exclusivos de alta calidad en las categorías de nutrición, belleza y hogar, permiten que más de 3 millones de vinculados llamados “empresarios Amway” vendan y consuman estos productos en todo el mundo (AMWAY, 2013).

Amway es dirigida por el Presidente del Consejo Steve Van Andel y el Presidente Ejecutivo Doug De Vos. En el año 2014 Van Andel fue nombrado Presidente del Consejo de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos y De Vos como miembro del Consejo de Directores de Wall Street Journal. Ambos han ocupado puestos de liderazgo en organizaciones clave de la industria, tales como la Federación Mundial de Ventas Directas y la Fundación para Educación sobre Ventas

Las oficinas generales mundiales de Amway, que abarcan un área de más de 278,710.26 metros cuadrados, se ubican en Ada, Michigan, Estados Unidos. La compañía y sus filiales poseen, manejan y operan: Instalaciones de producción en Ada, Michigan; Buena Park, California; y Lakeview, California, Estados Unidos; Guangzhou, China; y Ho-Chi Minn, Vietnam. Granjas con certificación orgánica para cultivo de ingredientes de suplementos alimenticios en Trout Lake, Washington, y Lakeview, California, Estados Unidos; Jalisco, México, y Ubajara, Brasil.

Una red mundial de distribución de más de 100 instalaciones, con importantes operaciones en Ada, Michigan, y Santa Fe Springs, California, Estados Unidos; Venlo, Países Bajos; Busan, Corea; y Guangzhou, China. Centros de servicio regionales compartidos en San José, Costa Rica; Cyberjaya, Selangor, Malasia; y Zabierzow, Polonia. En el año 2003, fue lanzada la Campaña para la Niñez AMWAY ONE BY ONE, que reúne los recursos de toda la familia Amway – compañía, Empresarios, empleados y clientes– para ayudar a los niños desfavorecidos de comunidades en todo el mundo para que puedan vivir mejor.

Unas de las principales estrategias de la empresa son el balance entre comercialización de productos y el desarrollo de liderazgo en sus Empresarios. Así lo refleja el cierre del año fiscal 2014, en el que Colombia continúa siendo el principal mercado de Amway en América Latina con un mayor volumen de ventas, mientras que Argentina y México mostraron un crecimiento superior durante el mismo año.

Estos logros son el resultado de las estrategias implementadas en la región, *“Hemos aprovechado el enorme potencial del mercado de las ventas directas mejorando la experiencia y desarrollo de nuestros Empresarios, con acciones más enfocadas y ofreciendo atractivos incentivos”*, afirma José Páez, Director General de Amway de México. *“A la vez, hemos fortalecido nuestro portafolio de productos incrementando la productividad en categorías de Nutrición y Belleza”*.

Dentro de la amplia variedad de productos que ofrece Amway, la categoría de Nutrición muestra la mayor participación en el mercado por encima del 40%. Esto se debe a la calidad e innovación de la marca NUTRILITE™, actualmente la número uno del mundo en ventas de vitaminas y suplementos alimenticios.

Otro aspecto clave para el crecimiento de Amway es la capacitación continua proporcionada a sus Empresarios a través del Instituto de Negocios Amway (INA), el aliado número uno para los Empresarios desde su etapa de prospección, auspicio y desarrollo de negocio hasta alcanzar el liderazgo. En este sentido, INA lanzó recientemente un nuevo modelo educativo llamado Ciclo de Formación Empresarial, resultado de años de experiencia de los líderes de la compañía para apoyar la formación y crecimiento de los Empresarios Amway

5.8.1 Amway Colombia. Amway Colombia abrió en agosto 1996 y es una afiliada de la Corporación Amway, es controlada y administrada por Miguel Francisco Arismendi Andrade, Director General para la Región Andina, miembro de la Junta Directiva de la Asociación Colombiana de Venta Directa (ACOVEDI), miembro de la Junta directiva de la cámara de la industria cosmética y de aseo, de la asociación nacional de industriales (ANDI).

También es miembro de la Junta Directiva, tanto de la Seccional Bogotá, como de la Junta Nacional en la ANDI. En lo referente a fundaciones es preside la Junta Directiva de la Fundación Junior Achievement Colombia, recientemente fue vinculado como miembro del "Finance and Governance Committee" de la World Federation Direct Selling Association (WFDSA), bajo la orientación del señor Doug de Vos. Igualmente, participa como uno de los miembros del

"Association Advisory Council" (AAC) para Latino América, en conjunto con el señor Rodolfo Guttilla, de Natura Brasil.

Amway Colombia se encuentra amparada bajo la ley 1700 del año 2013, que reglamenta esta modalidad, tras un constante trabajo en equipo entre el Estado, las asociaciones y los medios de comunicación. Las oficinas principales de Amway Colombia están ubicadas en Bogotá. Además tienen cuatro centros de experiencia Amway ubicados en Bogotá, Cali y Medellín. Amway Colombia apoya la Fundación Corazón, Esperanza y Amor que se encarga de niños en condiciones desfavorables. De ellos reciben cuidados, alimentación, educación, recreación y un hogar para vivir. Así mismo, apoya a la Fundación Colombia Emprendedora, programa que se desarrolla en más de 150 colegios cada año y cuenta con más de 200.000 mil niños desde su inicio. Amway en alianza con Hábitat para la Humanidad ha recolectado dinero para construir casas para familias desplazadas y víctimas del invierno.



Figura 9. Ventas históricas de Amway mundial. Adaptado de Amway

5.8.2 Plan de compensación en Colombia. Basados en la red por rompimiento como vimos anteriormente, no tiene límite en su frontalidad ni en su profundidad, y bonifica a todos los participantes de la red. Manejan 3 formas iniciales para generar ingresos: la primera es por actividad personal de comercialización, la segunda por formación de red y la última por el desarrollo de líderes.

- **Actividad personal de Comercialización:** recibe un 42.8% de margen de rentabilidad, es decir, si Invierte \$1.000.000, comercializa en \$1.428.000, esto genera una utilidad de \$428.000

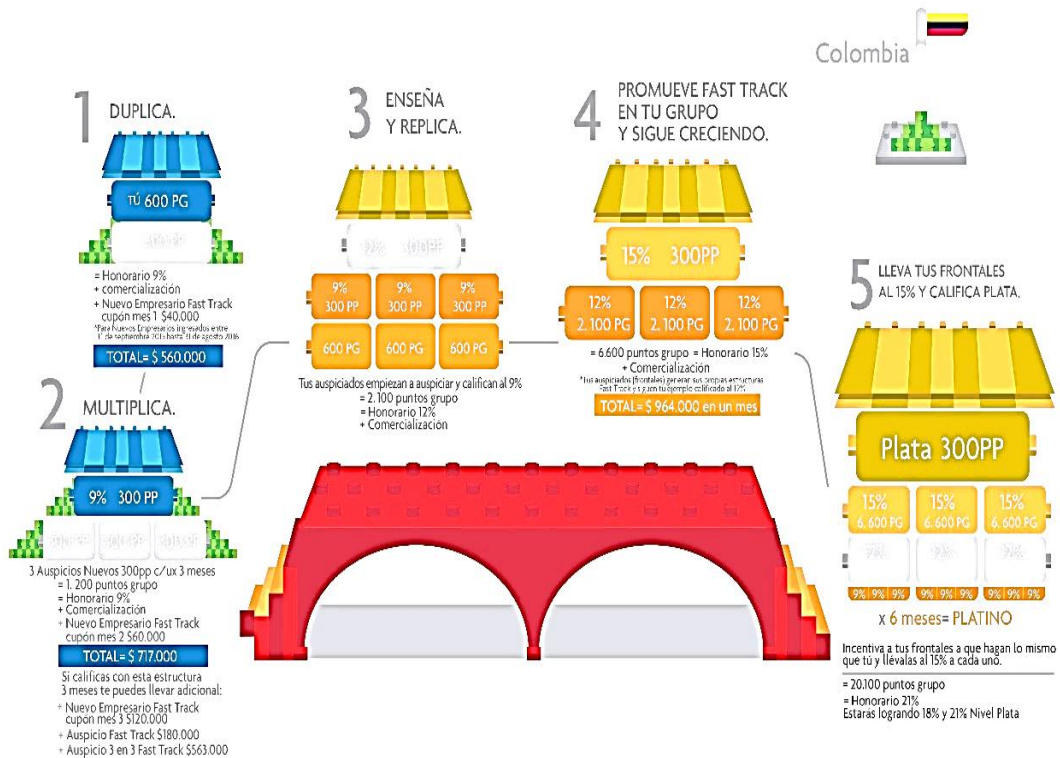
- **Formación red:** Consiste en invitar a consumidores que a su vez invitan a otros consumidores y así sucesivamente, a conformar redes de comunidades de consumo y/o distribución, a esta persona se llama **creador de red**. Recibe como compensación desde el 9% hasta el 21% (ver cuadro 5), porcentaje que se aplica sobre la totalidad del consumo o distribución que realicen en la red. Si uno de los participantes de la red decide hacer lo mismo le llamaremos empresario, el creador de la red ganará por lo que el empresario desarrolle y recibirá el diferencial, así, por ejemplo, si el creador de la red recibe el 21% y tiene un empresario calificado que recibe el 18%, el creador recibirá el 3% por la red del empresario, y recibirá el 21% del consumo de los que aún no haya calificado (AMWAY, 2013), para una mejor apreciación se puede observar Cuadro 4 Compensaciones Amway año 2014.

Cuadro 4.

Tabla de compensaciones Amway año 2014

Nivel	Puntos Mensuales	Cantidad de personas Consumidoras en la red
21%	10,000	67
18%	7,000	47
15%	4,000	27
12%	1,800	12
9%	600	4

Nota. Para el año 2014-2015 el valor promedio de un punto es un dólar



PP: Puntos Personales

PG: Puntos Grupales

Figura 10. Resumen gráfico de los incentivos en formación de redes. Adaptado de Plan de ventas y mercadeo Amway. AMWAY. Incentivos. [En línea]. [Citado el 4 de Febrero de 2013]. Disponible en <https://www.amway.com.co/incentivos/plandeventasymercadeo.html>

- **Desarrollo de líderes:** El creador de red se convierte en un líder cuando mantiene por 6 meses una red de consumo de 10.000 puntos, como lo muestra la gráfica anterior; si crea más redes de consumo adicionales, ganara mayores bonos de acuerdo al nivel alcanzado, estos niveles son llamados **Platino, Rubí, Esmeralda, Diamante, Corona y Embajador Corona** y para el año 2014-2015 por la primera vez que califica a cada nivel, reciben bonos en efectivo que van desde los 7 millones de pesos hasta los 100 millones de pesos (ver cuadro 5) adicional recibe los diferenciales de los niveles, recibe bonos por hacer que otras personas se conviertan en

líderes, es decir, por ayudar a que otras personas desarrollen redes de consumo de 10.000 puntos. Este bono que reciben se llama desarrollando líderes y además cuenta con un viaje internacional al año, llamado seminario de liderazgo.

Cuadro 5.

Tabla de compensaciones desarrollando líderes Amway 2015-2016

 Nivel 2015-2016	Colombia Tabla de ganancias		
	Bono Anual Nuevo Nivel	Desarrollando Líderes	Seminario de Liderazgo
Platino	\$7.100.000	N/A	*Sí
Rubí	N/A	N/A	*Sí
Zafiro	\$9.600.000	\$7.000.000	*Sí
Esmeralda	\$26.500.000	\$14.000.000	Sí
Diamante	\$52.500.000	\$28.000.000	Si
Diamante Ejecutivo	\$83.500.000	\$28.000.000	Sí
Doble Diamante	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí
Triple Diamante	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí
Corona	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí
Embajador Corona	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí

Nota. Plan de ventas y mercadeo Amway. AMWAY. Incentivos. [En línea]. Disponible en <https://www.amway.com.co/incentivos/plandeventasymercadeo.html>

Ejemplo: Fausto Gutiérrez docente deportivo, empresario Amway con nivel de Diamante, cuenta brevemente su historia en el negocio en redes de mercadeo. A los 21 años conoce la oportunidad de ser empresario Amway, en ese momento se encontraba trabajando entre semana en un colegio y en un gimnasio y los fines de semana en una caja de compensación en Bogotá,

ganaba buen dinero pero no tenía tiempo para compartir con su familia, decide hacer parte el negocio Amway y en el año 2015, a sus 26 años de edad, califica al nivel de Diamante. (Ver Apéndice A) Video experiencia empresario Amway CODIGO QR.

5.8.3 Capacitación. La empresa Amway creó el INA (Instituto de Negocios Amway) que es el encargado de la formación de las personas que deciden emprender este tipo de negocios. Presentan a sus empresarios un portafolio de oportunidades para recibir capacitación en dos grandes frentes, productos y formación empresarial, a continuación se detalla cada uno de ellos.

5.8.4 Productos. Las capacitaciones sobre productos las ofrece en modalidad virtual y presencial. En la página web www.amway.com.co con el código de empresario, se puede acceder al link de capacitación que ofrecen en tiempo real, también acceder a los videos de tips de productos y a la explicación de cada una de las líneas y sus beneficios.

La capacitación presencial se realiza en salones de conferencias en diferentes ciudades del país, donde una persona experta en la línea de productos realiza demostraciones prácticas para evidenciar el potencial de los productos. Los productos autorizados para distribuir en Colombia son presentados por un amplio portafolio y se clasifican en 4 grandes grupos:

Nutrición: Son suplementos alimenticios que actualmente no se consumen en la ingesta diaria personal, debido a que los alimentos carecen del potencial de sus nutrientes naturales por efectos del cambio climático, los largos traslados, y su pronta cosecha. La marca de los

suplementos es conocida en el mundo como Nutrilite, y se caracterizan por ser tomados de las granjas orgánicas propias de la empresa.

Belleza: Son productos que ayudan al cuidado de la piel de hombres y mujeres. Su elaboración es a base de productos naturales y su gran logro es haber posicionado la marca Aristry entre las cinco marcas del mundo en venta del cuidado de la piel de primera calidad.

Cuidado personal: Estos productos cubren las necesidades básicas del cuidado personal como shampoo, acondicionador, tratamientos capilares, jabón de baño, higiene bucal, cremas corporales y fragancias.

Hogar: Presenta una amplia variedad de productos de excelente calidad en la limpieza de prendas, platos y superficies, así como todo lo relacionado con batería de cocina. La mayoría de los productos se caracterizan por presentar una alta concentración por lo que los hace más duraderos y de uso exclusivo.

En Asia tiene adicionalmente, productos alimenticios como arroz, aceites, vinagre, sal, bebidas y alimentos para mascotas, es decir un toda una variedad para mercar desde casa.

5.8.5 Formación empresarial. El ciclo de formación empresarial busca complementar la educación en áreas como desarrollo emocional, financiero, social y comercialización, para todas las personas que deseen realizar negocios de network marketing, sin requisitos previos de formación en pregrado.

Cuenta con varias formas de capacitación, existe una plataforma en la que encuentra material de estudio, recomienda un paquete cada mes que contiene un libro y audios para ser estudiado, adicionalmente ofrece programas de tv por internet, aplicación que enseña cómo manejar las herramientas tecnológicas diseñadas para desarrollar el negocio, como manejar correctamente las aplicaciones para dispositivos móviles o Tablet. En su página también se encuentra una herramienta didáctica donde el empresario interactúa y avanza en los módulos a medida que obtiene resultados reales en el negocio. Realizan eventos de asociación, para ello diseñan un calendario que cubre información como ciudad, lugar fecha y hora del evento. Los eventos tienen las siguientes clasificaciones:

Juntas de negocios: Son realizadas semanalmente en las diferentes ciudades del país, su objetivo es transmitir a las personas invitadas, la idea del negocio.

Seminario empresarial: Es realizado mensualmente en las diferentes ciudades del país, su objetivo es transmitir ideas de técnicas y experiencias de empresarios que ya desarrollan el negocio. También reconocen los logros de los que alcanzaron nuevos niveles como se observó en el cuadro 6, creando líderes en el mes anterior al seminario.

Convenciones: Las realizan cada cuatro meses en las principales ciudades del país como Barranquilla, Bogotá, Cali, Bucaramanga y Medellín, traen oradores de talla internacional a presentar técnicas aplicadas en otros países y sus experiencias. Se reconocen los nuevos niveles alcanzados en los últimos cuatro meses previos a la convención.

Libre Empresa: Son eventos de integración nacional, que se realizan solo en cuatro ciudades del país Barranquilla, Bogotá, Medellín y Cali. Presentan oradores de talla internacional con los niveles más altos alcanzados en el mundo, presentando técnicas del negocio y experiencias de vida, aquí también presentan reconocimientos de los niveles alcanzados. La recomendación que realiza el INA a todas las personas que deseen obtener resultados en el negocio de Amway son las siguientes:

- Escuchar como mínimo un audio diario, estos audios contienen grabaciones de eventos como los que se mencionaron anteriormente.
- Leer mínimo un libro mensual, estos libros tienen diversos temas como, finanzas, liderazgo, productividad, arquitectura del negocio y crecimiento personal entre otros.
- Asistir a los eventos programados, una junta semanal, un seminario mensual, una convención cuatrimestral y una libre empresa anual.

5.9 Documento caso de estudio con la rigurosidad pertinente

En el Apéndice A y Apéndice B se encuentra el caso de estudio y las notas de enseñanza, producto del desarrollo de los objetivos a lo largo de este trabajo de grado.

6. Conclusiones

Al estudiar el caso de enseñanza se puede llegar rápidamente a varias conclusiones: que las pirámides y multiniveles no son lo mismo; que los multiniveles son otra de las tantas maneras de mercadear en un negocio y que el nivel de emprendimiento en Colombia ha llevado a ver en los multiniveles una oportunidad de emprender.

Los modelos multinivel nos son nuevos, ya son aceptados en Colombia mediante ley que los regula, sin embargo existen los esquemas piramidales que no son aceptados legalmente y que han generado afectación económica a las personas. Amway fue presentada como ejemplo de empresa multinivel que ha desarrollado todo un proceso nuevo empresarial que involucra prácticas de mercadeo amparadas por la ley. Su crecimiento en los últimos 5 años dan prueba de ello.

Referencias bibliográficas

ACHROL y KOTLER. (1999). Marketing in the Network Economy. Journal of Marketing.

ALLEN Carmichael. (1996). Marketing Multinivel y Marketing directo de red. Obelisco.

AYALA CASTILLO, A. E. (2013). Comercialización De Productos Colombianos Utilizando Network Marketing. Código: 4700059. Universidad Militar Nueva Granada. Facultad De Estudios A Distancia – Fadeis. Especialización En Alta Gerencia. Seminario De Grado Bogotá D.C.

CARMICHAEL, A. (1996). Marketing Multinivel y Marketing directo de red.

CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA. (2013). Ley 1700 del 27 de Diciembre de 2013 Reglamentación de las actividades de comercialización en red o mercadeo Multinivel en Colombia.

HAIR, J. Investigación de mercados en un ambiente de información digital 4 Edición.

KOTLER, P. (1999). Marketing in the network Economy, Journal of marketing.

MILLER RESTREPO, Al.; GÓMEZ SÁNCHEZ, A. M. (Enero – Junio, de 2011). Análisis del Impacto socioeconómico de las denominadas Pirámides en el Departamento del Cauca. Universidad de Medellín, Semestre Económico Volumen 4, No 28, Medellín, Colombia. pp 11 – 34.

MINISTERIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO DE COLOMBIA. (2012) Obligaciones contingentes.

NARESH K., M. Investigación de Mercados un enfoque práctico Segunda edición

OGLIASTRI, E. (2007). Elementos a tener en cuenta para escribir un caso.

- RAMÍREZ, M C; STANTON, K. y WALSH, J. (2005). Colombia: Legitimidad, Complicidad y Conspiración: La emergencia de una nueva forma económica en los márgenes del Estado en Colombia, eds. Coletta A. Youngers y Eileen Rosin, Instituto Colombiano de Antropología e Historia Bogotá, Colombia 184. Washington Office on Latin America (WOLA). Buenos Aires, Editorial Biblos. pp. 131
- TAN, D. y TAN J. Amway In China (A): A New Business Model, Ivey, Management Services, c/o Richard Ivey School of Business, The University of Western Ontario, London, Ontario, Canada.
- VILLEGAS VARELA, R. (2001). Innovación empresarial: arte y ciencia en la creación de empresas. Pearson educación.

Apéndices

Apéndice A. Caso Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal



ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES. MAESTRÍA EN GERENCIA DE NEGOCIOS MBA. Por: MARLY JULIETH DURAN

HERRERA. REV, Febrero 2016.

El estudio del presente caso le permitirá establecer con claridad el desempeño de los modelos multinivel, permitiendo comprender por qué cientos de personas optan por formar su propio negocio a partir de los modelos multinivel, entre los cuales se encuentran empresarios, jóvenes estudiantes, amas de casa, empleados y desempleados que encuentran una alternativa interesante y distinta que está en continuo crecimiento especialmente en Latino América.

No obstante, muchas personas desconfían aún de cualquier entidad que les plantee una alternativa distinta, que les permita adquirir dinero propio sin necesidad de caer en un acto ilícito o fraudulento. Es por ello que se desarrolló este caso para dar respuesta a los siguientes planteamientos. ¿Cómo diferenciar un modelo de mercadeo multinivel y un esquema piramidal?

¿Cómo funciona una pirámide y cuáles son sus riesgos? ¿Qué tipo de personas pueden desarrollar un negocio multinivel? ¿Por qué a todas las personas no les funciona?

El documento inicialmente, muestra unos conocimientos base que debe tener el estudiante para poder analizar posteriormente el caso de estudio Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal.

¿Son las pirámides un método legal, rápido y fácil para obtener dinero?

El esquema piramidal se le atribuye a una mujer española llamada Baldomera Larra nacida en el año 1833. Su historia inicia tras el abandono que sufrió por parte de su esposo, hecho que la llevó a acudir a prestamistas para sostener sus hijos, pagando intereses altos. Se dice que allí inició la idea de crear un negocio de préstamos que consistía en prometer el doble de su inversión a quien dejara su dinero en manos de ella, y a medida que iba consiguiendo más adeptos, respaldaba la deuda del primero con el dinero que recaudaba del segundo y así se corrió la voz por Madrid, donde llegó a recaudar 22 millones de reales para terminar afectando a 5.000 personas (TORRES, 2009).

Por otra parte, William Miller en 1899 en EEUU, multiplicaba los ahorros usando un esquema piramidal similar a Doña Baldomera. Consiguió en tan solo cuatro años, un millón de dólares de la época. ¿Su castigo? Diez años de cárcel. A su salida, optó por un negocio más tradicional: una tienda de ultramarinos en Long Island.

Otro esquema fue el de Ponzi en 1920, un inmigrante italiano, quien tomó el relevo de Miller. Con "su gran encanto y su lengua de oro", como lo definieron en su época, prometía pagar 15 dólares por cada 10 que se le prestara en un plazo de 90 días. El activo que utilizó para el fraude fueron los cupones postales, donde se dio cuenta de que se podían vender en Nueva Inglaterra a un valor bastante más alto del que se compraban en el extranjero (FORBES MÉXICO, 2013).

Colombia no fue la excepción, para el año 2008 en el sureste del país figuró la estafa realizada por la empresa Proyecciones DRFE cuyas siglas significan Dinero Rápido Fácil y Efectivo. Debido a la caída de esta empresa y por tener las mismas características fueron alertados los inversionistas de la Empresa DMG grupo Holding SA, empresa que además fue intervenida por el Estado. Esto coincidió con la ola de emprendimiento que se vino gestando desde estos años. En el año 2011, Colombia ocupó el primer puesto -entre 54 países a nivel mundial- con proyección para crear empresas, analizados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Con ello se evidencia que los colombianos quieren invertir pero no tienen claridad en qué y cómo desean hacerlo.

Un ejemplo claro lo exponen los periódicos de Colombia como 'El tiempo': "Del 2008 al 2014, cada tres días, en promedio, atrapan una captadora ilegal en Colombia, las autoridades han tenido conocimiento de 380 personas naturales y jurídicas involucradas con este delito." (EL TIEMPO) "*¡Más de 600.000 personas han sido víctimas de fraude en inversiones piramidales!*" (EL TIEMPO., 2013).

Funcionamiento de las pirámides y su rápido crecimiento

La Superintendencia Financiera de Colombia define a estas entidades de la siguiente manera:

“Los esquemas piramidales constituyen una de las modalidades de captación y recaudo no autorizado de recursos del público en forma masiva”. Existen diversas modalidades de esquema piramidal:

Pirámide abierta, consiste en que un individuo A ingresa a la pirámide con una inversión X, recluta a B Y C quienes ingresan con el mismo valor de la inversión pero que a su vez deben ingresar a 2 personas más con las mismas condiciones de inversión y de reclutamiento y así sucesivamente. Al lograr el cuarto nivel en profundidad el individuo A habrá cobrado hasta un 1600% del valor invertido y sale de la pirámide, para continuar, deberá iniciar otra pirámide. Para una mejor interpretación ver cuadro 1-1 Ejemplo de pirámide abierta.

Cuadro 1-1.

Ejemplo de pirámide abierta

NIVELES	ESTRUCTURA DE A														INVERSION 100.000		
1	A													BONOS DE A			
2	B				C										100		
3	D		E				F		G						200		
4	H	I	J	K	L	M	N	O							400		
5	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	BB	CC	DD	EE	800
														TOTAL RECIBIDO EN BONOS	1,500,000		
NIVELES	ESTRUCTURA DE B														INVERSION 100.000		
1	B													BONOS DE B			
2	D				E										100		
3	H		I				J		K						200		
4	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	BB	CC	DD	EE	400
5	PP	QQ	RR	SS	TT	UU	VV	WW	XX	YY	ZZ	FF	GG	HH	II	JJ	800
														TOTAL RECIBIDO EN BONOS	1,500,000		

Pirámide cerrada, consiste en que una persona administra todos los recursos que se recaudan y promete rendimientos del dinero, argumentando gestión de inversiones para saldar las grandes utilidades que promete. Funciona entregando las utilidades prometidas al principio de la formación de la pirámide, sin embargo se debe esperar a que esté lo suficientemente grande para cerrar. Para una mejor interpretación ver cuadro 1-2 Ejemplo de pirámide cerrada.

Cuadro 1-2.

Ejemplo de pirámide cerrada

Mes	Modalidad pago Mensual		Promedio inversión por	\$300,000.00
	# personas	Dinero ingresa	persona	Saldo
1	10	3,000,000		3,000,000
2	20	6,000,000	3,000,000	3,000,000
3	40	12,000,000	9,000,000	3,000,000
4	80	24,000,000	21,000,000	3,000,000
5	160	48,000,000	45,000,000	3,000,000
6	320	96,000,000	93,000,000	3,000,000
7	640	192,000,000	189,000,000	3,000,000
8	1280	384,000,000	381,000,000	3,000,000
9	2560	768,000,000	765,000,000	3,000,000
10	5120	1,536,000,000	1,533,000,000	3,000,000
11	10240	3,072,000,000	3,069,000,000	3,000,000
12	20480	6,144,000,000	Desaparece la empresa	6,144,000,000

Método: Cada persona que ingresa le cuenta a 2 para que hagan lo mismo, adicionalmente le sugieren reinvertir las ganancias. Con este método garantizan el crecimiento exponencial en poco tiempo

¿Cómo operan las pirámides?

Inicialmente tienen un contacto, convocan las personas por medio de publicidad a través de volantes o en internet, con discursos atractivos; luego realizan un contacto directo con el inversionista para que conozca el plan de negocio. Seguidamente recaudan el dinero, habilitan cómodas oficinas en diferentes lugares de las ciudades con logo de la empresa y empleados uniformados -cajeras y asesores-, quienes reciben el dinero y entregaban un soporte oficializando la inversión, en algunas ocasiones solicitan consignar en diferentes cuentas a nombre de personas desconocidas. Posteriormente pagan aportes y utilidades, evidentemente se realizan los pagos prometidos, con la captación de nuevos recursos, es decir de los nuevos que entraron al negocio. Finalmente toman referidos. Independientemente de si es una pirámide abierta o cerrada, todos los inversionistas refieren el negocio a otras personas, en algunos caso esta referencia es premiada, esto garantizaba el constante ingreso de nuevo dinero al negocio, así como el flujo de efectivo y pago de las utilidades prometidas.

Ejemplo: Este es el caso de una de las 600.000 personas que perdieron su dinero invirtiendo en el grupo DMG. Es el caso de Patricia Delgado Alvarado de profesión Instrumentadora quirúrgica, quien en junio del año 2008 se encontraba laborando en el hospital de Puerto Asís en el Putumayo, al sur de Colombia; su novio le contó de las inversiones que llevaba haciendo durante un año con una gran empresa llamada DMG Grupo Holding SA, empresa que funcionaba con la modalidad de pirámide abierta. Gracias a la influencia que ejerció su novio para que hiciera parte de este negocio, decidió tomar un préstamo en un banco e invertirlos en DMG. 10 millones de pesos fue el monto negociado, con la promesa que en 6 meses le devolverían una ganancia del 100%, como ya le había pasado a su novio. La empresa

inmediatamente le hizo entrega de una tarjeta débito, válida solamente en los puntos de venta DMG, con la que podía reclamar parte de sus utilidades en artículos de ferretería y electrodomésticos. En noviembre del mismo año, a tan solo 8 días de recibir sus utilidades, detienen el representante legal de la empresa DMG Grupo Holding S.A David Murcia Guzmán, por captación ilegal de dinero y lavado de activos, después de un año de la captura, el estado le devolvió \$250.000 a cada una de las personas que registraban en las bases de datos o que tuvieran el documento soporte sin importar el valor invertido.

ENTREVISTA**VICTIMA DE FRAUDE PIRAMIDAL EN COLOMBIA**

Buenos días, gracias por aceptar la invitación a participar de esta entrevista, mi nombre es Marly Duran Herrera y soy estudiante de MBA de la Universidad Industrial de Santander, me encuentro desarrollando un caso de enseñanza sobre Multiniveles y Pirámides. Para esta entrevista haré de Entrevistador.

Entrevistador: ¿Cómo es su nombre?

Invitado: Patricia Delgado Alvarado

Entrevistador: ¿Ha sido víctima de alguna pirámide?

Invitado: Si, en el año 2009 con la pirámide DMG

Entrevistador: ¿Cuál es su profesión y donde se encontraba trabajando cuando ocurrió el fraude?

Invitado: Soy instrumentadora quirúrgica y me encontraba trabajando en el hospital de Puerto Asís- Putumayo

Entrevistador: ¿Usted se considera una persona emprendedora?

Invitado: Si, he iniciado varios negocios pero no me ha ido tan bien.

Entrevistador: ¿Cómo conoció del negocio del cual fue víctima?

Invitado: A mi novio le hablaron del tema y él invirtió, llevaba como un año ganando y pues me interesé en el tema porque al principio no confiaba.

Entrevistador: ¿Cuál fue la propuesta que le hicieron y cuál fue su decisión?

Invitado: Me ofrecieron el 100% de interés en seis meses, realice un crédito de 10.000.000 y los invertí, ósea recibiría en seis meses 20.000.000

Entrevistador: ¿Cómo era la modalidad de pago, como debía reclamar el dinero?

Invitado: Ofrecían unas tarjetas como si fueran debito para comprar en el centro comercial o en ferretería que tenían en Bogotá

Entrevistador: ¿Tenía que llevar personas y vincularlas?

Invitado: No, las personas iban por su propia cuenta, solo que unas le contaban a otras y por medio de la voz a voz se iba conociendo el tema.

Entrevistador: ¿En qué momento se enteró que había perdido su dinero?

Invitado: Cuando ya me faltaba un mes para coronar, capturaron al Gerente de DRFE (dinero, rápido, fácil y efectivo), y el presidente decidió investigar y cerrar a

DMG por sus características similares. Y pues así perdió mucha gente. Los que ganaron fueron los q invirtieron los primeros años. Y otra q invirtió e iban sacando la ganancia, igual se supone q parecía empresa estable porque pedían el RUT.

Entrevistador: ¿Invirtió en otras pirámides?

Invitado: Si, se llamaba DRFE donde la modalidad era diferente, allá pagaban mensualmente los intereses al 100, 150, 200 y la última fue de 400%, en esta invertí \$2.000.000

Entrevistador: ¿Alcanzó a recibir el dinero prometido y por cuánto tiempo?

Invitado: Alcance a tener como \$7.000.000, como no me pagaban el sueldo en el hospital, pues de eso era q vivía.

Entrevistador: ¿Después de intervenidas las empresas alcanzo a recuperar algo del dinero invertido?

Invitado: Si, pase derecho de reposición y me devolvieron \$250.000

Entrevistador: ¿Considera que hay alguna lección?

Invitado: Si, la avaricia rompe el saco

Entrevistador: Muchas gracias por haber compartido su experiencia.

Invitado: Con gusto, todo lo que se pueda hacer para evitar que otras personas no sean víctimas de estos delincuentes, hay que hacerlo.

Nota. Entrevista por elaboración propia.

Perfiles de personas que han sido víctimas de las pirámides

Como lo muestra el ejemplo anterior, existen victimas reales de las pirámides y esto ha sido a lo largo de la historia y aún continúan. Las personas que han sido víctimas, presentan perfiles muy comunes, un alto desconocimiento del sector financiero y entidades que lo regulan, poseen baja aversión al riesgo, alta inclinación por el ganar dinero fácil, no requieren de profesión u oficio específica, generalmente de poblaciones pequeñas y no requiere de sexo específico, hombre o mujer

La venta directa trasciende a un modelo multinivel

La venta directa no es una modalidad nueva, inicia en 1851 cuando el señor Singer decide que sus máquinas de coser deben venderse directamente en los domicilios de sus clientas e incluso enseñarles a usarlas. Treinta y cinco años después, un vendedor de libros descubre que ofreciendo sus productos atados a un perfume, tienen mayor aceptación por sus clientes y es allí donde nace la empresa AVON que a Diciembre del año 2014 está posicionada en la industria de la venta directa como la segunda más grande del mundo vendiendo USD 8,900 Millones. En 1930 aparece la venta de envases herméticos, que inicialmente se intentaron vender en los canales tradicionales sin obtener logro alguno, pero luego incursionaron en la Venta Directa con la ya conocida firma Tupperware, posicionándose en el octavo puesto en el 2014 con ventas de USD 2,600 Millones.

A principios del siglo 20 entraron las aspiradoras con Electrolux, y en 1932 nació una variante con Stanhome, que reveló la eficacia de las ventas en reuniones. Dos años más tarde el sr Carl F. Rehnborg después de una estadía en Asia nota que muchas de las enfermedades que padecían las personas, eran producto de los alimentos que consumían, por esta razón llega a Estados Unidos y despliega una manera de secar las plantas conservando los nutrientes. De este modo nace el primer suplemento multivitamínico vendido en América del Norte de la empresa Nutrilite, lo comercia en primera instancia entre sus amigos y allegados, y estos a su vez empiezan a referir sus productos a otras personas. Carl decide premiar con descuentos sus compras, es aquí donde inicia un sistema de marketing multi- nivel y un nuevo modelo de negocios revolucionario no practicado hasta ese momento (NUTRILITE, 2013).

En 1949 los señores Rich de Vos y Jay Van Andel fueron los que promovieron la marca Nutrilite y estuvieron comercializando los productos durante los siguientes 10 años. En 1950 estos mismos señores crearon Amway, American Way Association y lanzaron su primer limpiador multiusos LOC. Para 1972 compraron parte de la empresa Nutrilite, posteriormente adquirieron toda la compañía que para el 2014 facturó USD 10,800 Millones. En 1978 fue fundada la WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations) Federación mundial de asociaciones de venta directa, organización voluntaria, no gubernamental, que representa a la industria de venta directa.


A mediados de los 90 llegaron a Colombia las empresas con modalidad de venta directa en multinivel pero solo hasta el año 2013 se crea la ley 1700, que reglamenta esta modalidad en Colombia. Para el año 2014 la WFDSA representa a más de 50 Asociaciones de Venta Directa (AVD), entre ellas ACOVEDI que es la asociación Colombiana de venta directa. La WFDSA desarrolló un código de conducta mundial para todas las compañías de venta multinivel o por redes, el cual deben acoger al afiliarse a una asociación de venta directa nacional.

A nivel mundial, la Industria de venta directa ha mostrado un crecimiento, -así lo muestra el cuadro tomado de Direct Selling News (DIRECT SELLING NEWS, 2013) (Cuadro1-3), donde se ve reflejado en el cierre del año 2014 con el listado de ventas de las 100 primeras empresas en todo el mundo. Del informe se extrajo el listado de las 20 primeras empresas para efectos didácticos.

En el cuadro 1-3 muestra la empresas de venta directa con las mayores cifras en ventas globales en el año 2014, posicionándose Amway en el primer lugar, seguida de Avon, Oriflame, Herbalife, Natura, Tupperware y Yanbal, empresas que ya se encuentran funcionando en Colombia.

Cuadro 1-3

Ventas globales de las 100 primeras empresas de venta directa

		
2015 Rank	Company Name	2014 Revenue
1	Amway	\$10.80B
2	Avon	\$8.90B
3	Herbalife	\$5.00B
4	Mary Kay	\$4.00B
5	Vorwerk	\$3.90B
6	Natura	\$3.20B
7	Infinitus	\$2.64B
8	Tupperware	\$2.60B
9	Nu Skin	\$2.57B
10	JoyMain	\$2.00B
11	Oriflame	\$1.68B
12	Ambit Energy	\$1.50B
13	Belcorp	\$1.40B
14	Primerica	\$1.34B
15	Tiens	\$1.16B
16	Telecom Plus	\$1.10B



2015 Rank	Company Name	2014 Revenue
17	New Era	\$928M
18	Stream Energy	\$918M
19	Miki	\$868M
20	Yanbal	\$856M

La WFDSA en su reporte correspondiente al año 2014 informó un nuevo récord para la industria de Ventas directas, US\$182,823 Millones en ventas a nivel mundial. Colombia ocupó el puesto 14 con ventas por US\$3,125 millones, ubicándose por encima de Tailandia, Perú, Canadá, Argentina, Australia, Filipinas, Polonia e Indonesia.

Cuadro 1-4.

Reporte mundial de ventas directa año 2014

23 countries account for 93% of global direct selling retail sales

The top 23 countries are those reporting more than US\$1 billion in annual direct selling retail sales

	2014 RANK	COUNTRY	RETAIL SALES (2014 CONSTANT US\$ MILLIONS)	YEAR-OVER- YEAR CHANGE (2014 CONSTANT US\$)	COMPOUND ANNUAL GROWTH RATE 2011-2014 (2014 CONSTANT US\$)	DIRECT SELLERS
Top 5 61%	1	United States	\$34,470	5.5% ▲	4.9%	18,200,000
	2	China	\$30,217	18.6% ▲	18.7%	unknown
	3	Japan	\$16,774	1.7% ▲	-2.3%	3,314,000
	4	Korea	\$16,359	8.7% ▲	8.1%	5,978,302
	5	Brazil	\$13,037	0.2% ▲	6.7%	4,495,153
Top 10 >78%	6	Germany	\$8,915	4.8% ▲	5.7%	414,057
	7	Mexico	\$7,974	2.1% ▲	5.9%	2,200,000
	8	France	\$5,335	0.0% -	2.6%	572,000
	9	Malaysia	\$5,300	5.0% ▲	8.0%	4,300,000
	10	United Kingdom	\$3,880	10.9% ▲	8.2%	544,000
Top 15 >87%	11	Russia	\$3,604	0.3% ▲	1.6%	5,425,830
	12	Taiwan	\$3,241	2.8% ▲	4.0%	3,175,000
	13	Italy	\$3,225	3.7% ▲	-0.1%	508,943
	14	Colombia	\$3,125	10.4% ▲	7.5%	2,023,948
	15	Thailand	\$2,759	-4.0% ▼	1.5%	11,000,000
Top 23 >93%	16	Peru	\$1,873	5.7% ▲	7.5%	484,369
	17	Canada	\$1,825	-2.6% ▼	-2.7%	779,688
	18	Argentina	\$1,771	37.7% ▲	28.8%	715,000
	19	Australia	\$1,414	5.4% ▲	3.9%	557,355
	20	Philippines	\$1,191	7.9% ▲	17.6%	4,020,000
	21	Poland	\$1,187	1.1% ▲	5.2%	970,933
	22	India	\$1,174	4.0% ▲	12.3%	4,383,487
	23	Indonesia	\$1,069	8.0% ▲	11.3%	11,743,600
GLOBAL TOTAL			\$169,719			85,805,665

Nota. Reporte año 2014 de la WFDS (World Federation of Direct Selling Associations)

Sin lugar a dudas, este tipo de industria es reconocida y aceptada en el mundo, sin embargo, existen personas que desconocen el significado y el funcionamiento del modelo Multinivel, Mercadeo en redes o Marketing Multinivel MLM. Dentro del sector de venta directa existen tipos o clasificaciones, a continuación se describen la venta directa plana y la de multinivel o mercadeo en red. Los negocios en venta directa plana hacen referencia a la relación directa entre

un fabricante que vende un bien o servicio a un cliente final sin intermediarios. Las personas que desarrollan esta actividad ganan ingresos por comprar a un precio, en calidad de distribuidores y vender a un precio mayor a sus clientes finales.

Multinivel, más conocido como mercadeo en red

Además de percibir ingresos por la venta directa plana, también pueden obtener otros ingresos por los resultados o la productividad y desarrollo de grupos o redes que estén conectadas al consumo de productos o comercialización de los mismos. En Colombia las actividades de mercadeo denominadas Multinivel están reglamentadas por la ley 1700 del 27 de Diciembre de 2013, que considera legal toda actividad de mercadeo que contemple la comercialización o el consumo directo de un bien o servicio a través de una red de personas y que por ello se reconozca el desempeño de cada uno de los que participen en ella, de acuerdo al plan de compensación que presente cada compañía.

Para ilustrar de forma más precisa el funcionamiento de los multiniveles se creó el siguiente ejemplo:

Juan va al supermercado donde diariamente realiza sus compras, pero se entera que hay una fábrica que distribuye directamente a los clientes, muchos de los productos que él consume. Se da cuenta que por medio de un código de acceso que le dan en esta fábrica, puede hacer compras con descuentos y que adicionalmente recibe el producto en su casa.

Juan les cuenta a sus amigos y familiares lo que descubrió y éstos se motivan al igual que Juan a realizar sus compras con esta fábrica, entonces Juan los refiere y los conecta con la fábrica. Por hacer esto, la fábrica le reconoce a Juan parte de su labor y le otorga bonos para compensar que hubiese involucrado más clientes y así Juan va recibiendo incentivos por cada persona que conecte con la fábrica. Consecuentemente, las personas que ha referido Juan también refieren otras personas y éstas al igual que Juan van recibiendo incentivos por hacer la misma labor.

Burke Hedges en el libro llamado “la Parábola del acueducto” explica cómo funciona una red de mercadeo o Network marketing; cuenta que en una villa muy lejana vivían Pablo y Bruno, dos chicos jóvenes y emprendedores a los que un día el alcalde llamó para proponerles que trasladaran el agua que estaba en un pozo hasta la Villa; Pablo y Bruno vieron una excelente oportunidad de negocio y aceptaron. Iniciaron con dos baldes cada uno, los llevaban caminando desde el pozo hasta el pueblo, las personas al ver la labor que ellos hacían, les pedían que trajeran agua a sus casas y les pagaban por su servicio.

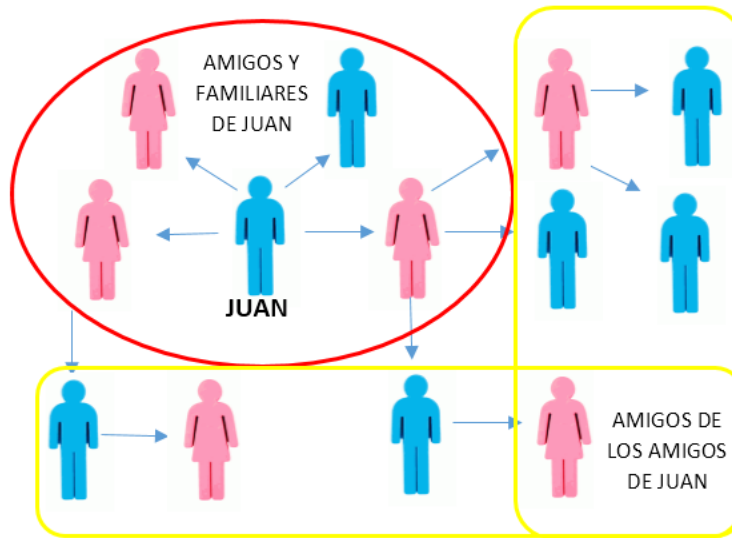


Figura 1-1. Ejemplo conformación de red

Bruno pensaba en cuánto dinero recogería en un año si seguían juiciosos, pensó en agrandar los baldes para llevar más agua en cada trayecto y así poder suministrar a más personas. Por otro lado, Pablo pensaba que entre más días más agotado se sentiría y no sabía si el cuerpo resistiría, entonces pensó en construir unos conductos que llevaran el agua por gravedad a la villa, le mostró su idea a Bruno pero éste, no estuvo de acuerdo, pensó en la gran inversión y el tiempo que esto requeriría y él ya tenía sus planes de ahorro con lo que estaba ganando, había pensado en comprarse una parcela con una vaca para mantenerse.

Entonces Pablo decidió realizar su idea por su propia cuenta, así que en el día trabajaría llevando baldes y en la noche construiría su acueducto, evidentemente tardó el doble de tiempo que había planeado pero finalmente llegó el día en que terminó su obra. Presentó el proyecto terminado al alcalde y aprobaron el uso en toda la villa, cada día que pasaba eran más y más los

hogares que querían agua del acueducto y no en baldes, por supuesto, al poco tiempo, el negocio de los baldes quebró.

Pablo continuó cobrando por transportar el agua solo que ya no lo hacía con su esfuerzo físico, porque había creado un sistema que transportaba el agua. Del mismo modo funcionan las redes de mercadeo, una fábrica provee productos a través de una red, esta red fue creada una sola vez y no requiere de la presencia del creador para que siga funcionando.

Existen diferentes maneras de crear redes, Unilevel, Binario, Matricial y Rompimiento, las empresas deciden qué tipo de redes van a usar y de acuerdo a ello, desarrollan sus planes de compensación. El unilevel, solo es posible vincular distribuidores o consumidores en una sola línea, es decir, una debajo de otra sin límite en la profundidad. (Figura 1-2); el binario es la red que se forma de dos en dos, se deben hacer crecer uniformemente, hay límite en la profundidad, es decir, hasta una determinada cantidad de distribuidores o consumidores se genera bonificación para el creador de la red. (Figura 1-3); el matricial, su red tiene un límite de anchura, en la cantidad de distribuidores o consumidores frontales que vincule y un límite en la profundidad y finalmente el de rompimiento, en su estructura es similar al matricial sin embargo, la red no tiene límite de anchura, no tienen límite en la profundidad, todo lo que consuma o distribuya la red le es reconocido a su creador. (Figura 1-4).



Figura 1-2. Ejemplo formación Uninivel

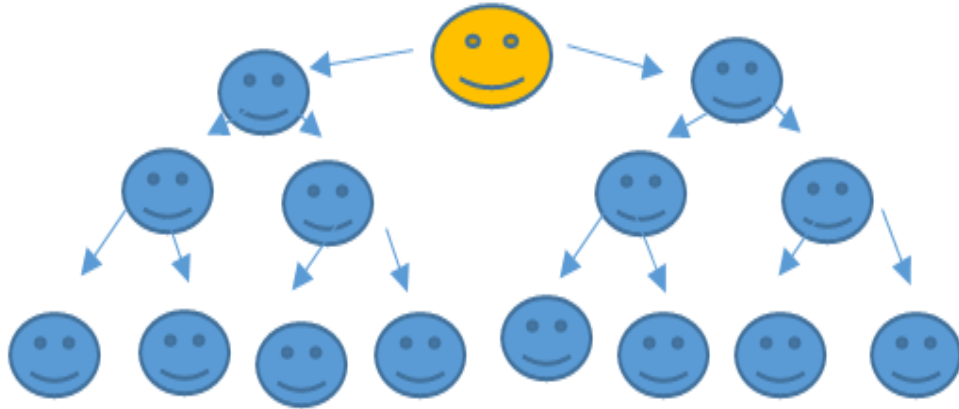


Figura 1-3. Ejemplo formación Binario

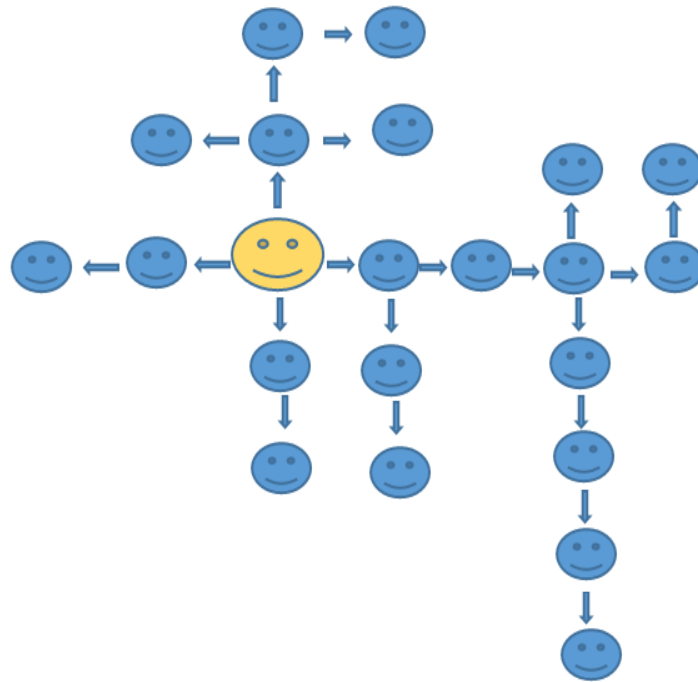


Figura 1-4. Ejemplo formación Rompimieto

Empresas con modelo multinivel

Amway, Avon, Oriflame, Herbalife, Natura, Tupperware, Nu skin y Yanbal son las empresas de venta directa más conocidas en Colombia y tienen diferentes maneras de funcionar.

Una de ellas es la venta directa a través de un representante, por medio de un catálogo de productos con el que ofrecen a los clientes, toman el pedido y se lo pasan al gerente de zona que se encarga de enviar los pedidos por la plataforma que tengan asignada, el gerente de zona está encargado de reclutar vendedores que pertenezcan a su grupo, los vendedores ganan el diferencial entre el precio de público y el descuento que les otorgan por ser representantes de ventas, el gerente de zona gana por las ventas que genere propias y por las que genere su grupo.

De las empresas inicialmente mencionadas se encuentran en esta clasificación Avon, Natura, Yanbal y Oriflame.

La otra manera es a través de una plataforma virtual o un centro de llamadas (call center), una persona conecta a otra por medio de un código, y las dos compran productos directamente de la fábrica, en ningún momento la agilidad de la compra dependerá de otra persona intermediaria, sin embargo el empresario que vinculo al otro si recibirá ganancias sobre lo que compren todos sus afiliados, y así sucesivamente todos pueden hacer lo mismo. De las empresas inicialmente mencionadas se encuentran en esta clasificación Amway, Herbalife, Tupperware y Nu skin.

Desventajas del modelo multinivel

El diario El país de Cali, Colombia (TORRES, 2009), publicó el 22 de Enero de 2016 que la Superintendencia de Sociedades reforzara los controles a empresas multinivel ya que se están creando empresas con esta modalidad para captar dineros a los usuarios, para ello creo un decreto que fija criterios específicos para el desarrollo de la actividad, uno de los puntos importantes son:

- ✓ No debe haber beneficio económico a ningún vendedor independiente solo por vincular otros usuarios a su red.
- ✓ Los planes de compensación deben estar publicados en la página web y en el establecimiento abierto al público.
- ✓ La Superintendencia de Sociedades suspenderá la actividad de comercialización en red cuando se compruebe la realización de negocios no autorizados.

El modelo multinivel ha sido regulado por la ley 1700 del 2013, esto le ha dado respaldo y facilidad de adopción, sin embargo se ha usado este modelo como un anzuelo efectivo para captar dinero ilegalmente disfrazados de Multinivel.

Por otro lado todas las personas son libres de decidir en qué negocio poner sus esfuerzos físicos, intelectuales y financieros, como ya se mencionó anteriormente, en la venta directa y multinivel existen más de 91 millones vinculados en el mundo, sin embargo algunas personas están en desacuerdo con esta sistema de mercadeo, es el caso de Tomas Gómez, ingeniero civil afirma: “No me gustan los negocios de venta directa o multinivel porque definitivamente no tengo habilidades en ventas y realmente para tener buenos resultados las personas se deben convertir en muy buenos vendedores, consideró que las redes de mercadeo le dan muchas herramientas de ventas pero están promoviendo el acoso constante hacia los posibles clientes, siento que se ha perdido la idea donde los productos que se promueven son lo principal a destacar y no las afiliaciones, no pueden hablar de un producto si no lo conocen por meses como mínimo. Cuando una persona va a comprar un producto a una tienda es porque siente la necesidad de comprar ese producto, en ningún momento lo obligan a afiliarse para poder adquirirlo, es molesto que al pedir información de cierto producto de multinivel le dan mucha información innecesaria y que lo ven como uno de sus posibles reclutados.

Otra experiencia es la de Tatiana Duran, empresaria independiente “Veo que los multiniveles abundan y vender productos de multinivel es molesto tanto para el vendedor como para el cliente, dicen no necesitar tanto tiempo pero realmente si lo requiere y las ganancias recibidas no compensan el tiempo invertido, tampoco me gusta que en los multiniveles mencionan

repetitivamente que no es necesario estudiar educación superior, porque es mejor ser empresario independiente.

Las empresas Multinivel han tenido que cuidar uno de los puntos más delicados del negocio, la reputación e imagen, debido a que ha sido un negocio transmitido de voz a voz, las malas experiencias también, incluso más rápido, es por ello que las empresas con esta modalidad de mercadeo se ven afectadas rápidamente por la calidad del servicio y de los productos, ya que los portadores de la imagen son los mismos vendedores independientes que en nombre de la empresa multinivel, organizan eventos, ofrecen degustaciones, presentan el uso correcto de los productos y promueven en general el negocio, sin embargo hay personas que han usado información de forma inadecuada generando mala reputación en el mercado, tal lo muestra esta noticia en el diario El país, Madrid, España (EL PAIS, 2008) el 22 de Abril del 2008, donde indican que el Ministerio de Sanidad investiga a Herbalife por nueve casos de intoxicación hepática aparecidos entre el año 2003 y 2007 y que podrían estar relacionados con el consumo de sus productos. En Colombia en el año 2006 se rechazó la inscripción de varios productos como suplemento alimenticio de esta misma compañía, debido a que algunos de sus componentes tenían efectos farmacológicos, según lo aseguro la asociación de consumidores FACUA.

En conclusión, los multiniveles han tenido desventajas en cuanto al mal uso que le han dado algunas empresas, captando dinero ilegalmente; adicionalmente se ha afectado la reputación y buena imagen de algunas compañías multinivel, debido a las investigaciones sanitarias que han enfrentado. Todo lo anterior ha generado malas referencias de los multiniveles en las personas.

Grupos de personas interesadas en realizar redes de mercadeo

Tener como plan de vida el desarrollo del negocio de multinivel no es precisamente lo que las personas tienen en mente. Sin embargo, la Asociación de Venta Directa de Inglaterra (DSA- Direct Selling Association UK) mencionó en su página web, que para el año 2012, los de vendedores directos en el mundo eran más de 91.5 millones de personas (DSA, 2013) (cuadro 1-5).

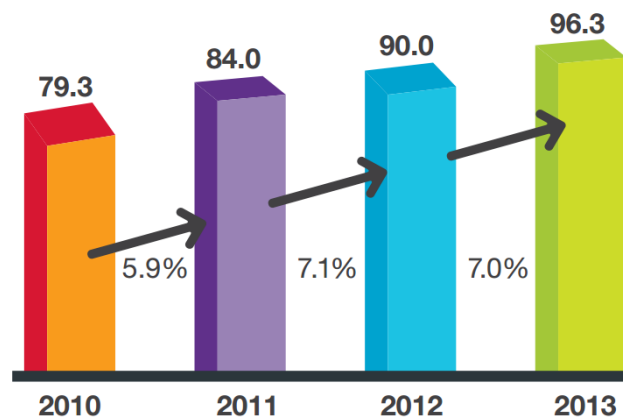


Figura 1-5. Empresarios independientes de venta directa Adaptado de WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations)

Charles W King, doctor en administración de empresas de Harvard y profesor de marketing de la Universidad de Illinois, en Chicago, escribió en su libro “Los nuevos profesionales” que las personas de todo tipo de procedencia como amas de casa, obreros, ejecutivos intermedios, propietarios de pequeños comercios, profesores universitarios, abogados, dentistas, personas con discapacidades y otros, trabajan medio tiempo o tiempo completo en venta directa. También mencionó que la encuesta de fuerza de ventas nacional de la DSA (Direct Selling Association) en 1999 confirma que el 32% de los encuestados afirmó que la principal razón para convertirse en

representantes de venta directa era lograr un ingreso adicional, un 20% dijo “creer en el producto”, 10% manifestó desear “productos con descuentos, por mayor o gratuitos” y el 38% restante dio otros motivos (CHARLES, 2011).

¿Por qué a todas las personas no les funciona un negocio en multinivel?

Los modelos multinivel son una manera más de emprendimiento, por tanto podría compararse con las estadísticas que tiene el GEM (Global Entrepreneurship Monitor) que mide el espíritu empresarial de las personas en cada país y refleja que en Colombia para el año 2013 el 77% de las personas tienen aceptación sociocultural de la iniciativa empresarial, el 55% tiene la intención de ser empresario, solo el 14% se hacen empresarios y tan solo el 6% se reconocen como empresarios estables. (Ver figura 1-6).

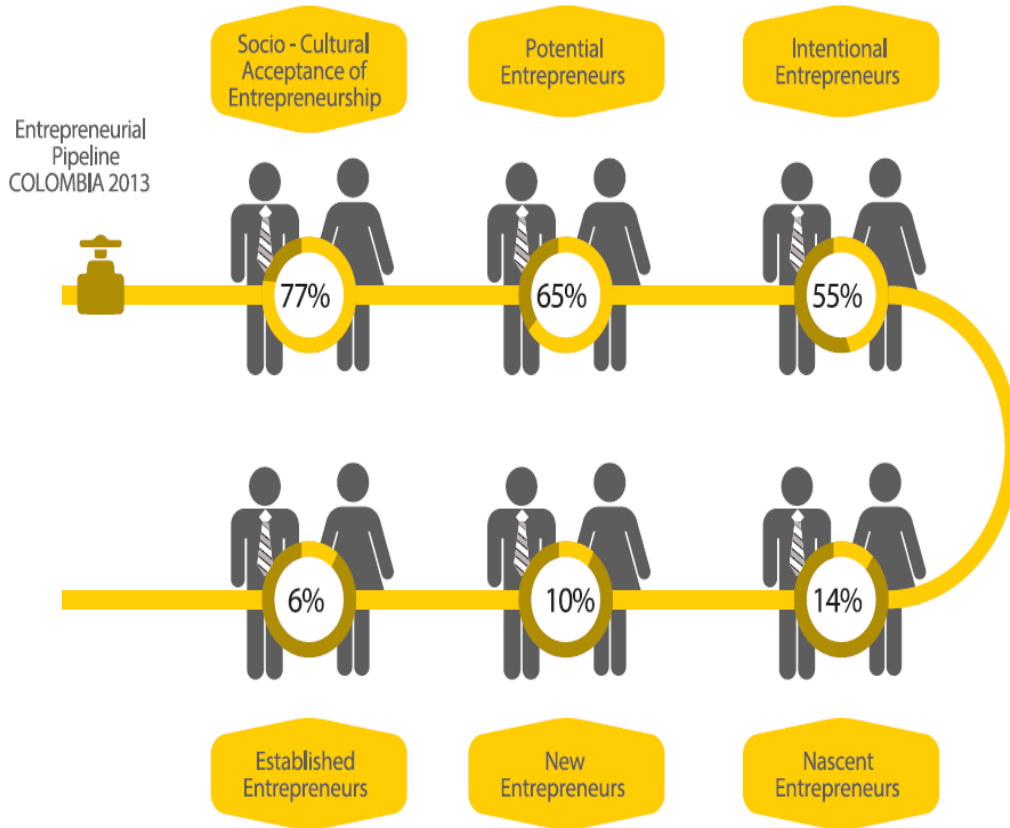


Figura 1-6. Estadística empresarial en Colombia año 2013. Adaptado de GEM (Global Entrepreneurship Monitor)

Diferencias entre Multinivel y Pirámide

Cuadro 1-5.

Características diferenciadores de multinivel y esquema piramidal

Multinivel	Pirámide
<p>La venta directa legalmente aceptada en Colombia puede iniciarse con un mínimo costo y una baja o nula inversión de inventario. Las tarifas de suscripción pueden ser requeridas si el representante de ventas independiente decide no proseguir con el negocio, dentro de un plazo razonable.</p>	<p>Con frecuencia exigen altos valores de suscripción y/o elevadas inversiones de inventario y ninguna de las dos es reembolsable. Esto debido a que los administradores de pirámides ganan su dinero de las nuevas personas vinculadas al esquema</p>
<p>Existe la oportunidad de comercializar con consumidores y obtener un margen comercial. También ofrecen garantías de satisfacción a los consumidores o derechos de cancelación de manera que el consumidor puede devolver el producto para su reemplazo o su reembolso si queda insatisfecho.</p>	<p>Los esquemas piramidales no tienen oportunidad de comercializar productos, y no existe garantía de satisfacción.</p>
<p>Instan a los distribuidores a no acumular inventario y en ocasiones dan la oportunidad de devolver a la compañía cualquier mercancía sin usar y en condiciones de venta para un reembolso.</p>	<p>Instan a mantener grandes inventarios no reembolsables y los participantes decepcionados del esquema se tienen que quedar con el inventario que no pueden vender ni devolver</p>
<p>Las compañías de venta directa basan sus planes de ventas y comercialización, en el reconocimiento y la recompensa progresiva de los representantes de ventas independientes, por el desempeño en las ventas y la lealtad de sus clientes.</p>	<p>Ofrecen grandes fortunas en poco tiempo para llamar a un gran número de participantes a liderar grandes grupos que lo sostengan en niveles altos. En estos esquemas piramidales no hay claras oportunidades de negocios que sean viables y</p>

Multinivel	Pirámide
Existe un contrato escrito con cláusulas y términos claros de terminación, renovación, sistemas de compensación y garantías	sostenibles a largo plazo. No existe contrato físico, se inicia con un pago previamente realizado, no hay claridad en las condiciones, ni renovación de garantías

Nota. ACOVEDI

Una vez aclaradas las características diferenciadoras del Multinivel y el esquema Piramidal, la siguiente pregunta a responder es ¿cómo escoger una compañía de Network Marketing o desarrollo en redes Multinivel? Habla en entrevista Elizabeth Acuña, una profesional en Derecho y con amplia experiencia de trabajo en esta industria.



Figura 1-7. Código QR Video entrevista experta en Multinivel

Amway como modelo multinivel

Se desarrolla toda una temática de conocimiento acerca de la empresa Amway como ejemplo del modelo network marketing o mercadeo en redes multinivel, su estructura mundial y su posición en Colombia, permite dar respuesta a las siguientes preguntas ¿cómo es un plan de compensación en multinivel? ¿Cuánto puede ganar una persona que decida desarrollar el

negocio? ¿A qué personas les interesa este tipo de negocio? ¿Es el multinivel igual a una pirámide?

Amway es una empresa que cuenta con más de 21,000 empleados en todo el mundo. Los más de 450 productos exclusivos de alta calidad en las categorías de nutrición, belleza y hogar, permiten que más de 3 millones de vinculados llamados “empresarios Amway” vendan y consuman estos productos en todo el mundo (AMWAY, 2013).

Amway es dirigida por el Presidente del Consejo Steve Van Andel y el Presidente Ejecutivo Doug De Vos. En el año 2014 Van Andel fue nombrado Presidente del Consejo de la Cámara de Comercio de los Estados Unidos y De Vos como miembro del Consejo de Directores de Wall Street Journal. Ambos han ocupado puestos de liderazgo en organizaciones clave de la industria, tales como la Federación Mundial de Ventas Directas y la Fundación para Educación sobre Ventas

Las oficinas generales mundiales de Amway, que abarcan un área de más de 278,710.26 metros cuadrados, se ubican en Ada, Michigan, Estados Unidos. La compañía y sus filiales poseen, manejan y operan: Instalaciones de producción en Ada, Michigan; Buena Park, California; y Lakeview, California, Estados Unidos; Guangzhou, China; y Ho-Chi Minn, Vietnam.

Granjas con certificación orgánica para cultivo de ingredientes de suplementos alimenticios en Trout Lake, Washington, y Lakeview, California, Estados Unidos; Jalisco, México, y Ubajara, Brasil.

Una red mundial de distribución de más de 100 instalaciones, con importantes operaciones en Ada, Michigan, y Santa Fe Springs, California, Estados Unidos; Venlo, Países Bajos; Busan, Corea; y Guangzhou, China. Centros de servicio regionales compartidos en San José, Costa Rica; Cyberjaya, Selangor, Malasia; y Zabierzow, Polonia.

En el año 2003, fue lanzada la Campaña para la Niñez AMWAY ONE BY ONE, que reúne los recursos de toda la familia Amway –compañía, Empresarios, empleados y clientes– para ayudar a los niños desfavorecidos de comunidades en todo el mundo para que puedan vivir mejor.

Unas de las principales estrategias de la empresa son el balance entre comercialización de productos y el desarrollo de liderazgo en sus Empresarios. Así lo refleja el cierre del año fiscal 2014, en el que Colombia continúa siendo el principal mercado de Amway en América Latina con un mayor volumen de ventas, mientras que Argentina y México mostraron un crecimiento superior durante el mismo año.

Estos logros son el resultado de las estrategias implementadas en la región, “Hemos aprovechado el enorme potencial del mercado de las ventas directas mejorando la experiencia y desarrollo de nuestros Empresarios, con acciones más enfocadas y ofreciendo atractivos

incentivos”, afirma José Páez, Director General de Amway de México. “A la vez, hemos fortalecido nuestro portafolio de productos incrementando la productividad en categorías de Nutrición y Belleza”.

Dentro de la amplia variedad de productos que ofrece Amway, la categoría de Nutrición muestra la mayor participación en el mercado por encima del 40%. Esto se debe a la calidad e innovación de la marca NUTRILITE™, actualmente la número uno del mundo en ventas de vitaminas y suplementos alimenticios**.

Otro aspecto clave para el crecimiento de Amway es la capacitación continua proporcionada a sus Empresarios a través del Instituto de Negocios Amway (INA), el aliado número uno para los Empresarios desde su etapa de prospección, auspicio y desarrollo de negocio hasta alcanzar el liderazgo. En este sentido, INA lanzó recientemente un nuevo modelo educativo llamado Ciclo de Formación Empresarial, resultado de años de experiencia de los líderes de la compañía para apoyar la formación y crecimiento de los Empresarios Amway. Alticor es la compañía matriz de Amway, que en el año 2012 facturo más de 11.3 miles de millones de Dolares americanos



Figura 1-8. Ventas mundiales anuales desde 2003 al 2012

Nota. Amway

Amway Colombia

Amway Colombia abrió en agosto 1996 y es una afiliada de la Corporación Amway, es controlada y administrada por Miguel Francisco Arismendi Andrade, Director General para la Región Andina, miembro de la Junta Directiva de la Asociación Colombiana de Venta Directa (ACOVEDI), miembro de la Junta Directiva de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI). También es miembro de la Junta Directiva, tanto de la Seccional Bogotá, como de la Junta Nacional en la ANDI. En lo referente a fundaciones es preside la Junta Directiva de la Fundación Junior Achievement Colombia, recientemente fue vinculado como miembro del "Finance and Governance Committee" de la World Federation Direct Selling Association (WFDSA), bajo la orientación del señor Doug de Vos. Igualmente, participa como uno de los miembros del "Association Advisory Council" (AAC) para Latino América, en conjunto con el señor Rodolfo Guttilla, de Natura Brasil.

Amway Colombia se encuentra amparada bajo la ley 1700 del año 2013, que reglamenta esta modalidad, tras un constante trabajo en equipo entre el Estado, las asociaciones y los medios de comunicación. Las oficinas principales de Amway Colombia están ubicadas en Bogotá. Además tienen cuatro centros de experiencia Amway ubicados en Bogotá, Cali y Medellín, Amway Colombia apoya la Fundación Corazón, Esperanza y Amor que se encarga de niños en condiciones desfavorables. De ellos reciben cuidados, alimentación, educación, recreación y un hogar para vivir. Así mismo, apoya a la Fundación Colombia Emprendedora, programa que se desarrolla en más de 150 colegios cada año y cuenta con más de 200.000 mil niños desde su inicio. Amway en alianza con Hábitat para la Humanidad ha recolectado dinero para construir casas para familias desplazadas y víctimas del invierno.

Plan de compensación en Colombia

Basados en la red por rompimiento como vimos anteriormente, no tiene límite en su frontalidad ni en su profundidad, y bonifica a todos los participantes de la red. Manejan 3 formas iniciales para generar ingresos: la primera es por actividad personal de comercialización, la segunda por formación de red y la última por el desarrollo de líderes.

Actividad personal de Comercialización: recibe un 42.8% de margen de rentabilidad, es decir, si Invierte \$1.000.000, comercializa en \$1.428.000, esto genera una utilidad de \$428.000

Formación red: Consiste en invitar a consumidores que a su vez invitan a otros consumidores y así sucesivamente, a conformar redes de comunidades de consumo y/o distribución, a esta persona se llama creador de red. Recibe como compensación desde el 9% hasta el 21%,

porcentaje que se aplica sobre la totalidad del consumo o distribución que realicen en la red. Si uno de los participantes de la red decide hacer lo mismo le llamaremos empresario, el creador de la red ganará por lo que el empresario desarrolle y recibirá el diferencial, así por ejemplo, si el creador de la red recibe el 21% y tiene un empresario calificado que recibe el 18%, el creador recibirá el 3% por la red del empresario, y recibirá el 21% del consumo de los que aún no haya calificado (AMWAY, 2013).

Cuadro 1-6.

Compensaciones Amway año 2014

Nivel	Puntos Mensuales	Cantidad de personas Consumidoras en la red
21%	10,000	67
18%	7,000	47
15%	4,000	27
12%	1,800	12
9%	600	4


Nota: Para el año 2014-2015 el valor promedio de un punto es un dólar

Desarrollo de líderes: El creador de red se convierte en un líder cuando mantiene por 6 meses una red de consumo de 10.000 puntos, como lo muestra la gráfica anterior; si crea más redes de consumo adicionales, ganara mayores bonos de acuerdo al nivel alcanzado, estos niveles son llamados Platino, Rubí, Esmeralda, Diamante, Corona y Embajador Corona y para el año 2014-2015 por la primera vez que califica a cada nivel, reciben bonos en efectivo que van desde los 7 millones de pesos hasta los 100 millones de pesos (Ver cuadro 1-7), adicional recibe los diferenciales de los niveles, recibe bonos por hacer que otras personas se conviertan en líderes,

es decir, por ayudar a que otras personas desarrollen redes de consumo de 10.000 puntos. Este bono que reciben se llama desarrollando líderes y además cuenta con un viaje internacional al año, llamado seminario de liderazgo.

Cuadro 1-7.

Tabla de compensaciones desarrollando líderes Amway 2015-2016

 Nivel 2015-2016	Colombia		
	Bono Anual Nuevo Nivel	Desarrollando Líderes	Seminario de Liderazgo
Platino	\$7.100.000	N/A	*Sí
Rubí	N/A	N/A	*Sí
Zafiro	\$9.600.000	\$7.000.000	*Sí
Esmeralda	\$26.500.000	\$14.000.000	Sí
Diamante	\$52.500.000	\$28.000.000	Si
Diamante Ejecutivo	\$83.500.000	\$28.000.000	Sí
Doble Diamante	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí
Triple Diamante	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí
Corona	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí
Embajador Corona	\$105.000.000	\$28.000.000	Sí

Nota. Plan de ventas y mercadeo Amway AMWAY. Incentivos y planes. Disponible en <https://www.amway.com.co/incentivos/plandeventasymercadeo.html>

Una experiencia es el empresario de desarrollo de líderes es Fausto Gutiérrez docente deportivo, empresario Amway con nivel de Diamante, cuenta brevemente su historia en el negocio en redes de mercadeo. A los 21 años conoce la oportunidad de ser empresario Amway, en ese momento se encontraba trabajando entre semana en un colegio y en un gimnasio y los

fines de semana en una caja de compensación en Bogotá, ganaba buen dinero pero no tenía tiempo para compartir con su familia, decide hacer parte el negocio Amway y en el año 2015, a sus 26 años de edad, califica al nivel de Diamante. (Ver video experiencia)



Figura 1-9 CODIGO QR: video experiencia

Capacitación

La empresa Amway creó el INA (Instituto de Negocios Amway) que es el encargado de la formación de las personas que deciden emprender este tipo de negocios. Presentan a sus empresarios un portafolio de oportunidades para recibir capacitación en dos grandes frentes, productos y formación empresarial, a continuación se detalla cada uno de ellos.

Productos

Las capacitaciones sobre productos las ofrece en modalidad virtual y presencial. En la página web www.amway.com.co con el código de empresario, se puede acceder al link de capacitación que ofrecen en tiempo real, también acceder a los videos de tips de productos y a la explicación de cada una de las líneas y sus beneficios. La capacitación presencial se realiza en salones de conferencias en diferentes ciudades del país, donde una persona experta en la línea de productos realiza demostraciones prácticas para evidenciar el potencial de los productos.

Los productos autorizados para distribuir en Colombia son presentados por un amplio portafolio y se clasifican en 4 grandes grupos, *Nutrición*: Son suplementos alimenticios que actualmente no se consumen en la ingesta diaria personal, debido a que los alimentos carecen del potencial de sus nutrientes naturales por efectos del cambio climático, los largos traslados, y su pronta cosecha. La marca de los suplementos es conocida en el mundo como Nutrilite, y se caracterizan por ser tomados de las granjas orgánicas propias de la empresa. *Belleza*: Son productos que ayudan al cuidado de la piel de hombres y mujeres. Su elaboración es a base de productos naturales y su gran logro es haber posicionado la marca Aristry entre las cinco marcas del mundo en venta del cuidado de la piel de primera calidad. *Cuidado personal*: Estos productos cubren las necesidades básicas del cuidado personal como shampoo, acondicionador, tratamientos capilares, jabón de baño, higiene bucal, cremas corporales y fragancias. *Hogar*: Presenta una amplia variedad de productos de excelente calidad en la limpieza de prendas, platos y superficies, así como todo lo relacionado con batería de cocina.

La mayoría de los productos se caracterizan por presentar una alta concentración por lo que los hace más duraderos y de uso exclusivo.

En Asia tiene adicionalmente, productos alimenticios como arroz, aceites, vinagre, sal, bebidas y alimentos para mascotas, es decir un toda una variedad para mercar desde casa.

Formación empresarial

El ciclo de formación empresarial busca complementar la educación en áreas como desarrollo emocional, financiero, social y comercialización, para todas las personas que deseen realizar negocios de network marketing, sin requisitos previos de formación en pregrado.

Cuenta con varias formas de capacitación, existe una plataforma en la que encuentra material de estudio, recomienda un paquete cada mes que contiene un libro y audios para ser estudiado, adicionalmente ofrece programas de tv por internet, aplicación que enseña cómo manejar las herramientas tecnológicas diseñadas para desarrollar el negocio, como manejar correctamente las aplicaciones para dispositivos móviles o Tablet.

En su página también se encuentra una herramienta didáctica donde el empresario interactúa y avanza en los módulos a medida que obtiene resultados reales en el negocio.

Realizan eventos de asociación, para ello diseñan un calendario que cubre información como ciudad, lugar fecha y hora del evento. Los eventos se clasifican en Juntas de Negocios, Seminarios Empresariales, Convenciones y Libre Empresa. *Juntas de negocios:* Son realizadas semanalmente en las diferentes ciudades del país, su objetivo es transmitir a las personas invitadas, la idea del negocio. *Seminario empresarial:* Es realizado mensualmente en las diferentes ciudades del país, su objetivo es transmitir ideas de técnicas y experiencias de empresarios que ya desarrollan el negocio. También reconocen los logros de los que alcanzaron nuevos niveles

Convenciones: Las realizan cada cuatro meses en las principales ciudades del país como Barranquilla, Bogotá, Cali, Bucaramanga y Medellín, traen oradores de talla internacional a presentar técnicas aplicadas en otros países y sus experiencias. Se reconocen los nuevos niveles alcanzados en los últimos cuatro meses previos a la convención. *Libre Empresa:* Son eventos de integración nacional, que se realizan solo en cuatro ciudades del país Barranquilla, Bogotá, Medellín y Cali. Presentan oradores de talla internacional con los niveles más altos alcanzados en el mundo, presentando técnicas del negocio y experiencias de vida, aquí también presentan reconocimientos de los niveles alcanzados.

La recomendación que realiza el INA a todas las personas que deseen obtener resultados en el negocio de Amway son las siguientes: Escuchar como mínimo un audio diario, estos audios contienen grabaciones de eventos como los que se mencionaron anteriormente. Leer mínimo un libro mensual, estos libros tienen diversos temas como, finanzas, liderazgo, productividad, arquitectura del negocio y crecimiento personal entre otros. Asistir a los eventos programados, una junta semanal, un seminario mensual, una convención cuatrimestral y una libre empresa anual.

¿Qué debe hacer una persona que decida iniciar el negocio de amway?

Cuatro pasos fundamentales:

- El primero es reemplazar las marcas de los productos que ya consume por las marcas del negocio que inició.

- El segundo paso es recomendar a familiares y amigos que consuman, basados en las experiencias propias con los productos.
- Tercer paso es enseñarles a otros que hagan estos mismos pasos.
- Cuarto paso es capacitarse en todos los programas mencionados anteriormente.



Figura 1-10. Grafico cuatro pasos.

Nota. Amway

Es notable cómo la empresa Amway tiene toda una infraestructura corporativa, con unos planes de incentivos bastante atractivos y con sistema de capacitación que le permite atacar todos los frentes de un gran negocio, sin embargo le apostó al modelo multinivel ya que el dinero que no paga en intermediación como publicidad, fletes, distribuidores minoristas, distribuidores mayoristas, mercaderías, impulsadoras y todo lo referente al mercado tradicional, lo entrega a sus empresarios en forma de bonos para incentivar la expansión de sus productos al mercado.

Dado lo anterior es posible dar respuesta a las siguientes preguntas.

De acuerdo a la estructura corporativa de Amway, se podría afirmar que es una pirámide?,
¿Desarrollaría un negocio multinivel? ¿Qué diferencias encuentra entre los planes de
compensación en un multinivel y en una pirámide? ¿A qué personas les interesa este tipo de
negocio? ¿Por qué pensar que todas las personas podrían emprender un negocio multinivel?

Apéndice B. Notas de enseñanza “Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal”

El presente documento es una guía para el profesor, muestra en resumen el proyecto titulado “Amway como modelo Multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal”. Busca servir como material de apoyo para el direccionamiento de las asignatura de EMPRENDIMIENTO, en temas como Nuevos modelos empresariales y negocios en la nueva economía. Incluye también una sugerencia de plan de trabajo para que el profesor desarrolle con los estudiantes.

Las notas de enseñanza del proyecto “Amway como modelo Multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal”, encuentra una sinopsis del caso, una lista de los temas que cubre, objetivos de enseñanza de la sesión, proceso previsto de la discusión en clase, preguntas para la discusión, respuestas posibles a estas preguntas y un plan de pizarra e información adicional para el profesor.

1. Sinopsis del caso

Establecer una claridad en el desempeño de los modelos multinivel permite comprender porque cientos de personas optan por formar su propio negocio a partir de los modelos multinivel, entre los cuales se encuentran empresarios, jóvenes estudiantes, amas de casa, empleados y desempleados que encuentran una alternativa interesante y distinta que está en continuo crecimiento especialmente en Latino América.

El documento inicialmente, muestra unos conocimientos base que debe tener el estudiante para poder analizar posteriormente el caso de estudio Amway como modelo multinivel y sus características diferenciadoras del modelo piramidal.

¿Son las pirámides un método legal, rápido y fácil para obtener dinero?

La Superintendencia Financiera de Colombia define a estas entidades de la siguiente manera: “Los esquemas piramidales constituyen una de las modalidades de captación y recaudo no autorizado de recursos del público en forma masiva”. Existen diversas modalidades de esquema piramidal abierta y Cerrada. El funcionamiento se basa Inicialmente tienen un contacto posteriormente recaudan el dinero, posteriormente pagan aportes y utilidades y Finalmente toman Referidos.

Las personas que han sido víctimas, presentan perfiles muy comunes como, un alto desconocimiento del sector financiero y entidades que lo regulan, poseen baja aversión al riesgo, alta inclinación por el ganar dinero fácil, no requieren de profesión u oficio específica, generalmente de poblaciones pequeñas y no requiere de sexo específico, hombre o mujer

La venta directa trasciende a un modelo multinivel

Dentro del sector de venta directa existen tipos o clasificaciones, a continuación se describen la venta directa plana y la de multinivel o mercadeo en red. Los negocios en venta directa plana hacen referencia a la relación directa entre un fabricante que vende un bien o servicio a un cliente final sin intermediarios. Las personas que desarrollan esta actividad ganan ingresos por

comprar a un precio, en calidad de distribuidores y vender a un precio mayor a sus clientes finales.

Multinivel, más conocido como mercadeo en red, en este modelo, además de percibir ingresos por la venta directa plana, también pueden obtener otros ingresos por los resultados o la productividad y desarrollo de grupos o redes que estén conectadas al consumo de productos o comercialización de los mismos.

Existen diferentes maneras de crear redes, Unilevel, Binario, Matricial y Rompimiento, las empresas deciden qué tipo de redes van a usar y de acuerdo a ello, desarrollan sus planes de compensación. El unilevel, solo es posible vincular distribuidores o consumidores en una sola línea, es decir, una debajo de otra sin límite en la profundidad. El binario es la red que se forma de dos en dos, se deben hacer crecer uniformemente, hay límite en la profundidad, es decir, hasta una determinada cantidad de distribuidores o consumidores se genera bonificación para el creador de la red. El matricial, su red tiene un límite de anchura, en la cantidad de distribuidores o consumidores frontales que vincule y un límite en la profundidad y finalmente el de rompimiento, en su estructura es similar al matricial sin embargo, la red no tiene límite de anchura, no tienen límite en la profundidad, todo lo que consuma o distribuya la red le es reconocido a su creador

Desventajas del modelo multinivel

Los multiniveles han tenido desventajas en cuanto al mal uso que le han dado algunas empresas, captando dinero ilegalmente; adicionalmente se ha afectado la reputación y buena

imagen de algunas compañías multinivel, debido a las investigaciones sanitarias que han enfrentado. Todo lo anterior ha generado malas referencias de los multiniveles en las personas.

Diferencias entre Multinivel y Pirámide

Cuadro 1-8

Características diferenciadores de multinivel y esquema piramidal

Multinivel	Pirámide
<p>La venta directa legalmente aceptada en Colombia puede iniciarse con un mínimo costo y una baja o nula inversión de inventario. Las tarifas de suscripción pueden ser requeridas si el representante de ventas independiente decide proseguir con el negocio, dentro de un plazo razonable.</p>	<p>Con frecuencia exigen altos valores de suscripción y/o elevadas inversiones de inventario y ninguna de las dos es reembolsable. Esto debido a que los administradores de pirámides ganan su dinero de las nuevas personas vinculadas al esquema</p>
<p>Existe la oportunidad de comercializar con consumidores y obtener un margen comercial. También ofrecen garantías de satisfacción a los consumidores o derechos de cancelación de manera que el consumidor puede devolver el producto para su reemplazo o su reembolso si queda insatisfecho.</p>	<p>Los esquemas piramidales no tienen oportunidad de comercializar productos, y no existe garantía de satisfacción.</p>
<p>Instan a los distribuidores a no acumular inventario y en ocasiones dan la oportunidad de devolver a la compañía cualquier mercancía sin usar y en condiciones de venta para un reembolso.</p>	<p>Instan a mantener grandes inventarios no reembolsables y los participantes decepcionados del esquema se tienen que quedar con el inventario que no pueden vender ni devolver</p>

Multinivel	Pirámide
<p>Las compañías de venta directa basan sus planes de ventas y comercialización, en el reconocimiento y la recompensa progresiva de los representantes de ventas independientes, por el desempeño en las ventas y la lealtad de sus clientes.</p> <p>Existe un contrato escrito con cláusulas y términos claros de terminación, renovación, sistemas de compensación y garantías</p>	<p>Ofrecen grandes fortunas en poco tiempo para llamar a un gran número de participantes a liderar grandes grupos que lo sostengan en niveles altos.</p> <p>En estos esquemas piramidales no hay claras oportunidades de negocios que sean viables y sostenibles a largo plazo.</p> <p>No existe contrato físico, se inicia con un pago previamente realizado, no hay claridad en las condiciones, ni renovación de garantías</p>

Amway como modelo multinivel

Amway es una empresa que cuenta con más de 21,000 empleados en todo el mundo. Los más de 450 productos exclusivos de alta calidad en las categorías de nutrición, belleza y hogar, permiten que más de 3 millones de vinculados llamados “empresarios Amway” vendan y consuman estos productos en todo el mundo (AMWAY, 2013):

Unas de las principales estrategias de la empresa son el balance entre comercialización de productos y el desarrollo de liderazgo en sus Empresarios. Así lo refleja el cierre del año fiscal 2014, en el que Colombia continúa siendo el principal mercado de Amway en América Latina con un mayor volumen de ventas, mientras que Argentina y México mostraron un crecimiento superior durante el mismo año.

Estos logros son el resultado de las estrategias implementadas en la región, “Hemos aprovechado el enorme potencial del mercado de las ventas directas mejorando la experiencia y desarrollo de nuestros Empresarios, con acciones más enfocadas y ofreciendo atractivos incentivos”, afirma José Páez, Director General de Amway de México. “A la vez, hemos fortalecido nuestro portafolio de productos incrementando la productividad en categorías de Nutrición y Belleza”.

Otro aspecto clave para el crecimiento de Amway es la capacitación continua proporcionada a sus Empresarios a través del Instituto de Negocios Amway (INA), el aliado número uno para los Empresarios desde su etapa de prospección, auspicio y desarrollo de negocio hasta alcanzar el liderazgo. En este sentido, INA lanzó recientemente un nuevo modelo educativo llamado Ciclo de Formación Empresarial, resultado de años de experiencia de los líderes de la compañía para apoyar la formación y crecimiento de los Empresarios Amway.

Alticor es la compañía matriz de Amway, que en el año 2012 facturo más de 11.3 miles de millones de Dolares americanos

Amway Colombia

Amway Colombia abrió en agosto 1996 y es una afiliada de la Corporación Amway, es controlada y administrada por Miguel Francisco Arismendi Andrade, Director General para la Región Andina, miembro de la Junta Directiva de la Asociación Colombiana de Venta Directa (ACOVEDI), miembro de la Junta Directiva de la Cámara de la Industria Cosmética y de Aseo, de la Asociación Nacional de Industriales (ANDI). También es miembro de la Junta Directiva, tanto de la Seccional Bogotá, como de la Junta Nacional en la ANDI. En lo referente a

fundaciones es preside la Junta Directiva de la Fundación Junior Achievement Colombia, recientemente fue vinculado como miembro del "Finance and Governance Committee" de la World Federation Direct Selling Association (WFDSA), bajo la orientación del señor Doug de Vos. Igualmente, participa como uno de los miembros del "Association Advisory Council" (AAC) para Latino América, en conjunto con el señor Rodolfo Guttilla, de Natura Brasil. Amway Colombia se encuentra amparada bajo la ley 1700 del año 2013, que reglamenta esta modalidad, tras un constante trabajo en equipo entre el Estado, las asociaciones y los medios de comunicación. Las oficinas principales de Amway Colombia están ubicadas en Bogotá. Además tienen cuatro centros de experiencia Amway ubicados en Bogotá, Cali y Medellín.

Planes de compensación que van desde una sencilla comercialización hasta convertirse en líderes de una gran red como el caso de Fausto Gutiérrez (Ver anexo N° 16 video experiencia)

2. Objetivos de estudio

Este caso busca generar debates entre los estudiantes y el docente, a partir de la aplicación de los conceptos vistos en la materia de emprendimiento y el desarrollo de Multiniveles y Pirámides, visto en el caso de estudio.

Asignatura	Temas
Emprendimiento	Nuevos modelos empresariales
	Negocios en la nueva economía
	Desarrollo de cultura empresarial

Los temas que se buscan debatir entre los estudiantes son los siguientes:

- Identificar los nuevos modelos empresariales que se plantea en la materia de emprendimiento y ubicar los multiniveles dentro del contexto
- Reconocer los negocios de la nueva economía identificando las diferencias entre multinivel y pirámide
- Analizar el fomento de la cultura empresarial desde los modelos multinivel.

3. Material previo

El estudio del caso requiere que los estudiantes tengan un conocimiento básico sobre emprendimiento. Para esto se recomienda la lectura de los capítulos uno, dos y cuatro del libro, ” Innovación Empresarial: Arte y Ciencia en la Creación de Empresas” (Varela V. Rodrigo, 2014) y el informe que realiza el GEM Colombia (Global Entrepreneurship Monitor, 2011-2012), a continuación un breve marco teórico del tema mencionado

Marco Teórico

“Las nuevas empresas como generadoras de empleo, bienestar y satisfacción” y “los grandes cambios del siglo XXI”

De acuerdo al planteamiento del Dr Rodrigo Varela (VARELA, 2001) donde resalta que por muchos años las grandes empresas, eran las responsables de generar empleo en un país, bienestar y satisfacción, es decir, eran generadoras de empleo y a la vez de desempleo. No obstante, en los

últimos años, varias investigaciones han planteado argumentos distintos, que cambian el concepto de reverencia hacia las grandes corporaciones generadoras de empleo:

Ahora las empresas jóvenes y pequeñas generan más empleos que las empresas grandes y viejas. Las empresas pequeñas innovan y producen más avances tecnológicos, son más resistentes a cambios ambientales. Son lugares interesantes para los profesionales y en muchos casos, el reto intelectual en una empresa pequeña es mayor que en una grande. Las compañías pequeñas tienden a innovar, las grandes tienden a adquirir. Lo arriesgado y poco interesante para las compañías puede ser más seguro, de alto interés y rendimiento para las pequeñas. Los empleados de las pymes tienen niveles de satisfacción en el empleo, superiores a los de las grandes empresas.

Birch, en el 2005, señala que la materia prima de las empresas ya no es el acero ni los rieles del ferrocarril, ahora es el conocimiento. El crecimiento depende del uso eficiente del conocimiento, incluyendo las herramientas de la tecnología. La nueva economía es resultado de las acciones de muchas empresas en su mayoría pequeñas, ellas tratan nuevas ideas, nuevos productos, nuevos servicios, nuevos procesos en un mercado de constante cambio. En tiempos de recesión, las grandes empresas despiden personal, las pymes se ajustan rápido y oportunamente, creando empleo.

Nuevos Modelos Empresariales

Las empresas de la “nueva economía” son muy mencionadas últimamente, ya no son solo las de las tiendas online, sino muchas empresas que, manteniendo su estructura física, combinan

elementos de conectividad tecnológica para ser más eficientes y prestar un mejor servicio al público, aprovechando que muchos clientes usan multicanales para realizar sus compras.

Igualmente, las fusiones, alianzas estratégicas entre competidores han generado nuevos modelos empresariales. La responsabilidad social y la confianza en el público se han convertido en un reto después de todos los escándalos por malos manejos y por abusos.

El éxito depende de las nuevas ideas y de la habilidad para enfrentar las circunstancias cambiantes, creatividad e innovación es todo lo que se necesita, no va a supeditarse a la mano de obra barata o a las ventajas comparativas y competitivas tradicionales.

El mercadeo igualmente cambia, vemos que cada día se usa más el mercadeo individualizado en lugar del generalizado, y el *mailing*, los mensajes directos a celulares, el correo directo, entre otros, son las nuevas tendencias. Por otro lado, la búsqueda de ser el número uno en nichos de mercado muy específicos, se ha convertido en el reto. Igualmente, se seguirá ampliando la generación de nuevas marcas y de nuevos conceptos asociados a los productos, y qué decir de la inclusión de elementos de diversión y de comodidad para el cliente en las empresas. Factores como intermediarios, servicios a la carta, alianzas entre empresas que son, incluso, competidoras, precios negociables y dinámicos, estarán en permanente aplicación en los próximos años.

Los conceptos tradicionales están cambiando y las organizaciones deben hacerlo igualmente, pero lo más importante es que las naciones y sus ciudades deben generar las “nuevas empresas” que les darán la posibilidad de competir en el futuro, sin pretender continuar con el mismo tipo de organizaciones que han tenido por años. Las empresas tienen su ciclo de vida, por ello es necesaria una nueva generación.

El modelo de Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

Modelo que ha permitido la medición y el análisis de los resultados de la actividad empresarial en muchos países. Tiene tres focos principales de acción:

- ✓ Medir las diferencias en el nivel de la actividad empresarial entre países.
- ✓ Descubrir los factores que determinan los niveles de actividad empresarial.
- ✓ Identificar políticas que puedan mejorar el nivel de la actividad empresarial.

Han hecho varios planteamientos y conceptualizaciones que conviene tener en cuenta:

- ✓ El espíritu empresarial es el combustible del crecimiento económico, del empleo y de la prosperidad.
- ✓ El espíritu empresarial y la innovación son elementos pivotes de los procesos creativos en la economía.
- ✓ El desarrollo depende de la actividad de todo tipo de empresas: a) pequeñas, medianas y grandes que han estado en operaciones durante muchos años; b) las nuevas empresas que entran a renovar, a reforzar, a producir la “destrucción creativa” definida por Schumpeter.
- ✓ Las nuevas empresas generan innovación, llenan nichos de mercados, incrementan la competencia y promueven la eficiencia económica.

✓ En diversos períodos, se ha demostrado que existe una relación sistemática entre el PIB per cápita de un país, su crecimiento económico y el tipo de actividad empresarial.

✓ Dinámica empresarial= (valor generado por: Expansión, crecimiento, innovación, nacimientos)-(valor perdido por: contracciones, obsolescencia, muerte/cierre).

Este modelo GEM, presenta la necesidad de un enfoque sobre múltiples variables para lograr el desarrollo, refuerza la necesidad de actuar sobre el desarrollo del ser humano como artífice del mismo y de actuar sobre las circunstancias específicas del proceso empresarial. Para analizar el proceso empresarial, Varela identifica las siguientes etapas en su concepto de “tubería empresarial”:

✓ Entorno social hacia la creación de empresas y el papel del empresariado: se mide con tres variables; percepción de la actividad empresarial como opción de carrera, estatus social de los empresarios exitosos y la atención que los medios de comunicación le da al empresario.

✓ Empresarios potenciales: se mide con la capacidad de percibir oportunidades empresariales, confianza en la capacidad para dirigir iniciativas empresariales, capacidad de sobreponerse al fracaso.

✓ Empresarios intencionales: personas que manifiestan iniciar empresa en un futuro cercano.

✓ Empresario naciente: aquellas personas que han iniciado su empresa y llevan en marcha 3 meses.

✓ Empresarios nuevos: cuando llevan entre 3 y 42 meses de funcionamiento.

✓ Empresarios estables: en marcha por más de 42 meses.

Necesidades culturales del desarrollo

Varela plantea que el desarrollo para América Latina exige una *reconversión humana*; desarrollo de una cultura diferente como base para la construcción de una cultura empresarial. Ella se logra a través de un proceso educativo, que debe producir en nuestras comunidades, entre otras cosas, las siguientes competencias:

- ✓ Capacidad y disposición de las personas de la región para dar respuestas apropiadas a los *eventos* que plantee el mercado de oportunidades y necesidades. Ello requiere capacidad para adaptarse al cambio, flexibilidad mental y concepción dinámica de la vida.

- ✓ Un enfoque de toma de decisiones bajo riesgo que permita la puesta a prueba de acciones cuyos resultados corresponden más a un ambiente estocástico. Ello requiere capacidad de riesgo, habilidad en la toma de decisiones.

- ✓ Una tendencia innovadora, Ello requiere el desarrollo de la imaginación, del pensamiento creativo y de la innovación propiamente dicha.

- ✓ Convicción social de capacidad y motivación para lograr el éxito. Ello requiere la creación de una mentalidad optimista y positiva pero, al mismo tiempo, realista.

- ✓ Una percepción de independencia y autodesarrollo que permita a las personas salir de sus posiciones de dependencia. Ello requiere el desarrollo de los conceptos de autonomía y de valoración positiva de la independencia.

- ✓ Existencia y exaltación de los valores empresariales a través de empresarios exitosos para la creación de modelos a ser imitados por el resto de la población.

- ✓ Valoración positiva del conocimiento y la tecnología, que nos permita aplicarlas como única alternativa para ser competitivos en el mundo futuro.

✓ Un ambiente político y social que mire en forma positiva el desarrollo socioeconómico a través del proceso empresarial y que esté dispuesto a aceptar la falla de algunas de las nuevas organizaciones.

✓ Una actitud de integración del empresario a la cultura y al entorno locales con el propósito de que se sienta parte de la comunidad y aumente, así, sus vínculos y sus compromisos con ella.

✓ Fortalecimiento de una comunidad financiera dispuesta a apoyar la aparición de nuevas organizaciones productivas. Esto requiere el diseño de sistemas especiales de análisis, aprobación y operación de créditos y de apoyos financieros.

✓ Una política clara sobre el tipo de empresas que se desea impulsar.

✓ Procesos y trámites relativamente simples y claros para el establecimiento de la organización.

✓ Desarrollo de una cultura que promueva la honestidad y la ética empresarial y elimine todos los hechos de corrupción pública y privada.

✓ La promoción del espíritu empresarial, la relevancia que se le da en la sociedad y las oportunidades que él brinda para la satisfacción de logros personales, son factores críticos en el proceso de crecimiento económico de cualquier país.

✓ Todo gobierno debe garantizar que cada uno de los aspectos que integran el sistema económico conduzcan y soporten niveles más altos de actividad empresarial.

4. Material adicional

El caso de estudio cuenta con un par de videos que podrán tener acceso escaneando el código QR o leyendo el cd entregado con el caso, y todos los anexos relacionados, esto para ampliar la información dada.

5. Proceso previsto de la discusión en clase

De acuerdo al planteamiento que hace Ogliastri Enrique (OGLIASTRI, 1993) El caso de enseñanza es la descripción de una situación real, que los estudiantes leen individualmente antes de clase, y que sirve para su discusión y análisis en grupo bajo la moderación de un profesor. El objetivo pedagógico es que los estudiantes aprendan a pensar por su cuenta ante situaciones nuevas, que desarrollen un criterio propio sobre el tema.

En el método de casos importan por igual los contenidos de la materia como el proceso mismo de conocerla; este proceso ayuda a formar en los estudiantes una capacidad de enfrentar situaciones nuevas con criterios propios, pues la responsabilidad del profesor va más allá de transmitir unos conocimientos: se trata de que los estudiantes aprendan a pensar por su cuenta.

Todas las soluciones son imperfectas, no existe una respuesta correcta, ni siquiera la que aporta el coordinador de la sesión”

Para ayudar al estudiante a generar discusión y análisis del caso, se desarrollaron las siguientes preguntas con posibles respuestas

1. ¿El esquema piramidal puede ser una opción de emprendimiento?

En la entrevista a una víctima de estafa piramidal se observa que no es una opción de emprendimiento, al principio existen unas ganancias para las primeras personas que la conforman, sin embargo, es ilegal, no es sostenible en el tiempo y los riesgos son supremamente altos.

2. ¿La creación de la ley 1700 del 2013 es reflejo de la aceptación de nuevos modelos empresariales en Colombia?

Efectivamente, en las características del funcionamiento de las empresas multinivel, se observa el objetivo de la ley, reglamentar el funcionamiento de nuevos modelos entrantes al país.

3. ¿Considera que los esquemas piramidales hacen parte de escases de cultura empresarial?

En los países y en el caso de Colombia se observa que el emprendimiento si bien es alto no ha crecido de la mano con la cultura de la que habla Varela, debido a los bajos procesos educativos de los países Latinoamericanos.

4. ¿El multinivel es una opción de emprendimiento?

En el caso B, se puede observar cómo la experiencia de un empresario que logró llevar la gestión empresarial y el liderazgo a los niveles más altos.

5. ¿Determine las diferencias claves entre un multinivel y una pirámide?

Diferencias Multinivel & Pirámide

Multinivel	Pirámide
La venta directa legalmente aceptada en Colombia puede iniciarse con un mínimo costo y una baja o nula inversión de inventario. Las tarifas de suscripción pueden ser requeridas si el nuevo	Con frecuencia exigen altos valores de suscripción y/o elevadas inversiones de inventario y ninguna de las dos es reembolsable. Esto debido a que los administradores de pirámides ganan su

Multinivel	Pirámide
<p>representante de ventas independiente decide no proseguir con el negocio, dentro de un plazo razonable.</p>	<p>dinero de las nuevas personas vinculadas al esquema</p>
<p>Existe la oportunidad de comercializar con consumidores y obtener un margen comercial. También ofrecen garantías de satisfacción a los consumidores o derechos de cancelación de manera que el consumidor puede devolver el producto para su reemplazo o su reembolso si queda insatisfecho.</p>	<p>Los esquemas piramidales no tienen oportunidad de comercializar productos, y no existe garantía de satisfacción.</p>
<p>Instan a los distribuidores a no acumular inventario y en ocasiones dan la oportunidad de devolver a la compañía cualquier mercancía sin usar y en condiciones de venta para un reembolso.</p>	<p>Instan a mantener grandes inventarios no reembolsables y los participantes decepcionados del esquema se tienen que quedar con el inventario que no pueden vender ni devolver</p>
<p>Las compañías de venta directa basan sus planes de ventas y comercialización, en el reconocimiento y la recompensa progresiva de los representantes de ventas independientes, por el desempeño en las ventas y la lealtad de sus clientes.</p>	<p>Ofrecen grandes fortunas en poco tiempo para llamar a un gran número de participantes a liderar grandes grupos que lo sostengan en niveles altos. En estos esquemas piramidales no hay claras oportunidades de negocios que sean viables y sostenibles a largo plazo.</p>
<p>Existe un contrato escrito con cláusulas y términos claros de terminación, renovación, sistemas de compensación y garantías</p>	<p>No existe contrato físico, se inicia con un pago previamente realizado, no hay claridad en las condiciones, ni renovación de garantías</p>

6. ¿Considera que las empresas multinivel son un modelo piramidal legalizado y por tanto aprovechan a su favor el espíritu empresarial ya existente en Colombia?

No considero que sea un modelo piramidal, sin embargo no se desconoce que el espíritu empresarial en Colombia ha ayudado al crecimiento que se observa en la empresa tomada en el caso de estudio,

7. Se puede afirmar que el modelo multinivel es un nuevo modelo empresarial tal como lo plantea Varela?

Si, ya que son muy mencionadas a partir del siglo xx, y su característica de mercadeo innovador, donde vuelven al cliente parte del negocio.

8. Considera que el modelo multinivel es productor de empleo y/o promueve el emprendimiento?

Si, al ver la información sobre el número de empleados que tiene Amway y promueve el emprendimiento porque las personas tienen opción de solo ser consumidoras o tener ingresos extras de acuerdo al desempeño.

9. A partir de lo planteado en el caso de estudio, cree usted que la estructura de Amway como modelo de empresa multinivel, promueve el desarrollo de la cultura empresarial?

Si, a partir de su sistema de educación individual y grupal, crea una cultura propia basada en la formación integral que debe tener un empresario independiente sin requisitos previos de estudio.

Las siguientes preguntas serán para generar entusiasmo y polémica al grupo de estudio referente a los temas, a pesar de que las respuestas no aparezcan en el caso, estas pueden desencadenar al estudiante interés por profundizar el tema.

10. Explique porque el modelo multinivel no es captación de dinero y las pirámides si?

11. Porque el modelo multinivel se puede considerar legal y las pirámides no.

12.Cuál debe ser el perfil de una persona que trabaja con multinivel?

13.Cuál es el perfil de una persona que desarrolla esquemas piramidales?

14. Existen similitudes entre modelo multinivel y esquema piramidal?

6. Plan de trabajo

Se sugiere al docente una metodología para que direcciona el estudio del caso en dos sesiones

Sesión N°1 (45 min)

Antes de presentar el caso de enseñanza, los estudiantes deben haber visto en la asignatura de Emprendimiento los temas mencionados y el profesor haber preparado la lectura de las notas de enseñanza. Posteriormente hará entrega del material del caso de estudio, y solicita al estudiante construir un mapa conceptual de la línea del tiempo para la próxima sesión, para confirmar que ha leído el caso y solicitar que dé respuestas a las preguntas planteadas a lo largo del caso.

Sesión N°2 (60 min)**Paso 1**

Formando grupos de trabajo en clase de máximo 3 personas, se presentan las preguntas antes relacionadas sin las posibles respuestas, y cada grupo debe dar respuesta de acuerdo a las lecturas. Para esto se otorgaran 20 minutos

Paso 2

El docente iniciara solicitando a cada grupo que presente la respuesta a la que llegaron en común acuerdo y en la que no estuvieron de acuerdo. Cada grupo tendrá la posibilidad de dar respuesta a todas las preguntas, sin embargo si entre grupos, en el momento de socializar, observan que se repite las respuestas, dejaremos una única respuesta. Para ello el docente hará uso del tablero. Contaran con un tiempo de 40 minutos

Sesión final N°3 (60 Min)**Paso 1**

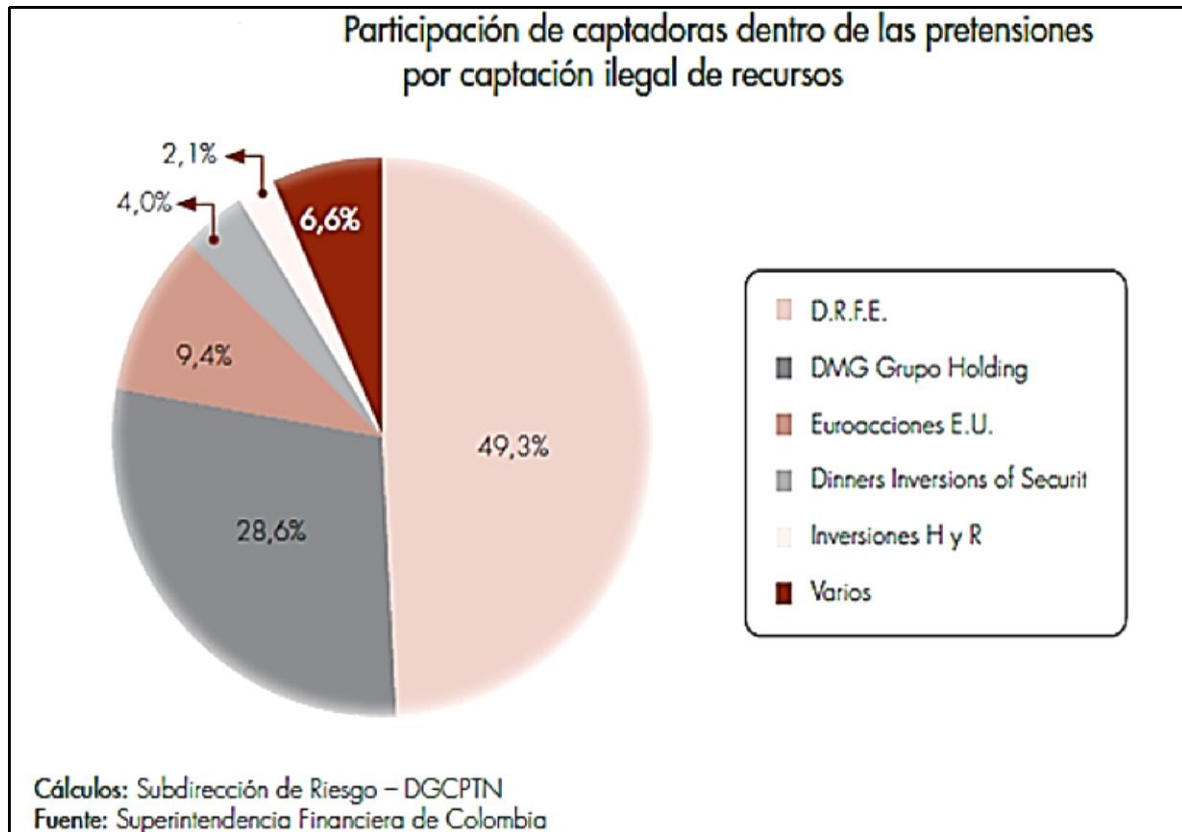
El docente pide que los asistentes al curso generen lluvia de ideas sobre la diferenciación entre Multinivel y Pirámide, de acuerdo a las respuestas de las preguntas de la sesión 2 y el docente debe ir plasmándolas en el tablero de la siguiente forma: debe dividir el tablero dos partes MULTINIVEL Y PIRÁMIDE y las ideas deberán ir en la parte del cuadro que corresponda. Para esto tendrán 40 minutos A continuación presento un posible cuadro que surja de la actividad.

Multinivel	Pirámide
Legal	Estafa
Ventas	Dinero fácil
Redes	No trabajo
Niveles	Enriquecimiento
Dedicación	Ilegal
No para todo el mundo	Creatividad
Rechazo	Riesgo
Capacitación	No ventas
Productos	Poco tiempo
Calidad	
Emprendimiennto	

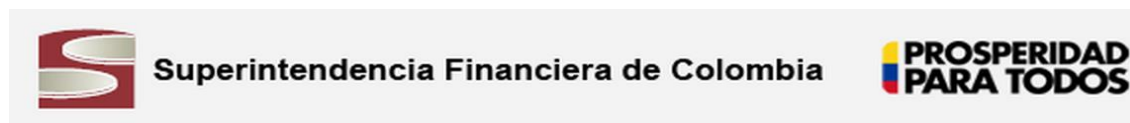
Paso 2

En forma de debate, el docente hará las ultimas 5 preguntas (10 a la 14) que se encuentran sin posible respuesta, esto generara discusión y deberá moderarse con dos o tres intervenciones. Si se requiere podría dejarse como opción de tema para profundizar. Para el desarrollo del debate tendrán 20 minutos

Apéndice C. Participación de captadoras registradas por la superintendencia financiera de Colombia



**Apéndice D. Advertencias y medidas administrativas por ejercicio ilegal de actividad
financiera 2014**



Advertencias y medidas administrativas por ejercicio ilegal de actividad financiera 2014

Catálogo campaña “De eso tan bueno no dan tanto”

Fecha	Entidad y/o Personas
oct-03	ULTRAVALORES S.A.S.
sep-26	GIVE AND TAKE
	BANCO COLLINS
sep-19	Queremos que Pereira sea modelo en combatir la captación ilegal de dinero, dicen autoridades
sep-17	No hubo omisión de la Superfinanciera frente a DRFE, dice Tribunal Administrativo del Valle del Cauca
ago-29	Autoridades y Empresarios de Barranquilla comprometidos con la prevención de la captación ilegal de dineros
ago-01	FONDO NACIONAL BANCARIO
	FINANCIERA CAMACHO BOHÓRQUEZ ASOCIADOS
jul-18	Superfinanciera ordena a la sociedad South Commerce Group S.A.S. suspender inmediatamente las actividades de captación ilegal de dineros del público
jul-11	INVERSIONES Y SOLUCIONES DE DINERO
	MEGACICLON

Fecha	Entidad y/o Personas
jul-04	Superfinanciera ordena a la sociedad Inversiones WSA S.A.S. suspender inmediatamente las actividades de captación ilegal de dineros del público
jun-27	UNICREDIT COORFINANCIERA GAVIRIA & ASOCIADOS
jun-18	Superfinanciera deja en firme dos sanciones relacionadas con la Sociedad Comisionista Torres Cortés S.A. WASANGA CLUB NIVEL UNO
may-26	TRIAMIGOS CLUB AMIGOS 50 LOS OCHO DE COLOMBIA PROYECCIONES E INVERSIONES DRFE
may-16	"Finameric" NO está sometida a la vigilancia de la Superintendencia Financiera
abr-28	Superfinanciera NO ha emitido ningún concepto u opinión sobre legalidad de operación de Emgoldex en el país
abr-24	Superfinanciera realizó cuarta jornada contra la captación ilegal de dineros en Bucaramanga FINAPOYO S.A.
abr-07	CORPORACIÓN FINANCIERA DE COLOMBIA CORFICOL S.A. EMGOLDEX PROYECCIONES E INVERSIONES DMG
mar-18	CLUB DE AMIGOS PROYECTO YIREH 3 3
mar-13	Con éxito culminó jornada contra la captación ilegal en Pasto
feb-28	Segunda jornada de prevención frente a la captación ilegal de recursos en Popayán
feb-28	MinHacienda envía mensaje a ciudadanos para que no se dejen engañar por las captadoras ilegales de dinero

Fecha	Entidad y/o Personas
feb-26	"Alfa e Inversiones Ltda" y el "Banco de las Microfinanzas - Alfa Inmobiliaria e Inversiones Ltda." NO son vigiladas por la Superfinanciera
feb-21	Superfinanciera realiza en Pasto la primera jornada de prevención frente a la captación ilegal de recursos
feb-14	¡Absténgase! Firma que se hace llamar "Compañía Solidaria Colombiana" ofrece modelo de negocio que aparenta ser un típico esquema piramidal
ene-16	Superfinanciera ordena a la sociedad colombiana Ereisa S.A.S. suspender inmediatamente las actividades de captación ilegal de recursos del público
ene-08	La firma que se anuncia como Credifinanciera Ltda NO está sometida a la inspección y vigilancia de la Superfinanciera

Fuente: Superintendencia Financiera De Colombia <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/index.jsf>

Apéndice E. Volantes publicitarios

