



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

SEDE GUADALAJARA

"ORGANIZACION CONTABLE DE UNA EMPRESA
DE MULTINIVEL".

LUISA NOEMI ARIAS ALVAREZ

Tesis presentada para optar por el título de Licenciado en
Contaduría con reconocimiento de Validez
Oficial de Estudios de SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA,
según acuerdo número 085366 con fecha 19-11-85

ZAPOPAN, JAL.

ENERO DE 1996

1924
1925
1926
1927
1928
1929
1930
1931
1932
1933
1934
1935
1936
1937
1938
1939
1940
1941
1942
1943
1944
1945
1946
1947
1948
1949
1950
1951
1952
1953
1954
1955
1956
1957
1958
1959
1960
1961
1962
1963
1964
1965
1966
1967
1968
1969
1970
1971
1972
1973
1974
1975
1976
1977
1978
1979
1980
1981
1982
1983
1984
1985
1986
1987
1988
1989
1990
1991
1992
1993
1994
1995
1996
1997
1998
1999
2000
2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024

CLASIF: _____
ADQUIS: 49796
FECHA: 18/05/03
DONATIVO DE _____



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

SEDE GUADALAJARA

**“ORGANIZACION CONTABLE DE UNA EMPRESA
DE MULTINIVEL”.**

LUISA NOEMI ARIAS ALVAREZ

Tesis presentada para optar por el título de Licenciado en
Contaduría con reconocimiento de Validez
Oficial de Estudios de SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA,
según acuerdo número 085366 con fecha 19-11-85

ZAPOCAN, JAL.

ENERO DE 1996



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

SEDE GUADALAJARA

PROLONGACION CALZADA CIRCUNVALACION PONIENTE No. 49
CD. GRANJA 45010 ZAPOPAN, JAL.
TELS. 627-02-12, 627-26-22 Y 627-10-90.

COMISION DE EXAMENES PROFESIONALES DE
LA ESCUELA DE CONTADURIA.

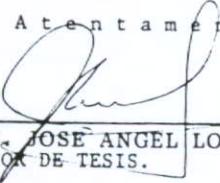
Me permito hacer de su conocimiento que el SRITA. LUISA NOEMI
ARIAS ALVAREZ, de la Licenciatura en Contaduría, ha concluido --
satisfactoriamente su trabajo de Titulación con la alternativa TESIS --
titulado:

"ORGANIZACION CONTABLE DE UNA EMPRESA DE
MULTINIVEL."

Manifiesto que después de haber sido dirigida y revisada previa-
mente, reúne todos los requisitos técnicos y pedagógicos para solicitar
fecha de Examen Profesional.

Agradezco de antemano la atención que pueda brindar a la presen-
te, reiterándome a sus órdenes.

A t e n t a m e n t e .


LIC. JOSÉ ÁNGEL LOPEZ DE ANDA.
ASESOR DE TESIS.



UNIVERSIDAD PANAMERICANA

SEDE GUADALAJARA

PROLONGACION CALZADA CIRCUNVALACION PONIENTE No. 49

CD. GRANJA 45010 ZAPOPAN, JAL.

TELS. 627-02-12, 627-26-22 Y 627-10-90.

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

C. Sr. ita. LUISA NOEMI ARIAS ALVAREZ,

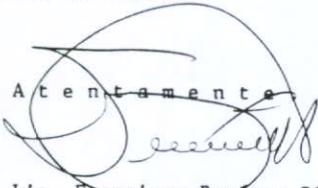
En mi calidad de Presidente de la Comisión de Exámenes Profesionales, ---
y después de haber analizado el trabajo de titulación en la alternativa --

"TESIS"

titulado ORGANIZACION CONTABLE DE UNA EMPRESA DE MULTINIVEL.

presentado por usted, le manifiesto que reúne los requisitos a que obligan
los reglamentos en vigor para ser presentado ante el H. Jurado del ----
Examen Profesional, por lo que deberá entregar ocho ejemplares como parte
de su expediente al solicitar el examen.

~~Atentamente,~~


Lic. ~~Francisco Benítez Ríos.~~
Presidente de la Comisión.

Zapopan, Jal., a Enero de 1996.

**ORGANIZACIÓN
CONTABLE DE UNA
EMPRESA DE
MULTINIVEL EN
MÉXICO**

¡Gracias!

ÍNDICE

ÍNDICE

ORGANIZACIÓN CONTABLE DE UNA EMPRESA DE MULTINIVEL EN MÉXICO

INTRODUCCIÓN	I
--------------------	---

CAPITULO I

EMPRESAS DE MULTINIVEL

1. Las ventas directas	2
2. Concepto	3
3. Características	5
4. Diferencia entre las empresas de Multinivel y la empresa tradicional	9
5. Factores de éxito y fracaso de las empresas de Multinivel	10
6. Antecedentes de las empresas de Multinivel	13
7. Principales empresas de Multinivel en México	16

CAPITULO II

SISTEMAS DE COMPENSACIÓN

1. Objetivo	20
2. Características del producto	22
3. Sistemas de funcionamiento	24
A) Escalonado con independencia	24
B) Matricial cerrado	27
C) Uninivel	28
4. Los sistemas de compensación Multinivel de cinco empresas funcionando actualmente en México	29

CAPITULO III

ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTINIVEL

1. Entorno legal	38
2. Entorno jurídico	40
A) Marcas Registradas	40
B) Patentes	44
C) Contrato	46
3. Entorno fiscal	49
A) Impuesto sobre la renta	52
B) Impuestos retenidos	53
C) Impuesto al valor agregado	54
D) Impuesto al activo	55
4. Estructura de la organización	56
A) Organigrama	56
B) Principales funciones por departamento	56
C) Flujograma de las principales operaciones	64

CAPITULO IV

SISTEMAS DE CONTROL

A. Manual de políticas de control interno por departamento	68
1) Tesorería	68
2) Compras	69
3) Contabilidad	70
4) Sistemas	70
5) Ventas	72
6) Comisiones	73
7) Proyectos de comercialización y mercadotecnia	73
8) Recursos humanos	74
9) Atención a distribuidores	75
B. Manual de políticas y procedimientos contables por áreas de estados financieros	75
1) Efectivo	75
2) Cuentas por cobrar	76

3) Almacén	77
4) Pagos Anticipados	78
5) Activos fijos	78
6) Intangibles	79
7) Pasivo	80
8) Capital	80
9) Ingresos y egresos	82
C. Catálogo de cuentas	83
D. Instructivo del catálogo de cuentas	87
E. Estados financieros	97

CAPITULO V

CONTROL CONTABLE DE COMPENSACIONES

1. Distribuidores	101
2. Informe emitido por la empresa a los distribuidores	105

CONCLUSIONES	110
---------------------------	-----

APÉNDICE	113
-----------------------	-----

ANEXO 1	118
----------------------	-----

ANEXO 2	121
----------------------	-----

ANEXO 3	126
----------------------	-----

ANEXO 4	134
----------------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	138
---------------------------	-----

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En los últimos diez años se han introducido a nuestro país nuevas tendencias de comercialización que han desfasado el concepto de la empresa tradicional. Las nuevas formas de comercialización de mayor aceptación son: las franquicias, que constituyen básicamente un sistema en el que se utiliza una marca o nombre comercial y se transfiere conocimiento y tecnología que permiten desarrollar bienes o servicios en forma uniforme conservando una calidad similar; el *telemarketing*, que se basa en el mercadeo de bienes y servicios a larga distancia, a través del televisor o del teléfono, o bien por una combinación de ambos; las ventas por correo, mejor conocidas como *ventas por catálogo* en las cuales la imagen publicitaria de la empresa es el factor determinante para su desarrollo; y las ventas mediante Multiniveles, mercadeo a través de la creación de redes de distribuidores independientes.

El mercadeo por Multiniveles consiste principalmente en comercializar productos o servicios en forma directa a través redes de distribución. Es un concepto exportado de los Estados Unidos que tuvo que ser adaptado a nuestro entorno económico y social, sin embargo, encontró en México condiciones propicias para su desarrollo y en pocos años ha logrado obtener extraordinarios beneficios.

Debido al vertiginoso éxito del Multinivel surgen preguntas y dudas, ya que en alguna ocasión habremos escuchado algún comentario de este novedoso sistema al hablar de empresas como *Herbalife*, *Mary Kay*, *Amway*, *Omnitrition* o *Nikken*, entre otras y nos nace la inquietud por conocer cómo estas empresas han logrado en pocos años un verdadero posicionamiento en los consumidores mexicanos.

Sin embargo, las empresas de este género aún se encuentran en pleno crecimiento en nuestro país, pero con un gran futuro. Es por esto, que este documento ofrece las bases para el establecimiento de una empresa de Multinivel mexicana, abarcando tanto aspectos legales y fiscales, como controles internos administrativos y contables de la organización.

A su vez, este trabajo sirve como guía para aquellos empresarios que desean conocer y desarrollar con efectividad esta innovadora actividad, satisfaciendo las inquietudes referentes al sistema de mercadeo por Multiniveles.

Primeramente, se define el mercadeo por Multinivel y las características de las empresas de este tipo, se narra la historia de estas empresas y su introducción a nuestro país, y se exponen los factores de éxito que han permitido que este nuevo sistema de comercialización sea considerado como el negocio de los noventa. Después se explica a detalle el funcionamiento de los sistemas de compensación, los cuales constituyen uno de los elementos más importantes para el adecuado funcionamiento del mercadeo por Multiniveles, a su vez, se definen las características que deben poseer los bienes y servicios para que puedan ser distribuidos mediante novedoso sistema.

También se hace hincapié en los requisitos que debe cumplir una empresa de Multinivel en México, aclarando los aspectos legales, jurídicos y fiscales que le competen, asimismo, se analizan las principales funciones de los diferentes departamentos en los que se puede estructurar una empresa de Multinivel. Además se exponen tanto un manual de políticas de control interno por departamento, como uno de políticas y procedimientos contables, con los que debe contar toda empresa para su buen funcionamiento. Por último, se hace referencia a la figura del distribuidor independiente y se presenta un caso práctico contable del pago de las compensaciones en una empresa de Multinivel.

La investigación se realizó en libros y revistas especializadas, así como en las leyes que afectan directamente a este género de empresas y en los manuales y literatura de las diferentes compañías. Sin embargo, la mayoría de libros y revistas se limitan a la motivación y al extraordinario negocio que representa el mercadeo mediante Multiniveles para los distribuidores independientes; y casi ninguno ofrece documentación acerca de las implicaciones, consideraciones o controles internos que debe tomar en cuenta la compañía que quiere comercializar sus productos o servicios mediante el mencionado sistema. Por lo que, las entrevistas con los empresarios implicados directamente con las compañías de Multinivel en México, representaron una de las principales fuentes de información, para encontrar así, las respuestas acerca del revolucionario sistema de mercadeo.

Ya que cada vez, un número mayor de empresarios están adaptando los Multiniveles a sus empresas, los contadores tenemos la tarea de estar actualizados y conocer las necesidades contables y administrativas que surgen de este innovador concepto comercialización.

CAPITULO I

**EMPRESAS
DE
MULTINIVEL**

CAPITULO I

EMPRESAS DE MULTINIVEL

En el presente capítulo se definirá qué son las ventas directas, se explicará lo que es una empresa de Multinivel y sus características. Se describirán los factores por los cuales se considera el negocio de los noventa, así como las principales causas por las que algunas de las empresas de Multinivel han fracasado. También se narrará parte de la historia de las empresas de Multinivel en el mundo y su introducción a México.

1. LAS VENTAS DIRECTAS

Los negocios actuales tienden a utilizar un sistema de ventas directas, ya que el producto llega directamente al consumidor por medio de vendedores independientes. Estos vendedores se encargan de buscar al cliente ofreciéndole un servicio y atención personalizada; de aquí que se consideren las ventas al menudeo la base de las ventas directas. Se dice que las empresas que manejan las ventas directas, no ofrecen un trabajo sino una forma de vida.

" Venta directa es el término que se utiliza para denominar aquellos métodos en los cuales el fabricante llega al consumidor sin pasar por los canales de distribución tradicionales, sino a través de pequeños distribuidores independientes. En las ventas directas las compañías ofrecen a los consumidores la conveniencia de comprar en casa a diferencia de los

catálogos y las ventas por televisión, las compañías de ventas directas invitan al consumidor a ver y sentir lo que están comprando".¹

La Asociación de Ventas Directas (*Direct Selling Association*) define las ventas directas como: "La venta de bienes de consumo directamente al individuo, en su casa o lugar de trabajo, por medio de transacciones iniciales y finalizadas por el vendedor".²

La Asociación redactó un código de ética para la venta directa, este código rige todos los aspectos de las actividades de los miembros de la asociación, asegurando una conducta ética por parte de todos sus miembros. Actualmente la tercera parte de los miembros de la Asociación de Ventas Directas, son empresas que llevan a cabo el mercadeo por Multinivel.

Existen diferentes tipos de venta directa entre los cuales podemos mencionar los siguientes:

- a) de puerta en puerta
- b) en reuniones
- c) seminarios o conferencias
- d) el mercadeo mediante Multinivel.

2. CONCEPTO

El Multinivel está catalogado como el negocio de los noventa, ya que es el único negocio que se puede compartir con todo el mundo y en donde uno no puede llegar a triunfar a menos que ayude a otras personas a hacerlo. Actualmente, está proporcionando espectaculares resultados para las empresas que lo utilizan. Sin

¹ Brown, Crayne. "Door to Door Selling Grows Up", *Black Enterprise*, Dic. 1992, pp. 14,15.

² Clothier, Peter. "Marketing Multi-nivel", Promociones Jumerca, pp. 14,15.

embargo las empresas, que comercializan sus productos mediante Multiniveles, no han tenido el debido reconocimiento dentro del mundo de negocios en México.

Multinivel puede ser definido como:

"... un método para vender productos fuera del contexto de las tiendas de venta al menudeo y con frecuencia se hace la venta de persona a persona. Las ventas se hacen normalmente mediante un distribuidor independiente o representante de ventas. El representante de ventas compra los productos al fabricante y después los revende al consumidor con una ganancia, los distribuidores a su vez reclutan a otros distribuidores o representantes de ventas y reciben una comisión o abono sobre ventas que éstos hagan".³

"... aquel sistema en el que el distribuidor, que es un empresario independiente, compra productos a un descuento del precio de lista. Este distribuidor después revende este producto a los distribuidores y agentes independientes que él o ella haya patrocinado. Los distribuidores patrocinados después venden sus productos al público consumidor".⁴

"un sistema estructurado de mercadeo en el cual personas individuales construyen un grupo formado por más personas o distribuidores individuales, quienes hacen publicidad y venden productos a clientes usando técnicas de boca en boca o de persona a persona".⁵

"un plan legal de ventas que desplaza el producto del fabricante a través de múltiples niveles de distribuidores hasta su consumidor final que paga el precio de venta de este producto. Ya que cada distribuidor es un contratante

³ Tapia Salinas, Carlos A. "Network Marketing: Un área de negocios poco conocida en México". Entrepreneur (México, D.F., Dic. 1993) p.40.

⁴ Kearny, Elizabeth. "Network Marketing, another form of Direct Sales", Community Press, p.4.

⁵ Angelo, Jean Marie. "The Eight Myths of Direct Selling", Black Enterprise, Dic. 1993, p.69.

independiente, pagan el precio de fábrica y después establecen el precio de venta, generalmente siguiendo la línea que la compañía sugiere".⁶

Por lo tanto, " una empresa de mercadeo mediante Multinivel es aquella que hace llegar sus productos o servicios por medio de distribuidores independientes, que estando satisfechos por haber probado o usado los mismos, los recomiendan o promueven dentro de sus conocidos, motivados por el extraordinario incentivo que representa el sistema de compensación Multinivel, en base al cual estas empresas remuneran a dichos distribuidores".⁷

7

En la actualidad, las redes de distribución con sistemas de compensación Multinivel, están proporcionando espectaculares resultados para las empresas que lo utilizan. Por red de mercadeo, se debe entender "un plan legal de ventas directas, que mueve el producto desde el fabricante por medio de múltiples niveles de distribución para llegar hasta el consumidor final que paga el precio al menudeo del producto".⁸

3. CARACTERÍSTICAS

Toda empresa de Multinivel necesita de bases firmes y de todo un desarrollo empresarial, requiere de ciertas características esenciales para ser catalogada como una empresa que utiliza el mercadeo por Multinivel, dentro de esas cualidades debemos resaltar las siguientes:

⁶ Duncan Maxwell, Anderson. "Charismatic Capitalism", Succes, Mayo 1993, p.14.

⁷ Farnham, Alan. "Mary Kay, Lessons in Leader Ship", Fortune, Sep. 1993, pp. 60-70.

⁸ Kaplan, Cindy. "Las mujeres en los negocios", p.24.

1) La filosofía de la empresa.

La filosofía de la empresa debe ser muy clara desde un principio, ya que ésta refleja el pensamiento de la empresa ante los distribuidores, los clientes y la comunidad. La empresa también debe tener sus propios códigos de ética, los cuales limitan y ayudan al desarrollo de las actividades, tanto de los distribuidores como de la compañía.

2) La administración.

Esta es considerada como una de sus cualidades de mayor relevancia, ya que para el desarrollo e implementación de una empresa de Multinivel se requiere de un personal y administradores muy capaces, que además de conocer la industria de Multinivel dominen sus técnicas de mercadeo y reclutamiento. También deben de estar capacitados para resolver problemas de aspectos legales e inventarios, que son los que se presentan con mayor frecuencia en esta clase de empresas. Los empresarios deben contar con una amplia experiencia en el mercadeo mediante Multiniveles, así como con el respaldo financiero necesario para introducir, desarrollar y sostener el crecimiento de la empresa.

3) El plan de mercadeo.

El plan de mercadeo consiste en desarrollar políticas y procedimientos para vender el producto y reclutar distribuidores. Las políticas deben de contener regalías para los representantes de ventas, reglas de ventas, formas de ventas y garantías del producto.

4) El plan de compensación.

Este factor es una de las claves de las empresas de Multinivel, ya que se debe lograr tener la seguridad de un margen de utilidad suficiente de manera tal que se pueda cubrir los diferentes niveles de distribución, ofreciendo un precio de venta adecuado para los consumidores finales.

Cada empresa debe estructurar su propio plan de compensación, ya que debe poseer características muy particulares de la empresa, pues depende tanto del producto que se maneje, así como del mercado que se pretenda alcanzar.

Un plan de compensación debe establecer varios factores, tales como los requerimientos de los distribuidores, las ganancias por ventas al por menor, los niveles a pagar, las políticas de devolución de dinero, el pago de las comisiones, los incentivos, premios y bonos, entre otros, como se expondrá en el capítulo II.

5) El sistema de cómputo.

Se requiere de un eficiente sistema de cómputo, que pueda manejar la información masiva que se genera y su respectiva contabilidad. Este sistema de procesamiento de datos debe ser confiable y adecuado a las necesidades de cada empresa en particular, ya que se necesita llevar un muy buen control sobre los porcentajes de compensación de los distribuidores y sus redes, las cuales se extiende con demasiada rapidez.

6) El reclutamiento.

Se debe formular un programa oficial de reclutamiento de manera que los distribuidores sigan ciertos parámetros, donde se estipule: cuándo y cómo debe llevarse a cabo el reclutamiento. Para así, prevenir que los distribuidores independientes realicen reclutamientos de forma inadecuada.

7) El entrenamiento.

Una buena empresa de Multinivel debe ofrecer un sólido programa de entrenamiento de ventas, información adecuada y oportuna sobre el producto y sus novedades, y sobre el reclutamiento de nuevos distribuidores. El entrenamiento de sus propios distribuidores y de aquellos que se encuentren en línea descendente de estos, será de vital importancia para el desarrollo y crecimiento de las redes de

mercadeo por lo que se debe de tener un plan de constante desarrollo y capacitación de distribuidores, así como del personal que labore directamente con la empresa.

8) El material de apoyo para la venta.

Ya que generalmente las empresas de Multinivel no manejan una publicidad masiva se considera de suma importancia un buen material de apoyo para las ventas, siendo éste la carta de presentación de la empresa. El material debe contener datos necesarios de la empresa y de sus productos, así como dar a conocer su filosofía y sus planes de mercadeo y ventas.

9) El boletín informativo y las convenciones.

Podría considerarse a estos dos factores como de poca importancia, sin embargo el boletín es la manera en que las empresas se mantienen en contacto con todos sus distribuidores, ya que es emitido periódicamente y en éste se encuentran las novedades, los cambios, el desarrollo y crecimiento que ha tenido la empresa. Así, las convenciones anuales es donde puede haber un contacto directo con los distribuidores, durante estos eventos se dan a conocer los nuevos productos y se reconoce y premia a los distribuidores de mayor éxito, los cuales transmiten sus experiencias a los demás distribuidores.

10) Inventarios.

Los inventarios es una de las características más importantes de las empresas de Multinivel, ya que deben mantener un inventario lo suficientemente grande para poder satisfacer la demanda de los productos. Además, deben poder pronosticar la demanda de cada uno de los productos, pues la disponibilidad en inventarios es vital para estas empresas. Sin embargo, los inventarios no deben repercutir en los gastos de las empresa de manera considerable, puesto que una de las características de

este tipo de empresas es la alta rotación de inventarios, la cual se logra a través de la rapidez con la que los distribuidores mueven el producto.

4. DIFERENCIAS ENTRE LAS EMPRESAS DE MULTINIVEL Y LAS EMPRESAS TRADICIONALES

Los principios básicos de las empresas de Multinivel que las hacen tan diferentes de los métodos convencionales de distribución de productos son básicamente tres:

- 1) El cómo se constituye la fuerza de ventas,
- 2) el cómo se reparten los beneficios, y
- 3) el cómo se venden los productos.

La forma de remuneración al personal de las empresas de Multinivel es uno de los aspectos en el cual se puede encontrar la mayor diferencia frente a una empresa tradicional. En las empresas de Multinivel la remuneración se divide en dos diferentes grupos, la que otorga en forma tradicional al personal administrativo de la compañía, y el que otorga a los diferentes distribuidores, a través de su sistema de compensación.

La diferencia más evidente radica en que el lugar ocupado por mayoristas y minoristas en la red de mercadeo está ocupado por los distribuidores, cada uno de ellos puede proveer a clientes o proveerse a sí mismo. Sus ganancias están condicionadas a su propio esfuerzo, dedicación y conocimiento del mercado, ya que los distribuidores son vendedores independientes que trabajan por su propia cuenta.

5. FACTORES DE ÉXITO Y FRACASO DE LAS EMPRESAS DE MULTINIVEL

A pesar de lo simple que puede ser el sistema, se deben considerar muchos aspectos que son de gran importancia para la fundación, el crecimiento, el desarrollo y la consolidación de una empresa exitosa de Multinivel.

No se trata simplemente de crear cualquier clase de plan, con cualquier producto y bajo bases poco estudiadas, ya que el mercadeo por Multiniveles no es para todas las compañías, no es para todos los productos o servicios y, sobre todo, no es para todas las personas y empresarios que crean que con este sistema se van a hacer ricos de la noche a la mañana.

Entre las principales causas del fracaso de empresas de Multinivel se consideran las siguientes:

- a) una mala gestión administrativa debido a la falta de experiencia y dedicación necesarias,
- b) la falta de comunicación efectiva y motivación a los distribuidores,
- c) los fallos administrativos en la entrega de productos,
- d) la calidad inferior de los productos, así como el estar dirigidos a un mercado restringido.⁹

Los fundadores de las empresas de Multinivel no siempre poseen la experiencia necesaria para manejar en forma adecuada una organización de mercadeo por Multinivel de rápida expansión, sin embargo, aquellos que tienen una sólida experiencia en el desarrollo de una gran organización de distribuidores, no siempre tienen las cualidades requeridas para la posesión y administración de una empresa. Por lo que la experiencia dentro de la industria de Multinivel como distribuidor de éxito o principal de otra empresa sólida de Multinivel se considera indispensable.

⁹ Cfr. Clothier, Peter. op.cit., p. 61.

Otros factores de fracaso de las empresas de Multinivel que se consideran de suma importancia son los que a continuación se describen:

- 1) La ausencia de productos innovadores y de calidad, cuya relación precio-valor los posiciona en la mente de los clientes como algo que necesariamente deben estar dispuestos a adquirir.
- 2) La existencia de productos sin márgenes de utilidad necesarios para la implantación de un sistema de compensación de Multinivel, o sin ventajas competitivas claras, resultado de investigaciones o tecnologías de procesos avanzados, con control sobre los mismos; ya sea de la propiedad de sus patentes, licencias exclusivas a nivel mundial o control de fabricación sin posibilidad inmediata de ser copiados y fabricados a menor costo.
- 3) Productos conflictivos sujetos a múltiples condiciones para su éxito en el mercado, siguiendo modas pasajeras o industrias con cambios tecnológicos acelerados que rápidamente los vuelven obsoletos.
- 4) La capacidad financiera para soportar el crecimiento acelerado propio de este tipo de empresas, o por la incapacidad de cubrir las comisiones a sus distribuidores, como el resultado del mal diseño de sus sistemas de compensación Multinivel con relación a los márgenes de utilidad de sus productos.

En muchas ocasiones las empresas han fracasado debido a su incapacidad de adaptarse y reaccionar rápidamente a las nuevas condiciones de mercado y a la aparición de nuevos competidores, pretendiendo seguir con las prácticas de negocio que les dieron resultado en el pasado.

Sin embargo, debemos considerar los factores que han demostrado ser definitivos para lograr el gran éxito de las empresas de Multinivel, dentro de los cuales se pueden mencionar los siguientes:

a) Los productos innovadores.

Las empresas de Multinivel introducen en el mercado productos de alta calidad que van de acuerdo a los gustos y tendencias de los consumidores. Estas empresas se preocupan por satisfacer las necesidades clave e identificar perfectamente los estratos sociales a los que va dirigido su producto.

b) Reducidos costos de publicidad.

Para las empresas tradicionales, el introducir un producto o servicio nuevo representa un alto costo, sin embargo las empresas que manejan un sistema de mercadeo por Multinivel utilizan la mercadotecnia de redes, es decir, las recomendaciones personales de clientes satisfechos.

c) Rapidez y costos reducidos en sus sistemas de distribución.

Generalmente, existe una larga cadena de distribución en la cual intervienen los intermediarios mayoristas nacionales, transportistas, mayoristas regionales, agentes representantes, almacenadores y por último grandes cadenas de tiendas. Este proceso incrementa los costos, los cuales se ven reflejados en el encarecimiento del valor de los productos que finalmente paga el consumidor.

d) Desempleo.

La realidad económica global, en la que vivimos ha traído como consecuencia las reestructuraciones de grandes corporaciones, por lo que mucha gente que gozaba de una estabilidad económica ha tenido que buscar otros medios para salir adelante.

Es por esto, que las empresas de Multinivel ofrecen la única oportunidad de trabajo para que la gente triunfe, con una mínima inversión y sin riesgos.¹⁰

6. ANTECEDENTES DE LAS EMPRESAS DE MULTINIVEL

El primer ejemplo de una empresa en desarrollar un mercadeo de Multinivel, tal y como lo conocemos en la actualidad fue la empresa estadounidense *California Vitamins*, fundada en 1934 por *Carl Rhenborg*, cuyos productos fueron distribuidos por venta directa durante 30 años. Más adelante cambió su nombre por el de *Nutrilite Products*, esta empresa se dedicaba a la venta de suplementos alimenticios.

Esta compañía comenzó a tener gran éxito y recibió grandes beneficios, ya que los distribuidores habían introducido a muchos de sus amigos y conocidos a la oportunidad comercial ofrecida por *Nutrilite Products, Inc.* Sin embargo, los distribuidores no recibían ninguna recompensa adicional por su esfuerzo extra, por lo que Productos Nutrilite decidió resolver esta injusta situación otorgando una bonificación del 2% a cada uno de los distribuidores que introdujesen a un nuevo distribuidor, sobre el total de ventas de los nuevos distribuidores.

“Era un sistema muy primitivo pero logró la meta fundamental de recompensar a los distribuidores en proporción a su contribución a los beneficios globales de la empresa”¹¹.

A pesar del nuevo sistema implantado, en los años 50 comenzó a tener problemas de dirección interna, y aquellos distribuidores quienes habían construido

¹⁰ Cfr. Tapia Salinas, Carlos A. “¿A qué se debe el éxito de Network Marketing?”. Entrepreneur (México, D.F. Feb. 1995) pp. 36-40.

¹¹ Clothier, Peter. op.cit. p.77.

organizaciones muy grandes dentro de la empresa empezaban a preocuparse por su futuro y el de las personas que habían introducido. Ya que les habían ofrecido una oportunidad segura que les brindaría un gran beneficio.

En 1959, *Richard De Vos* y *Jay Van Andel*, dos importantes distribuidores de *Nutriline Products, Inc.*, decidieron separarse de la compañía con la intención de formar una nueva empresa, la cual proporcionaría a sus distribuidores seguridad y beneficios. Planearon una estructura de comisiones detallada para recompensar a su gente en proporción con los beneficios producidos por sus esfuerzos para la empresa.

El nombre de esta nueva empresa sería "*Amway*", la cual alcanzó gran éxito en pocos años y actualmente es la mayor empresa de Multinivel del mundo. *Amway* desarrolló una línea de productos muy distintos a los de *Nutriline*, comenzó con la venta de un limpiador doméstico. Varios años después de la ruptura, *Amway*, compró la empresa *Nutriline*, que hoy en día proporciona una de sus líneas básicas.

También, el Dr. *Forrest C. Shaklee*, ex-distribuidor de *Nutriline*, abandonó la empresa y formó *Shaklee* en 1956, una empresa de Multinivel que continuó con los complementos alimenticios y productos nutritivos. Esta nueva empresa también, se convirtió en muy poco tiempo en una empresa multinacional de gran éxito.

A partir de la creación de *Amway*, la industria de Multinivel creció lentamente hasta 1975, tiempo durante el cual se crearon empresas como *Mary Kay Cosmetics*, de Dallas, en 1962; *NSA (National Safety Associates)*, en 1970; *Jaffra* en 1973; mientras que en Japón se fundaron *Nikken*, *Noevir* y *Japan Life*.

La primera etapa definitiva del Multinivel en México inició con la entrada de *Herbalife*. Esta compañía fue fundada en el año de 1980, en Los Ángeles, California, por *Mark Hughes*. La empresa se dedica a la venta de productos alimenticios para

bajar de peso, basados en hierbas naturales y en una alta tecnología e investigación.

Su aparición en México se da en octubre de 1989 con un acceso poco fácil. Tuvo que enfrentar una serie de problemas legales respecto a la importación de su producto. A pesar de ello logró alcanzar un total de N\$ 1'460,000.00 de ventas en el primer trimestre de 1990. *Herbalife*, además de encontrar un mercado propicio para sus productos, descubrió que la cultura mexicana favorecía su sistema de ventas.

Poco a poco hemos podido conocer más de las empresas de Multinivel, aquí, en México, ya que cada vez más son las empresas que abren sus puertas a los consumidores mexicanos. En 1993 se introdujeron al país compañías como *Nikken*, *NSA*, *Nanci*, *Emusol*, *Mátol*, *Emuthec*, *Reliv*, entre otras.

Las empresas de Multinivel han encontrado en México un mercado fértil con patrones socioculturales y económicos que favorecen a esta clase de empresas, tanto en su introducción como en su crecimiento.

Actualmente existen empresas de Multinivel que venden casi toda clase de productos, por citar algunas como ejemplo, mencionaremos a:

AMWAY, la cual distribuye productos de limpieza, utensilios de cocina, artículos de plástico, productos para el cuidado del automóvil, perfumes, joyería, productos para el cuidado personal, suplementos alimenticios y dietéticos, aparatos para acondicionamiento físico, teléfonos celulares, sistemas de aprendizaje de idiomas, entre otros artículos de catálogo.

HERBALIFE, quien distribuye suplementos alimenticios y vitaminas en base a plantas, productos para el cuidado del cabello y la piel, así como sistemas para el tratamiento del agua.

MARY KAY, empresa de belleza que distribuye productos para el cuidado personal y de la piel, así como bloqueadores para el sol y perfumes.

NIKKEN, esta compañía japonesa se dedica a la venta de imanes, los cuales ayudan a disminuir el estrés, a dormir mejor y a quitar dolencias corporales.

ARTISTC IMPRESSIONS, distribuye pinturas originales, litografías y posters.

MUSIC WORLD, empresa dedicada vender y distribuir discos compactos, cassettes, videos y accesorios.

7. PRINCIPALES EMPRESAS DE MULTINIVEL EN MÉXICO

HERBALIFE

El objetivo de la compañía es ayudar a los clientes a obtener el peso deseado y una mejor salud y bienestar de manera continua y no sólo por un corto plazo.

Tal y como se mencionó con anterioridad, *Herbalife* fue la primera empresa de Multinivel que llegó a México. Su aparición oficial fue en Octubre de 1989, y a pesar de las grandes dificultades que se le presentaron y al largo tiempo que tuvo que esperar para cumplir con los trámites y recibir las autorizaciones necesarias; logró salir adelante, gracias a la gran capacidad de superar adversidades de sus distribuidores que se comprometieron desde el principio con la empresa.

AMWAY

La corporación de *Amway* está dedicada al espíritu de la libre empresa. Fue fundada en 1959 por *Jay Van Andel* y *Richard M. Devos*. Comenzó fabricando un sólo limpiador doméstico en un pequeño edificio de Michigan, Estados Unidos.

Los principios básicos del Plan de Ventas y Mercadeo son: la compra a precios de mayoreo, la venta al público consumidor de sus productos y la atención personal directa a sus clientes a través de su negocio independiente.

A poco más de 30 años de sus inicios, los productos *Amway* se venden en más de 40 países del mundo por más de un millón de distribuidores independientes. La sede mundial de *Amway* se encuentra en Ada, Michigan.

Comienza sus operaciones en México en junio de 1990, tuvo que adaptarse a las leyes y estándares mexicanos. Algunos de los obstáculos que enfrentó fueron: la necesidad de modificar su estructura organizacional para cubrir los requisitos legales, la necesidad de asesoría de mercadotecnia, el adecuar un sistema de pago para sus distribuidores, el adecuar un sistema de distribución de sus productos, ya que en México los canales de distribución se encontraban subdesarrollados, así como con el implementar sistemas de comunicación adecuados.

OMNITRITION

Empresa estadounidense fundada en los 80's por *Jim Forbarir* y *Roger Daily*, con el objeto de construir una empresa por distribuidores para distribuidores. Los fundadores buscaron los productos más adecuados para los consumidores, así como el mejor plan de compensación para los distribuidores.

Entra a México en 1991 por iniciativa de su actual director general, el Sr. Jorge Carlos Vergara Madrigal, quien era distribuidor de *Herbalife*. Aunque no era una empresa líder a nivel mundial, cuando inició sus operaciones en México, ha tenido un fuerte crecimiento en nuestro país.

Omnitrition de México comenzó con capital aportado por Omnitrition Internacional. Actualmente está constituida por capital 100% mexicano, ya que la parte del capital extranjero fue adquirida por la empresa.

El hecho de que el patrimonio de esta empresa sea enteramente mexicano hace posible una mayor capacidad de reinversión de la ganancia en el propio país, permite una plena autonomía para la toma de decisiones.

El Sr. Jorge Vergara empezó su red de distribución con sólo seis amigos a quienes había invitado al negocio. Hoy en día Omnitrition de México cuenta con más de 300 mil distribuidores independientes en todo el país.

Esta empresa se ha mantenido a la vanguardia de las compañías que utilizan un sistema de mercadeo por Multiniveles. Una de sus innovaciones ha sido el nuevo concepto de Multidesarrollo, el cual permite a los distribuidores independientes, no sólo beneficiarse con los incentivos del sistema de compensación Multinivel, sino llegar a participar en la dirección de la empresa con diferentes cargos jerárquicos y hasta convertirse en accionistas, dando así una concepción integral del desarrollo personal.

CAPITULO II

SISTEMAS DE COMPENSACIÓN

CAPITULO II

SISTEMAS DE COMPENSACIÓN

En el presente capítulo se definirá el objetivo de los sistemas de compensación, se presentarán los diferentes tipos de sistemas que existen en el mercado y se expondrán ejemplos de los sistemas de compensación Multinivel utilizados por algunas empresas en México.

1. OBJETIVO

Una de las principales razones del gran éxito de las empresas de Multinivel para distribuir sus productos y servicios, se debe sin duda alguna al tremendo factor de motivación de los sistemas de compensación Multinivel, los cuales son verdaderas fábricas de millonarios por el extraordinario potencial de ingresos disponibles para los distribuidores más exitosos.

El objetivo principal de un plan de compensación es el de retribuir los esfuerzos de los distribuidores independientes, motivándolos de tal manera que hagan crecer su red de distribución. El desarrollo de una red de ventas es el camino para obtener un buen nivel de ganancias, tanto para las empresas como para los distribuidores independientes. Un buen plan de compensación actúa como fuerte elemento de atracción y motivación para una creciente red de distribuidores satisfechos.

El plan de compensación tiene el potencial de generar ingresos a los distribuidores por los siguientes conceptos:

1) Ingresos por compras al mayoreo y ventas personales al menudeo.

En unas empresas condicionan el porcentaje de descuento. Generalmente empiezan con un mínimo del 10 % y pueden obtener hasta un 50%. Los incrementos del porcentaje de descuento van del 5% al 10% condicionados al volumen de compra.

Otras compañías otorgan de inmediato el máximo de descuento por el sólo hecho de que ser distribuidores, el porcentaje otorgado puede ser de un 40 al 50%.

2) Reembolsos por compras personales.

Las empresas otorgan porcentajes sobre los descuentos mayores, que crece de manera progresiva para que a final de cuentas los distribuidores perciban una utilidad bruta entre el 40% y el 50% de reembolsos por compras personales.

Este reembolso se considera una devolución de un sobre pago, lo cual trae como consecuencia una ventaja fiscal para los distribuidores, ya que lo pueden manejar como una devolución y no como un ingreso directo.

En las empresas que no se condiciona el porcentaje de descuento, el distribuidor recibirá un 5% de descuento, sumándolo al anterior descuento recibirá un total de 60%.

3) Ingresos por red de distribución.

Los ingresos por red de distribución son considerados la esencia del Multinivel, para lo cual también existen dos maneras de obtenerlos:

a) Como diferencial entre el porcentaje de descuento que obtiene el distribuidor y el porcentaje que se le otorga a los distribuidores independientes. Este diferencial únicamente existe en las empresas que condicionan el porcentaje de descuento.

b) Como un porcentaje adicional entre un 5% y un 25% sobre el volumen de ventas acumuladas de las personas que forman parte de la red de distribuidores en los diferentes niveles, esto ocurre en las empresas que otorgan de inmediato un máximo de descuento. La persona que inició dicha red debe cumplir con un volumen mínimo de ventas personales para tener derecho a percibir un porcentaje específico por este concepto.

4) Ingresos Multinivel por liderazgo.

" Cuando un distribuidor logra un nivel de ventas acumuladas en un periodo específico, por ejemplo, de uno a seis meses, y cuenta con un número determinado de distribuidores activos en su red, empieza a percibir un porcentaje fijo. Entre un 4 y 6% de ingresos sobre el volumen de ventas de los líderes y sus grupos que se encuentran a diferentes niveles dentro de su red. Por lo general las empresas pagan sobre cuatro a seis niveles." ¹²

5) Programas de bonos y beneficios.

Este tipo de programas son una herramienta de motivación para logros extraordinarios de ventas aisladas o retención de distribuidores líderes. Consisten en: concursos de ventas, convenciones anuales, planes de seguros, ayuda para casa o automóvil y viajes.

2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

El producto en una empresa que maneje el mercadeo por Multinivel es de suma relevancia, ya que para que los distribuidores confíen plenamente en su empresa, sus productos deben poseer las siguientes cualidades:

¹² Tapia Salinas, Carlos A. "El potencial de ingresos". *Entrepreneur* (México, D.F., Feb. 1995) p. 43.

1) Calidad y valor.

Es el fundamento para cualquier negocio sólido. El éxito de la venta de los distribuidores depende de la confianza que se tenga sobre los productos. Deberán ser productos que hagan sentir cómodo al distribuidor, que le agraden, que pueda usar regularmente y que pueda vender con gusto.

2) Garantía.

Indica la confianza que la propia empresa tiene en sus productos. Una buena empresa de Multinivel debe poder ofrecer devoluciones o cambios de sus productos sin condiciones, inclusive devoluciones de paquetes vacíos.

3) Repetitividad.

Además de que el producto debe ser de buena calidad y buen precio, debe ser de consumo para que el cliente satisfecho sea parte permanente del negocio. El cliente debe "necesitar" del producto en un plazo no mayor de 60 días.

4) Novedad.

Deben ser productos que estén al día de acuerdo a las modas actuales, al gusto de los consumidores y de acuerdo a los hábitos de compra de cada lugar. Si la empresa se especializa en un sólo tipo de producto podrá prestar mayor atención a su calidad y promoción y podrá ganar mejor aceptación del público. La empresa de un sólo tipo de producto tiene que dedicarse a investigaciones y desarrollos constantes para que el producto permanezca de moda y de una calidad óptima.¹³

¹³ Sr. Jorge Vergara Madrigal, Director General de *Omnitrition* de México, entrevista realizada por Luisa Noemi Arias Alvarez el 11 de Abril 1995.

3. SISTEMAS DE FUNCIONAMIENTO

El sistema de compensación Multinivel que se utilice es de vital importancia, para la empresa, pues puede significar la diferencia entre poder o no cumplir con su compromiso de pagar las comisiones prometidas y ganadas por sus distribuidores; manteniendo siempre un margen de utilidad razonable y competitivo en relación a otras empresas de Multinivel.

Para un sistema de compensación, la regla general es multiplicar de 3 a 5 veces el costo de producción del producto, si el mercado no acepta este precio, el producto posiblemente no sea viable para los sistemas de Multinivel. Todo método de compensación debe ser estructurado de acuerdo a parámetros financieros y legales del país y del momento.

Las empresas asignan un valor numérico de puntos para cada producto, el cual permanece invariable a pesar de los cambios de precio, haciendo posible el mantener las cifras en las tablas de descuentos exactamente como fueron estructuradas desde un principio.

A continuación se describen los diferentes sistemas de compensación de las empresas de Multinivel que se encuentran funcionando actualmente en el mercado:

A) Escalonado con independencia

Este sistema consta de dos partes. En la primera de ellas el distribuidor escala diferentes niveles de logro conforme alcanza cierto volumen de ventas en un tiempo determinado y satisfaciendo requerimientos específicos.

La principal fuente de ingresos del distribuidor en esta primera etapa se limita a la utilidad que obtiene de sus compras al mayoreo y ventas a precio de menudeo entre sus clientes; esto mediante reembolsos por sus volúmenes de compra o ventas personales, o por el diferencial de descuento existente entre sus distribuidores patrocinados de línea descendente. El número de distribuidores que se pueden patrocinar es infinito sin limitaciones en cuanto a la cantidad de personas que puedan patrocinarse directa o indirectamente.

Una vez que el volumen de ventas del distribuidor, en un tiempo predeterminado alcanza un valor x y con cierto número o niveles de distribuidores patrocinados en su red, empieza la segunda parte del plan, donde cualquier distribuidor y sus distribuidores pueden llegar a independizarse para comprar directamente los productos a la empresa y evitar la acumulación de los volúmenes de venta para la calificación de su patrocinador.

En esta etapa el patrocinador cuyos distribuidores lograron independizarse percibe bonos y regalías fijas o variables, en forma creciente, sobre las ventas de sus distribuidores independizados, con la condición de que, mes a mes, se mantengan activos y con un mínimo de ventas.

El plan de compensación escalonado con independencia es el que mayor potencial de ganancias ofrece a los distribuidores, ya que no tiene limitaciones al tamaño de las organizaciones (redes de distribuidores) que se pueden desarrollar.

Alrededor del 86% de todas las empresas líderes con más de 7 años de operación utilizan este sistema. También es el preferido por los distribuidores líderes, por su extraordinario potencial de ingresos para aquellos que verdaderamente desean hacer Multinivel en grande.

En el cuadro 1 tenemos un ejemplo de un sistema de compensación escalonado con independencia, en donde se puede apreciar en la primera columna los requisitos con los que debe cumplir el distribuidor para alcanzar el nivel esperado; en la segunda, el porcentaje de ganancias que obtiene por compras al menudeo; en la tercera columna encontramos el porcentaje de reembolso por el volumen de compras personal ; y por último, en la cuarta columna, los porcentajes de las comisiones sobre el volumen de compras del grupo personal que puede obtener un distribuidor.

REQUISITOS	GANANCIAS POR COMPRAS MENUDEO	REEMBOLSO VOLUMEN DE COMPRAS PERSONALES (VP)	COMISIÓN SOBRE EL VOLUMEN DE COMPRA DEL GRUPO PERSONAL (VGP)
DIAMANTE REAL DESARROLLAR TRES DIAMANTES PRIMER NIVEL	25%	25%	10% 15% 20% 25%
DIAMANTE DESARROLLAR TRES PLATINOS PRIMER NIVEL	25%	25%	10% 15% 20% 25%
PLATINO DESARROLLAR TRES ORO PRIMER NIVEL	25%	25%	10% 15% 20% 25%
ORO DESARROLLAR TRES PLATAS PRIMER NIVEL	25%	25%	10% 15% 20% 25%
BRONCE N\$ 30.000 DE VGP EN UN MES CALENDARIO	25%	15%	05% 10% 15%
EJECUTIVO N\$ 15.000 DE VGP EN UN MES CALENDARIO	25%	10%	5% 10%
SUPERIOR N\$ 4.500 DE VGP EN UN MES CALENDARIO	25%	05%	05%
DIRECTO N\$ 1875 EN PRODUCTOS , ASISTIR AL ENTRENAMIENTO DE PLATA	25%		

Cuadro 1: Sistema escalonado con independencia.

Los nombres de los diferentes niveles jerárquicos son sugeridos, ya que cada una de las empresas denominan a sus distribuidores dependiendo de su nivel, y en su mayoría se relacionan con metales y piedras preciosas.

B) Matricial Cerrado

Es un plan con una estructura organizacional de tamaño predeterminado en razón de su amplitud y de su profundidad. Cada distribuidor podrá solamente patrocinar un número definido de distribuidores y cualquier persona patrocinada por encima de tal número llenará automáticamente un espacio vacío en los niveles inferiores de la matriz.

Este es el plan favorito de aquellos distribuidores que sólo esperan que alguien les ayude a desarrollar su negocio, ya que cuando se encuentran abajo de un líder automáticamente se benefician por su activa labor de reclutamiento.

Es un plan fácil de explicar por la sencillez de su diseño, y fácil de administrar por la limitación de amplitud y profundidad. Por ejemplo, una matriz de 5 X 9 significa que cada persona sólo podrá patrocinar directamente un máximo de cinco personas en un primer nivel y este patrocinio sólo puede continuar hasta la profundidad de nueve niveles o generaciones.

Una variante del sistema matricial, que empieza a usarse por varias empresas, es el Sistema Binario con el cual cada persona solamente puede llegar a patrocinar dos personas en forma directa.

Existen múltiples combinaciones que las empresas constantemente implementan con el propósito de mantener la competitividad y lo atractivo de su sistema particular, pero cada uno de éstos requiere de consideraciones matemáticas y financieras precisas,

pues un mal diseño del sistema de compensación Multinivel puede muy bien ocasionar que la empresa fracase o que una vez implementado éste tenga que sufrir múltiples adaptaciones que permitan alcanzar el objetivo de competitividad y rentabilidad de la empresa.

El plan de mercadotecnia de un sistema de compensación matricial 3 x 8 se representa en el cuadro 2, donde se exponen los porcentajes fijos que obtiene el distribuidor dependiendo del nivel en que se encuentre.

NIVEL O GENERACIÓN	NÚMERO DE DISTRIBUIDORES PATROCINADOS	COMISIÓN SOBRE EL VOLUMEN DEL GRUPO PERSONAL
1	El propio distribuidor.	
2	3	30%
3	9	15%
4	27	5%
5	81	4%
6	243	3%
7	729	2%
8	2187	1%

Cuadro 2: Sistema de compensación matricial.

C) Uninivel

Este sistema de funcionamiento permite patrocinar directamente a cuantos distribuidores se desee con un número ilimitado de niveles o generaciones, pero sin que dichos distribuidores tengan la posibilidad de independizarse. Este sistema se encuentra más relacionado con las ventas directas y no tanto con un sistema verdadero de Multinivel, sólo maneja bonos y cuotas fijas dentro de todos los niveles.

Dado el creciente desarrollo de la industria de Multinivel a nivel mundial, ya no es necesario que las empresas implementen nuevamente la rueda desarrollando su propio programa computarizado para llevar el control de su sistema de compensación, pues ya existen proveedores que se especializan en dichos programas y solamente se requiere realizar adaptaciones de acuerdo a las características de los productos, servicios, márgenes de utilidad deseados y capacidad financiera de la empresa.

4. LOS SISTEMAS DE COMPENSACIÓN MULTINIVEL DE CINCO EMPRESAS FUNCIONANDO ACTUALMENTE EN MÉXICO

Amway de México, S.A. de C.V.

Los puntos principales del Plan de Ventas y Mercadeo de *Amway* son:

- 1) La posibilidad de crear un negocio propio e independiente.
- 2) La calidad de los productos.
- 3) La atención directa.
- 4) Descuentos proporcionales al volumen de compras que representan ganancias para el distribuidor independiente.

" El ingreso de su negocio se basa en una acumulación mensual de puntos. A todos los productos se les asignan dos juegos de números: el Valor de Puntos (VP), que permanece constante, y el Volumen de Negocios (VN), una cifra mensual en nuevos pesos que puede cambiar con los ajustes en los precios de los productos. ... El valor de puntos total de todos los productos que se compran a *Amway* de México durante un mes en particular determina su descuento para ese mes ... Mientras mayor sea el VP mensual total, mayor será el porcentaje de descuento".¹⁴

¹⁴ Manual de Referencia para su Negocio. *Amway* de México, p. 4.

CUADRO DE PORCENTAJES DE DESCUENTO AMWAY

NIVEL	VP
21%	20,000
18%	13,500
15%	8,000
12%	4,800
9%	2,400
6%	1,200
3%	300

Por ejemplo, un distribuidor que patrocina a seis distribuidores nuevos y suponiendo que cada uno de estos obtiene 300 VP/ 411 VN por mes, entonces el ingreso de dicho distribuidor será, por un total de VP mensual de 2,100 y VN mensual de 2,877, el siguiente:

Descuento recibido (2,877 VN x 6%)	N\$ 172.62
Descuento pagado (411 VN x 3% x 6)	N\$ 73.98
Obtiene	N\$ 98.64
Margen sobre sus 411 VN	N\$ 123.30
Ingreso bruto mensual	N\$ 221.94
Ingreso bruto anual	N\$ 2,663.28

Omnitrition de México, S.A. de C.V.

El distribuidor independiente de *Omnitrition* puede vender al menudeo a aquellas personas con las que se ponga en contacto, ya sean amigos, familiares, vecinos o compañeros de trabajo. Una organización de ventas puede crecer hasta proporcionar ingresos de ventas directas al menudeo, además de gratificaciones.

Como distribuidor independiente su compra de productos es con descuento y su venta es a precio de menudeo. La diferencia entre el precio rebajado y el precio a la venta es su ganancia al menudeo. Las ventas al menudeo son la piedra angular de su negocio.

El distribuidor patrocina nuevos distribuidores para su organización personal, puede también tener ganancia del descuento sobre el volumen de ventas. Además puede ganar la diferencia entre el porcentaje del descuento de su distribuidor patrocinado y el de él mismo.

Mientras el distribuidor califica para mayorista y ayuda a nuevos distribuidores a desarrollarse, puede ganar hasta el 4% de regalías calculadas sobre el valor de regalías del volumen de ventas del nivel inferior, mediante tres generaciones de mayoristas totalmente calificados.

Como la organización del nivel inferior sigue creciendo y el mayorista patrocinador desarrolla habilidades personales y demuestra liderazgo mediante entrenamiento y supervisión organizacional ese mayorista podrá calificar para ciertas gratificaciones de hasta el 4% calculado sobre el valor de regalías del volumen de ventas de las generaciones adicionales de mayoristas totalmente calificados.

Omnitrition separa el 2% del volumen de ventas al menudeo nacional de la compañía que más tarde se distribuye entre los mayoristas totalmente calificados que lograron ciertos requerimientos de gratificaciones. Estas gratificaciones se premian como reconocimiento de los logros sobresalientes de las ventas al menudeo de productos de la compañía.

En el cuadro 3 se expone el sistema de compensación *Omnitrition*.

NIVEL	CALIFICACIONES	BENEFICIOS	COMISIONES DE REGALÍA
Distribuidor	- Solicitud de Distribuidor - Paquete de Patrocinio	- Venta de productos de la empresa - Derecho a ganar hasta el 15% de utilidad de mayoreo	
Mayorista de Bronce	- Volumen de ventas de 4,000 pv en un periodo de calendario	- Comprar de la compañía a un descuento de 40% de descuento - Ganar 5% a 20% de utilidad de mayoreo - Elegible para participar en bono de producción de 2%	- Con derecho a ganar hasta el 4% de un bono comisión de regalía en tres generaciones de Mayoristas calificados línea abajo.
Mayorista Plata	- Patrocinar tres Mayoristas de comisión activos de Primera generación y tener un mínimo de nueve Mayoristas de Segunda generación activos.	- Comprar de la compañía a un descuento de 40% de descuento - Ganar 5% a 20% de utilidad de mayoreo - Elegible para participar en bono de producción de 2%	- Con derecho a ganar hasta el 4% de un bono comisión de regalía en cuatro generaciones de Mayoristas calificados línea abajo.
Mayorista de Oro	- Patrocinar seis Mayoristas de comisión de regalía activos de Primera generación y tener un mínimo de 18 Mayoristas de Segunda generación activos.	- Comprar de la compañía a un descuento de 40% de descuento - Ganar 5% a 20% de utilidad de mayoreo - Elegible para participar en bono de producción de 2%	- Con derecho a ganar hasta el 4% de un bono comisión de regalía en cinco generaciones de Mayoristas calificados línea abajo.
Mayorista de Diamante	- Patrocinar nueve Mayoristas de comisión de regalía activos de Primera generación y tener mínimo 27 Mayoristas de Segunda generación activos.	- Comprar de la compañía a un descuento de 40% de descuento - Ganar 5% a 20% de utilidad de mayoreo - Elegible para participar en bono de producción de 2%	- Con derecho a ganar hasta el 4% de un bono comisión de regalía en seis generaciones de Mayoristas calificados línea abajo.

15

Cuadro 3: Plan de compensación *Omnitrition*.

¹⁵ Paquete de Patrocinio. *Omnitrition* de México. pp. 4-13.

En la siguiente tabla se muestra la escala móvil de *Omnitrition*:

VOLUMEN DE VENTAS	DESCUENTO
0 - 499	20%
500 - 999	25%
1,000 - 1,999	30% - 35%

También está disponible un 40% de descuento sólo para los mayoristas totalmente calificados y los mayoristas calificantes que hayan logrado un volumen de ventas de 4,000 PV mediante cualquier método de calificación.

Herbalife Internacional de México, S.A. de C.V.

La empresa de *Herbalife* hace un descuento automático del 25% en la compra de sus productos, los distribuidores tiene la posibilidad de alcanzar hasta un 50%.

Su escala móvil está representada en la siguiente tabla:

NIVEL	PAQUETES	PORCENTAJE	PUNTOS
Mayorista completamente calificado	50	50%	4000
Medio Mayorista	25	42%	2000
	10	40%	800
	5	30%	400
Recién ingresado		25%	

Las cuatro formas de obtener ingresos con Herbalife son:

1) Ventas al menudeo. Son las ventas al público, en las que el distribuidor gana desde el 25% al 50%.

- 2) Ventas al mayoreo. Son las ventas que hacen los distribuidores a sus distribuidores patrocinados y pueden ganar desde el 5% hasta el 25%.
- 3) Cheques de Regalías. La compañía paga a sus distribuidores el 5% del volumen de compras que hagan los mayoristas de tres niveles de la línea descendente de la red.
- 4) Bonos de Producción. Es cuando el distribuidor se convierte en mayorista completamente calificado, el cual tiene la oportunidad de recibir regalías del 5% de tres niveles de la línea descendente de su red, también pueden obtener un bono de producción del 6%, 4%, 2% en la línea descendente de su organización.¹⁶

Nanci Internacional de México, S.A. de C.V.

Hay nueve formas de ganancia con el Plan de compensación de esta empresa:

- 1) Descuentos de Ordenes Directas: recibe un descuento del 15% hasta el 40% de las compras que hace directamente de la compañía.
- 2) Ganancias al menudeo: el distribuidor puede aumentar sus ganancias por ventas al menudeo desde el 15% hasta el 40%.
- 3) Bonos que se basan en el volumen de grupo personal: Es decir gana hasta el 25% del volumen del grupo personal del distribuidor.
- 4) Bonos de dirección: Un embajador calificado, ganan el 5% del volumen del grupo personal de todos los embajadores hasta siete generaciones.
- 5) Bonos de la Conferencia anual de embajadores: Los embajadores calificados ganan una porción equivalente al 2% del volumen de ventas de la compañía reservada para cubrir los gastos del viaje y alojamiento para la conferencia anual de embajadores.
- 6) Bonos del presidente: una reserva especial mensual del 1 al 2% del volumen mensual de ventas para premiar las ventas y los esfuerzos extraordinarios de los embajadores calificados.

¹⁶ Cfr. Entrenamiento con los miembros del equipo de expansión nacional. *Herbalife* Internacional de México.

- 7) Bonos para automóviles: como embajador calificado de Bronce por tres meses consecutivos, un distribuidor puede comenzar a recibir una bonificación para un automóvil.
- 8) Bonos de Participación de ganancias para diamantes.
- 9) Bonos para pagar hipotecas.¹⁷

Starlight International, S.A . de C.V.

El plan de compensación de esta empresa ha sido diseñado para ofrecer una oportunidad con grandes posibilidades y con excelente remuneración económica para sus distribuidores. El plan ofrece beneficios económicos potenciales generados por ventas al menudeo de sus productos y por la creación de organizaciones de equipos de comercialización mediante patrocinios, entrenamientos, administración y liderando un equipo de distribuidores que a su vez venden al menudeo los productos de la compañía.

El crecimiento dentro de *Starlight* comienza con el nivel de estrella, luego asciende uno a productor, continúa a director, hasta ascender a nivel de gerente. El plan de incentivos de Liderazgo Estelar se exponen en el siguiente cuadro.

NIVEL	REQUISITOS
Estrella Plateada	- Desarrollar y mantener tres ramas que cumplan con los requisitos de Estrella - Mantener tres ramas activas
Estrella Dorada	-Desarrollar y mantener tres ramas que cumplan con los requisitos de Estrella
Estrella Esmeralda	- Desarrollar y mantener cinco ramas que cumplan con los requisitos de Estrella y un total de Estrellas
Estrella Diamante	- Desarrollar y mantener ocho ramas que cumplan con los requisitos de Estrella y un total de 15 Estrellas .

¹⁷ Cfr. Plan de compensación, pólizas y procedimientos. Nanci Internacional de México.

¹⁸ Manual de Introducción. *Starlight International*, pp. 5-11.

Como pudimos apreciar cada una de las compañías de Multinivel manejan un sistema de compensación adecuado a las características propias de la empresa, de sus productos y del mercado en el cual quieren incursionar. Para poder seleccionar el sistema de compensación más adecuado para cada compañía en particular se requiere de un buen estudio financiero y de mercadeo, pues recordemos que del sistema de compensación depende en gran parte el éxito de las empresas de Multinivel.

CAPITULO III

ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTINIVEL

CAPITULO III

ORGANIZACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTINIVEL

A lo largo de este tercer capítulo se conocerá el entorno legal de las empresas de Multinivel. Dentro del entorno jurídico se especificarán los requisitos que se deben cumplir para los derechos de marcas y patentes, así como el contenido de los contratos elaborados para los distribuidores independientes. Del entorno fiscal se dará una rápida visión de los impuestos a los que son sujetas las empresas de Multinivel en México. También se expondrá la estructura organizacional de estas empresas en particular.

1. ENTORNO LEGAL

Las sociedades que se dedican a la compra venta como representantes de alguna marca comercial, como regla general están constituidas como Sociedades Anónimas (S.A.), por lo que las empresas de Multinivel en México deben constituirse como tales.

La constitución de una Sociedad Anónima debe quedar plasmada en una escritura constitutiva, protocolarizada ante notario público y ser inscrita en el registro público de comercio, 15 días posteriores a la fecha de constitución.

Los estatutos sociales que deben hacer constar son los siguientes:

a) Los nombres, nacionalidad y domicilio de las personas físicas o morales que constituyen la sociedad.

- b) El objeto social.
- c) La razón social.
- d) Duración de la sociedad.
- e) El importe del capital social.
- f) La expresión de lo que cada socio aporta en dinero o en otros bienes, el valor atribuido a estos y el criterio seguido para su valoración.
- g) El domicilio de la sociedad.
- h) La manera como se administrará la sociedad y las facultades de cada uno de los administradores.
- i) El importe del fondo de reserva.
- j) Los casos en los que la sociedad se haya de disolver anticipadamente.
- k) Las bases para practicar la liquidación y la asignación de los liquidadores.
- l) La parte exhibida del capital social.
- m) El número, valor nominal y naturaleza de las acciones en que se divide el capital social.
- n) Vigilancia de la sociedad encomendada a un comisario.
- o) Ejercicios sociales e información financiera.

Así es como todas las sociedades mercantiles gozan de personalidad jurídica propia distinta de los sujetos que la integran. El código de comercio acoge a este respecto un sistema normativo, según el cual la personalidad jurídica deriva del cumplimiento de los requisitos antes mencionados que el propio código fija para la constitución de las sociedades.

El nacimiento de las sociedades estará precedido de la comprobación ante los órganos del poder público de la legalidad de la constitución y una vez logrado el registro solo mediante disolución y la liquidación propia de la sociedad podrá extinguirse la personalidad jurídica de ésta.

2. ENTORNO JURÍDICO

A) MARCAS REGISTRADAS

“La marca es la señal externa que es usada por un comerciante para distinguir los productos elaborados, vendidos o distribuidos por él, de una manera que el adquirente pueda cerciorarse de su procedencia y el comerciante quede a salvo de los efectos de la competencia desleal que le hicieron los que pretendiesen utilizar el prestigio y la solvencia de aquel, para colocar productos inferiores o no acreditados.”¹⁹

El valor de la marca registrada estriba en la contribución que efectúa al incremento de las ventas de la compañía. Las marcas registradas son derechos que pueden adquirirse, venderse o arrendarse. En caso de que las empresas de Multinivel adquieran una marca registrada, el valor de ésta será su precio de costo más todos los gastos que se hayan originado para su obtención legal.

Al adquirir una marca registrada se puede tener éxito entre los clientes, sin embargo, su costo no debe afectarse y se mantendrá su valor inicialmente registrado en la adquisición. En caso contrario, es decir, si la marca registrada adquirida no ha rendido los beneficios esperados se recomienda que su valor se amortice en forma acelerada o se cancele en su totalidad.

También puede darse el caso en que la marca registrada se haya creado internamente en la organización, de ser así, los gastos en los que la empresa de Multinivel haya incurrido, aquellos que corresponden a los gastos legales efectuados para la regularizar la situación jurídica y aquellos que se realizan con la intención de

¹⁹ Bauche Garcia Diego, Mario. “La Empresa”, p.16.

desarrollar su marca, se enfrentan a los resultados de operación del periodo; por lo que no son capitalizables.

Todos los desembolsos que se hagan para promover las marcas registradas, ya sea adquiridas externamente u originadas internamente, deberán registrarse como parte de los gastos de operación del periodo en que se efectúen y por ningún motivo puedan aumentar el valor inicial de las mismas.

La marca debe ir adherida al producto, como una señal de garantía que se ofrece a la clientela como indicación del nombre del artículo, de su procedencia respecto a la empresa, e indirectamente, de su calidad.

La Ley de Invenciones y Marcas reconoce que las marcas de productos se constituyen por signos que distinguen a los artículos o productos de otros de su misma especie o clase.

El derecho de uso exclusivo de una marca se obtiene mediante su registro en la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. Toda empresa de Multinivel que esté usando o quiera usar una marca para distinguir los artículos que fabrique o produzca, puede adquirir el derecho exclusivo a su uso satisfaciendo las formalidades y requisitos que establecen la Ley de Invenciones y Marcas y su reglamento.

La solicitud de registro de una marca se presentará por escrito, en ésta se hará constar el nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante, la ubicación de su establecimiento o del principal si tiene varios, así como la declaración de la fecha en que se empezó a usar la marca, la que no podrá ser modificada posteriormente, y los demás datos que prevenga el reglamento.

A la solicitud se acompañará la descripción de la marca, los ejemplares de la impresión, así como la especificación de los productos y servicios que protegerá.

La Ley de Propiedad Industrial en su art. 132 nos dice que los efectos del registro de una marca tendrán una vigencia de diez años a partir de la fecha legal. Este plazo será renovable indefinidamente por periodos de diez años de reunirse los requisitos establecidos por la presente ley, su reglamento y demás disposiciones aplicables.

La marca debe usarse tal y como fue registrada. Su uso en forma distinta traerá como consecuencia la extinción del registro, previa la declaratoria correspondiente. Toda modificación será motivo de una nueva solicitud de registro salvo que ella se refiera a las dimensiones o a la materia en la cual esté impresa, grabada o reproducida la marca.

Los productos nacionales protegidos por marcas registradas en México deberán llevar ostensiblemente la leyenda marca registrada, su abreviatura marc. reg., o las siglas M.R. La omisión de dicha leyenda no afectará la validez de la marca, sin embargo, mientras la omisión subsista no podrá ejercitarse ninguna acción civil o penal.

Los productos nacionales en los que se utilicen marcas registradas o no, deberán ostentar en forma clara y visible la leyenda Hecho en México.

Los distribuidores independientes deberán conocer que cada una de las compañías a las que pertenecen tiene derechos exclusivos sobre las marcas de fábrica, nombres de identificación, emblemas, logotipo, diseños y toda otra propiedad industrial e intelectual usados por la empresa en asociación con sus productos.

Por ejemplo, la empresa de Multinivel de *Amway* especifica a sus vendedores independientes registrados que:

- 1) Deberán indicar siempre, que *Amway Corporation* es el dueño de las marcas.
- 2) No deberán decir que ellos poseen las marcas o tienen derecho a usarlas en otra forma que no sea como distribuidor independiente de *Amway*.

Los distribuidores independientes podrán usar publicaciones oficiales de su compañía solamente con el objeto de desarrollar su negocio personal como distribuidores independientes.²⁰

La empresa de *Omnitrition* también se reserva los derechos exclusivos de su marca y aclara en su reglamento que el nombre de *Omnitrition* y los nombres de todos los productos de *Omnitrition* son marcas legalmente registradas por *Omnitrition International, Inc.*; y que sólo la citada empresa está autorizada para producir y comercializar productos y literatura bajo esas marcas registradas. También especifica que está prohibido el uso del nombre de *Omnitrition* en cualquier artículo que no sea producido por *Omnitrition* sin su expreso consentimiento por escrito.

Los distribuidores independientes tampoco tienen derecho a usar la razón social de la empresa o de sus marcas registradas en sus cuentas de cheques personales o de sus negocios. No obstante, los distribuidores independientes pueden usar la razón social de *Omnitrition* para anunciar sus teléfonos o faxes en el directorio telefónico blanco o en la sección amarilla, especificando claramente que la empresa dio previamente su consentimiento.

²⁰ Manual de Referencia para su Negocio. *Amway* de México, p.22.

B) PATENTES

La patente es la posición jurídica que se atribuye a una persona en virtud de un acto administrativo y cuyo contenido esencial consiste en el derecho a explotar con carácter exclusivo, durante cierto tiempo, una invención industrial determinada. "De acuerdo a la Ley de Propiedad Industrial Mexicana, una patente es un derecho otorgado por el gobierno federal para hacer uso exclusivo de un proceso o manufactura o para vender un invento durante un periodo de quince años".²¹

Legalmente esta plazo no puede renovarse, sin embargo, al término de este plazo se le hacen algunas modificaciones al diseño original y se presenta como un nuevo producto.

En la solicitud de patente se hará constar:

- 1) El nombre del solicitante y del inventor,
- 2) Su nacionalidad y domicilio,
- 3) La denominación que se le de a la invención,
- 4) La clase de invención y los demás datos que prevengan la ley y su reglamento, a la solicitud deberán acompañarse la descripción clara y completa de la invención.

Sólo aquellas empresas de Multinivel que tengan un departamento exclusivo para las innovaciones de sus productos son aquellas que requieren solicitar sus patentes. Este hecho se da casi exclusivamente en aquellas compañías que se dedican a investigar sobre los procedimientos de obtención de mezclas de productos químicos, los procedimientos industriales de obtención de aleaciones y los procedimientos industriales de obtención, modificación o aplicación de productos o mezclas de productos químicos, farmacéuticos, medicamentos, bebidas y alimentos para uso humano o animal, fertilizantes, herbicidas y fungicidas.

²¹ Guajardo, Gerardo. "Contabilidad", p.408.

En el caso en que una empresa de Multinivel desarrolle un nuevo producto y registre la patente, el costo de ésta incluirá sólo los costos legales y otros costos relacionados con el proceso legal de obtención de la patente sobre el producto desarrollado. Los gastos de investigación y desarrollo efectuados por la compañía para desarrollar un nuevo producto no se asignan al costo de la patente porque dichos costos se enfrentan a resultados en el periodo en que se incurren.

Una patente tiene valor sólo si la protección otorgada por el gobierno con respecto a la competencia se utiliza para una reducción de costos de manufactura o en la obtención de un mayor precio de venta del producto.

Si la patente se adquiere externamente, el costo de la misma se integra por el precio de compra más todas las erogaciones efectuadas para concretar la transacción.

Normalmente la vida económica de una patente es un poco más corta que el periodo de exclusividad de uso, que son 15 años, concedido por ley. Por tanto, la amortización de este activo intangible debe hacerse de acuerdo con el potencial de servicio de la patente.

La existencia de una patente no significa protección automática contra el uso ilegal por parte de otras personas o empresas. Por tanto, las empresas de Multinivel propietarias de patentes deben efectuar algunos gastos para garantizar el derecho exclusivo que tienen sobre su propio invento. Este gasto incrementa el valor inicial considerado en el registro contable de la patente; la amortización de la patente tiene como base el plazo de que se disfruta para explotar la patente o el periodo que representa realmente su vida útil.

Hay ocasiones en que la patente tiene una vida útil inferior a la inicialmente considerada debido a que se registran nuevas patentes que amparan productos de

mayor calidad, más avanzada tecnología o mejor presentación. En estos casos, el valor de la patente debe cancelarse y su faltante total por amortizar debe llevarse a gastos de operación del periodo.

C) Contrato

El contrato es la fuente por excelencia de las obligaciones mercantiles. En general, las empresas de Multinivel requieren que se llenen y presenten algunas formas para los distribuidores independientes, con el fin de obtener la información necesaria para que los distribuidores realicen un sistema de servicio y apoyo eficaz.

La información solicitada en un contrato para distribuidores independientes, es la siguiente:

- El nombre del distribuidor, es decir, el nombre completo, apellido paterno, materno y nombres.
- El domicilio, calle, colonia, código postal, y la población.
- La ciudad y el estado en el que radica el distribuidor.
- El número telefónico de su casa.
- El número telefónico de su trabajo.
- El número de fax.
- La fecha de nacimiento.
- La firma del solicitante. El contrato debe estar firmado, ya que la firma certifica que toda la información de la forma es precisa y completa, y que el solicitante ha leído y entendido la información del contrato del distribuidor y las reglas y reglamentos incluidos como parte del paquete de patrocinio.
- La identificación del patrocinador, que es uno de los datos que distinguen a los contratos de distribuidores de las empresas de Multinivel.
- El nombre completo del patrocinador, tal y como está en la solicitud presentada a la empresa.

- El número telefónico del patrocinador.
- El número de identificación del primer mayorista, su nombre y número telefónico.

La importancia del patrocinador dentro de la información requerida en el contrato de los distribuidores se debe a que el patrocinador es aquella persona que primero le plantea el negocio y la oportunidad al nuevo distribuidor, es así como conocemos la línea ascendente de tal persona.

Cada distribuidor se convierte en un contratista independiente, por lo que nunca será considerado como representante, agente o empleado y/o franquiciado de una empresa de Multinivel. Cada distribuidor es responsable de obtener los permisos y licencias requeridas, así como de cada uno de los gastos en que incurra por la operación de su propia distribución.

Un distribuidor deberá haber cumplido la mayoría de edad para ser elegible como tal en cualquier empresa de Multinivel. En el contrato el distribuidor acepta que sus ingresos consistirán exclusivamente en las comisiones que se devenguen derivadas de las ventas personales que realice.

El contrato de distribución se regirá por lo establecido en el código de comercio de los Estados Unidos Mexicanos.

En nuestro país, todos los distribuidores independientes de las empresas de Multinivel deben contar con su cédula de identificación fiscal, Registro Federal de Contribuyentes; deben registrarse como Persona Física con Actividad Empresarial del Régimen General de Ley o Régimen Simplificado, así como del impuesto al activo de personas físicas y al impuesto al valor agregado.

Para facilitar el cumplimiento fiscal y facturación de sus distribuidores, algunas empresas de Multinivel han organizado asociaciones de distribuidores, para que a través de éstas se facture a la empresa el pago de las comisiones que les pagan las empresas de Multinivel a sus distribuidores.

Las pautas se exponen a continuación forman parte del contrato entre *Starlight International*, S.A. y sus distribuidores:

“Ningún distribuidor de *Starlight International*, S.A. podrá producir, utilizar o distribuir ninguna información relativa a los contenidos, características y/o propiedades de los productos *Starlight* que no hayan sido proporcionados directamente por la compañía. Ningún distribuidor podrá producir, vender y/o reproducir ninguna información relativa al Plan de Compensaciones ni se podrá, utilizar ejemplos hipotéticos haciendo referencia al potencial de ingresos que no puedan ser documentados como realistas y precisos. Cualquier ejemplo realista y preciso sobre el potencial de ingresos deberá ser acompañado por una aseveración de que las ganancias promedio o individuales dependen únicamente del esfuerzo promedio y/o localización geográfica.

Ningún distribuidor podrá utilizar el nombre de *Starlight* ni sus marcas registradas como parte del nombre de su propia distribución, ya sea individual, en sociedad o corporación ni dar a entender que es un agente, representante o empleado de la empresa.

El único uso autorizado del nombre de la empresa por un distribuidor es indentificándose como un distribuidor independiente. Todas las tarjetas de presentación, papales membretados, letreros, materiales publicitarios y de promoción utilizados por el distribuidor deben brindar una identificación

inmediata como distribuidor independiente de la empresa de Multinivel de que se trate.”²²

En el **anexo 1** se muestra un contrato de distribuidores de una empresa de Multinivel.

3. ENTORNO FISCAL

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su art. 31 fracc. IV la obligación de que todos los mexicanos deben contribuir al gasto público, tanto de la federación como de los estados y municipios, en que residan, de una manera proporcional y equitativa según supongan las leyes respectivas.

Como reglamentación de dicho artículo se encuentra el Código Fiscal de la Federación (C.F.F.) que contiene las bases, obligaciones, facultades y conceptos a que deben sujetarse los contribuyentes para cumplir con la obligación mencionada en el párrafo anterior.

Le corresponde a los contribuyentes determinar las contribuciones a su cargo, salvo disposición expresa de lo contrario, y éstas se pagan en la fecha o dentro del plazo señalado en las disposiciones respectivas. Cuando las disposiciones fiscales establezcan opciones a los contribuyentes para el cumplimiento de sus obligaciones fiscales o para determinar las contribuciones a su cargo, la elegida deberá prevalecer durante el mismo ejercicio fiscal.

Es obligación de los contribuyentes solicitar su inscripción en el Registro Federal de Contribuyentes (R.F.C.) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la cual

²² Manual de Introducción. *Starlight International*, pp. 24.

tratándose de sociedades mercantiles, tal y como lo son las empresas de Multinivel, señalarán el nombre de la persona a la que se haya conferido la administración única, dirección general o gerencia general. Así mismos presentarán avisos en su caso de:

- a) Cambio de nombre o razón social.
- b) Cambio de domicilio fiscal.
- c) Aumento o disminución de obligaciones, suspensión o reanudación de actividades.
- d) Liquidaciones.
- e) Cancelación del R.F.C.
- f) Cambio del régimen de capital social.
- g) Cambio de representación legal.

Teniendo un mes a partir de que se firme el acta constitutiva, o de que ocurra cualquiera de los conceptos anteriores.

La contabilidad o registros contables que deban llevar las empresas de Multinivel podrán ser mediante los instrumentos, recursos y sistemas de registro y procesamiento que mejor convenga a las características particulares de su actividad. La mayoría de estas empresas tienen sistemas de cómputo diseñados especialmente para su organización con los cuales pueden tener un estricto control sobre las compensaciones de sus distribuidores y de cada una de las operaciones de la entidad. Sin importar el sistema que se utilice todos los registros deberán satisfacer como mínimo los siguientes requisitos:

- 1) Identificar cada operación o actividad o acto y sus características relacionándolas con la documentación comprobatoria, de tal forma que aquellos puedan identificarse con las distintas contribuciones y tasas incluyendo las actividades liberadas del pago por la ley.

2) Identificar las inversiones realizadas con la documentación comprobatoria de tal forma que pueda precisarse la fecha de adquisición del bien o en que se efectuó la inversión, su descripción, el monto original de ésta y el importe de la deducción anual.

3) Relacionar cada operación, acto o actividad con los saldos que den como resultado las cifras finales de las cuentas.

4) Formular los estados financieros.

5) Relacionar los Estados de Posición Financiera con las cuentas de cada operación.

6) Asegurar el registro total de operaciones, actos o actividades y garantizar que se asienten correctamente mediante los sistemas de control internos y verificación necesarios.

7) Identificar las contribuciones que se deben cancelar o descontar en virtud de devoluciones que se otorguen conforme a las disposiciones fiscales.

Los comprobantes que extiendan las empresas de Multinivel, como sociedades mercantiles, por cualquier acto o actividad deberán contener los siguientes requisitos:

- a) Contener impreso el nombre, denominación o razón social, domicilio fiscal y clave del R.F.C. de la empresa.
- b) Contener impreso el número de folio.
- c) Lugar y fecha de expedición.
- d) R.F.C. de la persona a favor de quien se expida.
- e) Cantidad y clase de mercancía o descripción del servicio.

f) Valor unitario e importe total en número y letra, así como los impuestos que deban trasladarse.

A) Impuesto sobre la renta

Las personas morales son sujetos de impuesto sobre la renta respecto a todos los ingresos, cualquiera que sea su ubicación de la fuente de ingresos de donde procedan cuando sean residentes en México.

Es por esto que las empresas de Multinivel efectúan pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto anual del ejercicio, el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago.

El momento de acumulación de las percepciones de los ingresos, tratándose de enajenaciones o prestaciones de servicio, se dará cuando suceda cualquiera de los siguientes supuestos:

- 1) se expida el comprobante que ampare el precio o la contraprestación pactada,
- 2) se envíe o se entregue materialmente el bien o se preste el servicio,
- 3) se cobre o sea exigible total o parcialmente el precio del bien o la contraprestación pactada, aún cuando provenga de anticipos.

Las personas morales residentes en el país acumularán la totalidad de los ingresos, tanto en efectivo como en bienes, en servicios o cualquier otro tipo que obtenga en el ejercicio, así como la ganancia inflacionaria derivada de la disminución real de sus deudas.

Las empresas de Multinivel podrán efectuar las deducciones autorizadas, que a continuación se mencionan:

- a) devoluciones, descuentos y bonificaciones que se hagan,

- b) las compras o adquisiciones de mercancía utilizadas para enajenarlas o para la prestación de un servicio,
- c) los gastos incurridos propios de la actividad,
- d) los inversiones,
- e) los créditos incobrables,
- f) intereses y pérdida inflacionaria.

Siempre y cuando y se demuestre la necesidad de éstas para la realización de la actividad de la empresa.

Cuando se tienen ingresos por una actividad empresarial se está sujeto a una serie de obligaciones a las que se debe dar cumplimiento de acuerdo a lo señalado por la propia ley del impuesto sobre la renta, como lo son:

- 1) Llevar libros de registros contables de acuerdo al art. 58 del C.F.F.
- 2) Expedir comprobantes y conservar copia de ellos.
- 3) Registro de inversiones.
- 4) Registro de acciones adquiridas.
- 5) Registro de utilidades por cada ejercicio.
- 6) Formular estados financieros.
- 7) Presentar declaraciones anuales de:
 - clientes y proveedores,
 - sueldos y salarios,
 - retenciones y dividendos.²³

B) Impuestos retenidos

Una de las ventajas de las empresas de Multinivel como se mencionó en el primer capítulo es el tener poco personal contratado, por lo que su carga tributaria para los sueldos y salarios es relativamente baja. Cuando la empresa realiza pagos a sus

²³ Ley del Impuesto sobre la Renta. Themis, 1995.

trabajadores por un servicio personal subordinado, como son los obtenidos por salarios, ayudas o compensaciones para renta de casa, transporte, alimentación o despensas, o cualquier otro concepto y demás prestaciones que se deriven de una relación de trabajo, incluyendo la participación de utilidades y las indemnizaciones percibidas como consecuencia de la terminación de la relación laboral, están obligados a efectuar retenciones y enterarlos mensualmente, los que tendrán el carácter de pagos provisionales a más tardar el 17 de cada mes.

La empresa también está obligada a inscribir a su personal administrativo en el Seguro Social y pagar las cuotas correspondientes al INFONAVIT y SAR.

No se consideran ingresos en bienes a los trabajadores, los servicios de comida proporcionados mediante una cuota simbólica así como del uso de bienes que la empresa proporcione a los trabajadores para el desempeño de las actividades propias de éstos y que estén de acuerdo a con la naturaleza del trabajo prestado.

C) Impuesto al valor agregado

Están obligados al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta ley, las personas morales que en el territorio nacional realicen los siguientes actos o actividades:

- 1) enajenación de bienes,
- 2) prestación de servicios;

por lo que las empresas de Multinivel quedan registradas bajo este impuesto.

Estas compañías deben considerar como momento de la enajenación de los bienes cuando se realicen cualquiera de los siguientes supuestos:

- 1) se envíe la mercancía al adquiriente,
- 2) se pague total o parcialmente el precio,

3) se expida el comprobante que ampare la enajenación.

Las obligaciones de los contribuyentes sujetos a este impuesto serán entre otras:

- a) Llevar contabilidad, y efectuar conforme esta ley, la separación de los actos o actividades de las operaciones por las que deba pagarse el impuesto por las distintas tasas, de aquellos por los cuales no se efectúe el pago.
- b) Presentar ante las oficinas autorizadas las declaraciones provisionales y la declaración anual, señaladas por esta ley.
- c) Expedir comprobantes cumpliendo los requisitos del art. 29 y 29-A de C.F.F., además de señalar la traslación expresa del I.V.A. a quien adquiera el bien o reciba el servicio.
- d) Tratándose de operaciones con el público en general, el importe del impuesto al valor agregado deberá ir incluido en la totalidad del precio o contraprestación pactada.²⁴

D) Impuesto al activo

Se consideran sujetos del impuesto al activo las personas morales residentes en México por el activo que tengan, cualquiera que sea su ubicación. La empresa de Multinivel determinará el impuesto del ejercicio fiscal aplicando al valor de sus activos actualizados en el ejercicio la tasa 1.8%.

La empresa efectuará pagos provisionales mensuales a cuenta del impuesto anual del ejercicio, enterándolos a más tardar el día 17 del mes inmediato posterior a aquél al que corresponda el pago. Además deberán presentar la declaración anual conjuntamente con la declaración del impuesto sobre la renta, determinando el impuesto del ejercicio dentro de los tres meses siguientes a la fecha que termina éste.²⁵

²⁴ Ley del Impuesto al Valor Agregado. Themis, 1995.

²⁵ Ley del Impuesto al Activo. Themis, 1995.

4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

A) Organigrama

Las empresas se forman por la agrupación de personas y recursos en órganos. La estructura organizacional constituye este agrupamiento de personas u órganos de acuerdo con sus funciones o especialidades, es decir, agrupando especialistas, que puedan trabajar en conjunto.

En una empresa de Multinivel el organigrama puede estructurarse como se presenta en el **anexo 2**.

B) Principales funciones por departamento

Director General

El Director General realizará mensualmente juntas con los jefes de departamentos y autorizará los presupuestos anuales presentados por cada uno de ellos. Mantendrá una estrecha comunicación con el contralor, quien debe ser de su entera confianza y respaldará todas las transacciones financieras junto con el consejo de accionistas. Asimismo, deberá aprobar las propuestas de nuevos productos o cambios en el sistema de compensación o de mercadotecnia propio de la empresa. Deberá realizar juntas periódicas con el personal administrativo para fomentar el seguimiento de los objetivos principales de la empresa, sin perder de vista la misión particular de la empresa.

Además, autorizará y firmará todos los cheques emitidos por la empresa. Es importante que todos los cheques de comisiones sean firmados por él, ya que este

hecho es un verdadero motivador para los distribuidores independientes de la compañía, al mismo tiempo que representa una medida de seguridad y control para de la empresa.

También deberá participar en las convenciones anuales organizadas por el departamento de eventos, en donde tendrá un contacto directo con sus distribuidores de mayor éxito; y de ser posible asistir a las reuniones de reclutamiento en las que se manifiesta que lo importante de las empresas de Multinivel es que, sólo se triunfa si ayudas a otros a triunfar.

Tomará las decisiones pertinentes para administrar adecuadamente los recursos de la empresa, aprovechando al máximo cada uno de ellos, logrando así su óptima utilización. El director de una empresa de Multinivel no sólo debe involucrarse con la compañía, sino realmente estar comprometida con ella.

Contraloría

Las funciones realizadas por el contralor dentro de una empresa de Multinivel son de suma importancia, dentro de las cuales podemos resaltar, las siguientes:

- Instalar y supervisar todos los registros contables de la empresa.
- Preparar e interpretar los estados financieros y los reportes emitidos.
- Realizar una auditoría continua de todos los registros y cuentas.
- Preparar y presentar las declaraciones y supervisar todos los asuntos que se refieran a impuestos.
- Elaborar junto con los jefes de departamentos un presupuesto anual que cubra las actividades de la empresa para someterlo al Director General.
- Iniciar, preparar y expedir prácticas y estándares relativas a todos los asuntos contables y procedimientos y a la coordinación de sistemas a través de la empresa, incluyendo métodos de oficina, registros y reportes.

- Mantener el registro adecuado de erogaciones autorizadas y la determinación de que todas las sumas gastadas estén adecuadamente aplicadas.
- Asegurarse que las transacciones financieras estén respaldadas por acuerdos del Consejo de Accionistas o del Director General.
- Mantener registros adecuados de todos los contratos que lleve al cabo la empresa.
- Aprobar para pago y/o contrafirma todos los cheques, pagarés, letras y otros documentos negociables de la compañía, que hayan sido firmados por el tesorero.
- Revisar las órdenes para retiro de acciones de las bóvedas de la compañía y determinar que tales retiros se hagan de conformidad con los estatutos y/o reglamentos internos de la empresa.
- Preparar y aprobar los reglamentos o prácticas estándares requeridas para asegurar el cumplimiento de las leyes y reglamentos en vigor.

Tesorería

Las principales funciones del tesorero será el tener un control sobre los desembolsos e ingresos de efectivo, elaborar conciliaciones de cuentas bancarias en forma regular y vigilar el depósito diario e íntegro del efectivo.

Además debe actualizar periódicamente el programa de pago para los empleados de la empresa y supervisar las erogaciones efectuadas por concepto de las compensaciones de los distribuidores, manteniendo una continua comunicación con todos los departamentos, especialmente con el de ventas, comisiones y compras.

Compras

El departamento de compras refleja su importancia al mantener un estricto control de calidad sobre los productos que adquiere, observando se encuentren en buenas condiciones de acuerdo a los estándares de calidad establecidos. Este tipo de

empresas debe elaborar contratos con proveedores exclusivos de productos de Multinivel, o en su caso encargarse de realizar sus operaciones con empresas manufactureras filiales de la compañía de Multinivel.

Debemos recordar que una de las principales diferencias que tienen estas empresas en comparación con las empresas tradicionales es el tener una gran rotación de inventarios por la rapidez en que sus productos son distribuidos, gracias al mercadeo por Multiniveles, por lo que los inventarios no deben representar un costo para la empresa.

Contabilidad

En este departamento se llevan al cabo las siguientes funciones:

- Elaborar los estados financieros que contengan información veraz y oportuna involucrando todas las operaciones realizadas durante el periodo señalado en los estados financieros.
- Registrar todas las operaciones de la empresa, las cuales deben de estar respaldadas por la documentación que las ampare.
- Conciliar saldos de contabilidad con información auxiliar.

Este departamento deberá estar apoyado por un asesor fiscal, quien se encargará de todos los trámites y cálculos respecto a la materia de impuestos.

Departamento de Sistemas

Una de los principales funciones dentro de las empresas de Multinivel es el control del procesamiento de datos, ya que el adecuado desarrollo de las operaciones depende básicamente de un buen sistema integral de cómputo.

Todas las operaciones de la empresa se verán reflejadas en la base de datos central, por lo que una de las tareas de este departamento es darle un mantenimiento adecuado al equipo de cómputo y a la red del sistema; así como asesorar a los diferentes departamentos en el momento que lo soliciten.

También deberán estudiar o crear nuevos paquetes de software para optimizar el funcionamiento interno de la empresa.

Ventas

Este departamento es de gran peso dentro de la empresa de Multinivel, ya que, al igual que toda empresa, busca el máximo de ingresos por el volumen de ventas. Debe comprobar que las ventas representen transacciones efectivamente realizadas a los distribuidores independientes, verificando que hayan sido facturadas oportunamente.

Otra de sus funciones es la de controlar las existencias de los productos para poder cubrir adecuada y oportunamente tanto a los distribuidores independientes como a los diferentes centros de distribución que tenga la empresa de Multinivel.

Este departamento recibirá los pedidos de los distribuidores independientes, ya sea personalmente, por teléfono, por correo o vía fax, y estará encargado de los movimientos necesarios para el embarque de los productos.

También, debe realizar comparaciones de cifras presupuestadas y reales y verificar que los impuestos relacionados con los ingresos hayan sido debidamente causados.

Comisiones

En las empresas de Multinivel existe un departamento especial encargado del registro de las compensaciones, regalías y bonos en el cual se contabilizan los puntos de cada uno de los distribuidores independientes, controlando las comisiones que recibirán por su propio esfuerzo.

Debe de haber personal encargado de emitir los cheques que le corresponden al distribuidor, y otros de elaborar los estados de cuenta de cada uno de estos. Aquí, también deberán estudiar el plan de compensación ofrecido por la empresa y proponer adecuaciones a éste, de ser necesario.

En algunas empresas de Multinivel, en este departamento también se encargan de llevar los aspectos financieros, legales y fiscales de cada uno de los distribuidores. Esta función se ofrece como un servicio extra a los distribuidores para facilitarles el manejo de cuestiones fiscales.

El manejo de datos es tan grande que este departamento utiliza un sistema de cómputo independiente al de la empresa en general.

Proyectos de comercialización

Este departamento está dividido en Comercialización Nacional e Internacional y su justificación y funciones se irán presentando en la medida en que la empresa se desarrolle.

Debido al rápido crecimiento que se puede generar por el tipo de mercadeo que se lleva a cabo en estas empresas no se debe de perder de vista las grandes oportunidades de expansión que se tiene a nivel internacional.

Otra de sus funciones de este departamento será el conocer y estudiar los aspectos legales que intervienen en la introducción de los productos y forma de mercadeo por Multinivel de los proyectos, analizando las ventajas y desventajas que ofrecen a la empresa.

Mercadotecnia

Las principales funciones de este departamento son las siguientes:

- Edición del boletín informativo de la compañía.
- Edición de los videos como material de apoyo para las ventas.
- Elaboración de folletos o papelería destinada a los distribuidores, como apoyo para sus ventas y distribución de los productos.
- Diseño de etiquetas y slogan para los productos.
- Presentación y creación de imagen para los nuevos productos.
- Análisis del plan de mercadeo de la empresa.

Cabe recordar que en las empresas de Multinivel no es necesario un departamento especial para la publicidad de sus productos a través de medios masivos, ya que la mejor publicidad para estas empresas es aquella que se da de boca en boca de sus distribuidores satisfechos tanto del producto, como por tener la oportunidad de participar en una empresa de Multinivel.

Recursos Humanos

Este departamento está encargado de realizar las siguientes actividades:

- Reclutamiento y selección de personal.
- Contratación del personal.
- Preparar informes de asistencia.
- Registro, informes y control de nóminas.

- Promoción y evaluación del personal.

También deberá organizar programas de capacitación y actualización del personal administrativo, para lograr ser más eficientes y competitivos a nivel empresarial.

Atención a Distribuidores

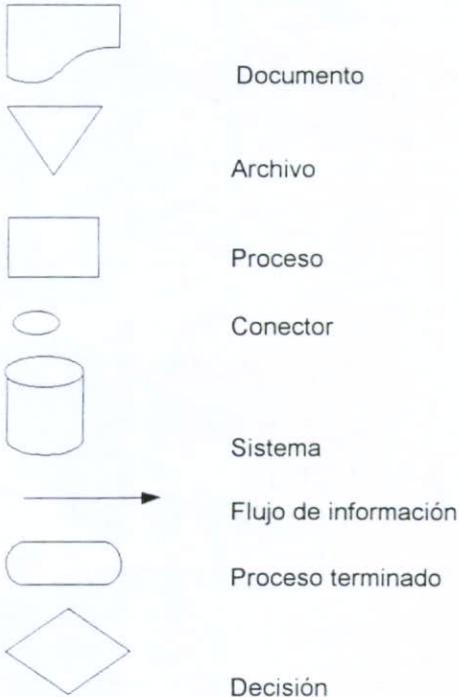
Este departamento tiene un gran peso dentro de la empresa de Multinivel, por lo que debería estar dividido en las siguientes funciones:

- Eventos. Esta área estará encargada de todos los eventos que se realizan por parte de la compañía, como lo son la convención anual y las juntas de reclutamiento o para presentar un producto nuevo.
- Información. Cualquier duda que tenga el distribuidor deberá ser resuelta en este departamento, ya sea del producto, del plan de mercadeo o del plan de compensación, y fomentar la filosofía y código de ética de la propia empresa.
- Relaciones Públicas. Se encargarán de proporcionar a los distribuidores la información más relevante, invitarlos a los diferentes eventos y ofrecerles nuevas oportunidades por el crecimiento de su red. Además, tendrá que llevar a cabo una de las tareas más significativas dentro de las empresas de Multinivel, es decir, el entrenamiento de la fuerza de ventas.²⁶

²⁶ L.C.P. Salvador Ramirez. Ex-tesorero de Omnitrition de México, S.A. de C.V., entrevista realizada por Luisa Noemí Arias Álvarez el 9 de Septiembre de 1995.

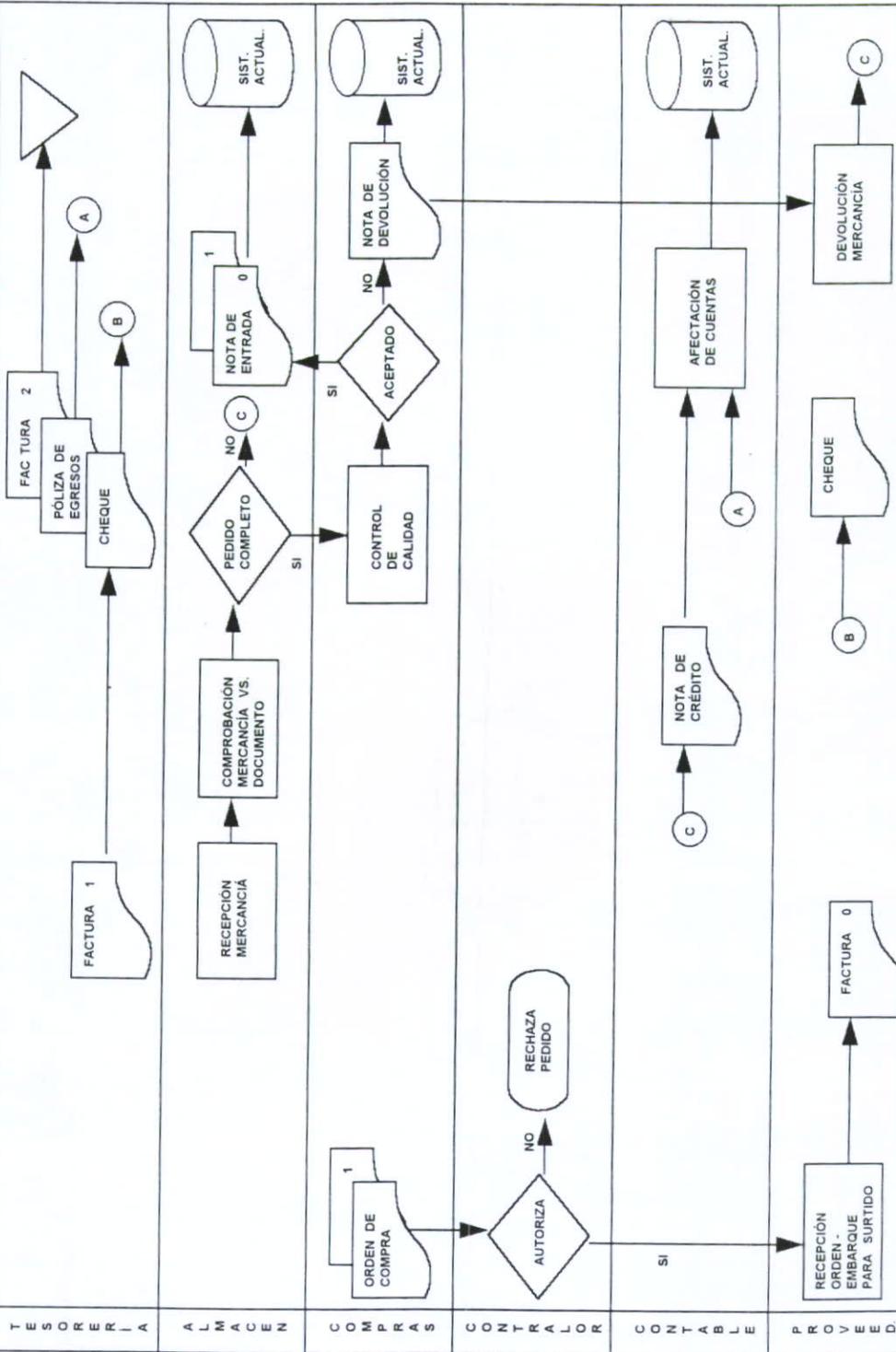
B) Flujograma de las principales operaciones

Para la elaboración de los flujogramas se utilizó la siguiente simbología:

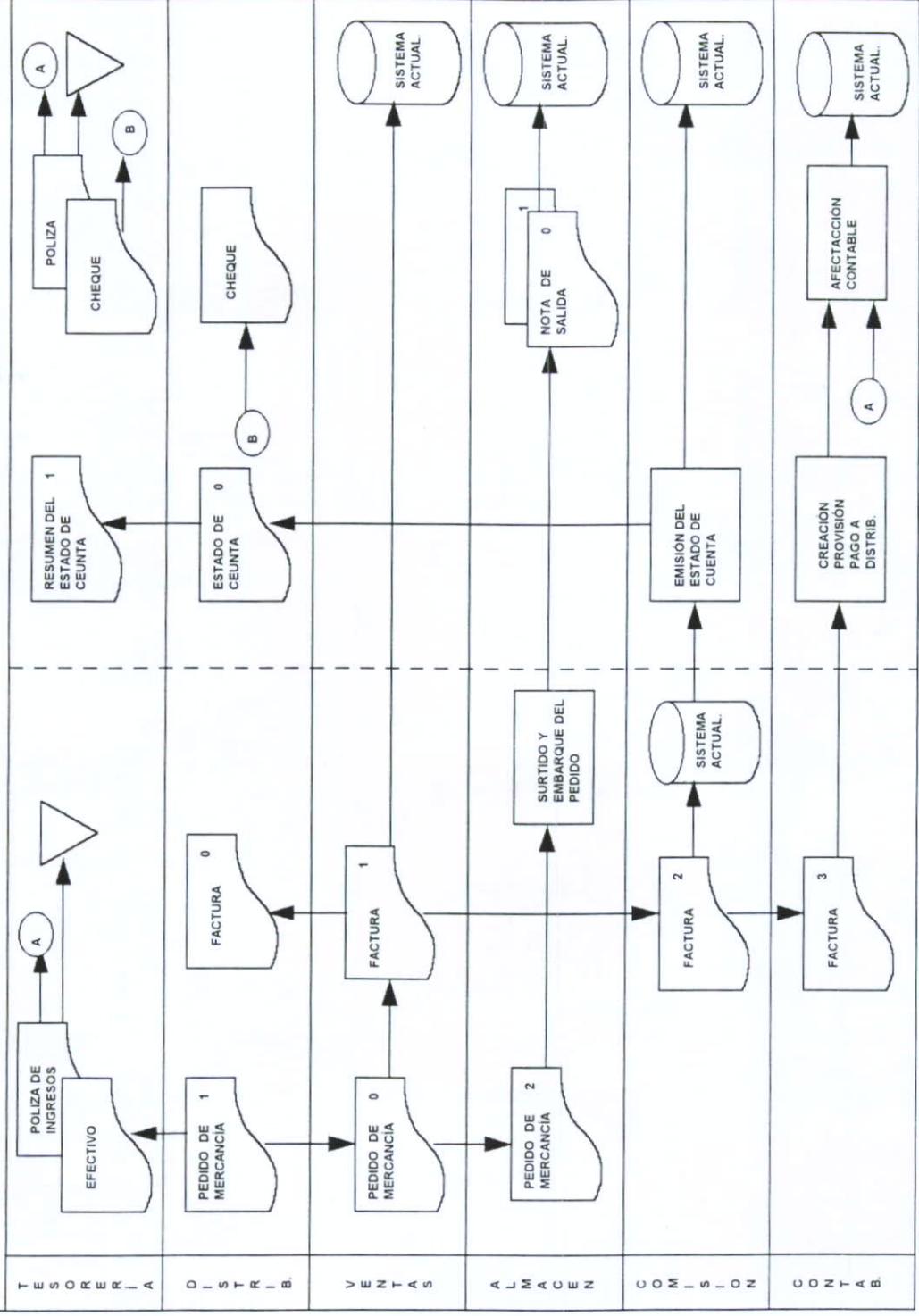


Los flujogramas de compras, ventas y el pago de las comisiones a los distribuidores independientes se presentan a continuación.

FLUJOGRAMA DE COMPRAS



FLUJOGRAMA DE VENTAS - COMPENSACIONES



CAPITULO IV

SISTEMAS DE CONTROL

CAPITULO IV

SISTEMAS DE CONTROL

En este capítulo se expondrán el manual de políticas de control interno por departamento y el manual de políticas y procedimientos contables por rubros de los estados financieros. También se muestra un catálogo de cuentas con su instructivo para conocer las principales operaciones de las empresas de Multinivel. Por último se presentan los formatos de los estados financieros que debe presentar la compañía para tener un mayor control de sus derechos y obligaciones.

A. MANUAL DE POLÍTICAS DE CONTROL INTERNO POR DEPARTAMENTO

1) Tesorería

1.1 Todos los cheques deberán ser firmados mancomunadamente, por el Director General y el tesorero, a falta de alguno de ellos, el contralor podrá firmar en sustitución.

1.2 Está prohibida la firma de cheques en blanco y sin la debida documentación que ampare el monto de la operación. Todos los cheques que se emitan deberán ser nominativos.

1.3 La factura de compra debe acompañarse de la orden de compra previamente autorizada por el encargado del departamento de compras y por el Director General.

1.4 Al realizar el pago de una factura o comprobante de gastos deberá ponerse un sello con la leyenda de " pagado" para evitar la duplicidad de pago.

1.5 El tesorero estará a cargo de la custodia de las chequeras las cuales deberán de guardarse en lugar seguro bajo llave.

1.6 Todo cheque cancelado deberá de procesarse como cancelado en contabilidad y ser registrado y archivado junto con la póliza de egresos correspondiente.

2) Compras

2.1 El proceso de compras se inicia con base a órdenes de compras aprobadas por el contralor.

2.2 Las compras de productos se harán únicamente con los proveedores con los que se haya firmado un contrato de exclusividad o en su caso con empresas manufactureras filiales a la empresa de Multinivel. Periódicamente debe verificarse que los proveedores cumplan con las cláusulas de exclusividad establecidas en el contrato.

2.3 Las facturas deben ser pagadas a la fecha de su vencimiento, en caso de devolución o faltantes de mercancía se deberá respaldar la operación con una nota de crédito emitida por el proveedor, además de ser reportada oportunamente.

2.4 Deberá mantenerse un inventario suficiente para satisfacer la demanda de los distribuidores de acuerdo al pronóstico de ventas.

3) Contabilidad

3.1 Debido a que la empresa maneja un procesamiento electrónico de datos debe asegurarse que toda la información sea procesada en forma correcta y oportuna para obtener la información financiera esperada.

3.2 Toda la información procesada debe estar debidamente autorizada. Todas las operaciones deben registrarse para permitir la preparación de estados financieros de conformidad a los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

3.3 Los datos registrados deben compararse con los activos existentes a intervalos razonables y tomarse las medidas apropiadas respecto a las diferencias que existan.

3.4 Debe separar las funciones de autorización, ejecución, custodia y registro en todas las operaciones que involucren efectivo para evitar malos manejos, fraudes u omisión de ingresos.

3.5 Debe verificarse y evaluarse periódicamente los saldos que se informan en los estados financieros y la integridad de los registros en el sistema de procesamiento.

4) Sistemas

4.1 Al solicitar la compra o instalación de un nuevo sistema se deberá llevar a cabo un estudio de factibilidad que incluya un análisis de costo-beneficio.

4.2 Deberá existir la contratación de un seguro de cobertura total que proteja todo el equipo de cómputo, los programas y los sistemas instalados.

4.3 El departamento de sistemas deberá autorizar y controlar los accesos de los usuarios a las diferentes funciones de los programas mediante llaves y claves de acceso.

4.4 Las claves y llaves de acceso serán asignadas por este departamento y deberán ser modificadas periódicamente para evitar malos manejos del sistema o que se accese o modifique información sin autorización.

4.5 Se deberá tener una adecuada salvaguarda física de los programas y archivos que contengan información importante de la empresa. Los respaldos de información deberán ser guardados en un lugar distinto al de la empresa para protegerlos contra robos o algún accidente.

4.6 Se deberá supervisar que el equipo de cómputo sea instalado en lugares propios, es decir, no húmedos y con temperatura adecuada para evitar que los sistemas sean dañados.

4.7 Se debe realizar un mantenimiento preventivo tanto de la instalación como de los programas, así como de las tarjetas o llaves de acceso y aplicar el mantenimiento correctivo en su caso.

4.8 Sólo podrán realizarse cambios en los procedimientos de un programa previa: aprobación del encargado de sistemas y autorización del Director General, y por ningún motivo se permitirá el acceso de discos flexibles ajenos a la empresa para evitar la entrada de algún virus al sistema.

5) Ventas

5.1 Todos los ingresos por concepto de venta de producto, de material de apoyo para las ventas y por el pago de iniciación como distribuidor independiente se realizará de contado.

5.2 Deberá existir una separación de tareas entre el personal que maneja los productos y quienes reciben el efectivo. El acceso a estas dos funciones será limitado y estará debidamente supervisado.

5.3 Debe asegurarse de que todas las cantidades recibidas se depositen con prontitud en el banco y que sean registradas en forma exacta y completa en el periodo que corresponda.

5.4 Se debe mantener un estricto control sobre el procedimiento seguido para la determinación del precio de venta, el cual deberá estar aprobado por el contralor de la empresa y autorizado por el Director General. A su vez se debe mantener una información analítica por producto, centro de distribución y márgenes de utilidad.

5.5 Todas las facturas deberán estar numeradas consecutivamente y contar con los requisitos fiscales, y se deberá verificar periódicamente que las cantidades que aparecen en las facturas coincidan con las que aparecen en los documentos de embarque.

5.6 Los pedidos de los distribuidores podrán recibirse personalmente, por teléfono, por correo o vía fax. Sin embargo, la facturación se efectuará contra el pago correspondiente del pedido.

6) Comisiones

6.1 Además de utilizar el sistema red de la empresa, este departamento manejará un sistema independiente que le permitirá llevar un control preciso de las operaciones realizadas por cada uno de los distribuidores independientes.

6.2 Se mantendrá un estricto control de las personas que manejen el sistema exclusivo para este departamento, ya que la información que se genera de este programa es de vital importancia para la empresa.

6.3 Diariamente deberán de registrarse los movimientos en forma global al sistema de contabilidad de la empresa, de tal manera que se afecten las cuentas correspondientes por las comisiones otorgadas o por pagar a los distribuidores.

6.4 Los cheques elaborados por concepto de las comisiones por pagar deberán estar autorizados por el tesorero de la compañía. Este documento será amparado por un estado de cuenta que se deberá emitir por cada distribuidor, en donde se justificará el monto del cheque, especificando y desglosando cada uno de los conceptos por los que el distribuidor recibirá su compensación.

7) Proyectos de comercialización y mercadotecnia

7.1 Los presupuestos para nuevos proyectos, tanto de comercialización, como de mercadotecnia deberán estar sustentados con un estudio de factibilidad considerando su costo-beneficio para la empresa, así como estar aprobados por el gerente del área y autorizados por el Director General.

8) Recursos humanos

8.1 Las contrataciones de personal, cambio de puestos, aumentos de sueldo y despidos de personal serán autorizados por el Director General y aprobados por el gerente de cada área.

8.2 Se deben mantener expedientes individuales por cada trabajador que incluyan tanto el contrato de trabajo, inscripciones, modificaciones y bajas ante las diferentes dependencias, como el I.M.S.S., S.H.C.P., INFONAVIT.

8.3 Las funciones de preparación de nóminas deberán ser supervisadas por el departamento de Recursos Humanos, mientras que la elaboración del cheque único para el pago de la nómina, deberá estar autorizado por el contralor y aprobado por la tesorería.

8.4 El personal que elabora las nóminas debe ser independiente a las funciones de contratación y despido de los trabajadores, cambios de puestos y sueldos. El control en el procesamiento y clasificación de información referente a la nómina de cada uno de los empleados debe identificarse con una clave numérica, para evitar la duplicidad en pagos o errores de aplicación de una empleado a otro.

8.5 El perfil del personal a contratar deberá prevalecer dentro de las características solicitadas por el encargado de reclutamiento , ya que el personal debe reunir cualidades específicas, como lo es el contar con un amplio conocimiento de la industria de los Multiniveles.

8.6 Todo el personal deberá portar durante horas de trabajo su credencial de identificación.

9) Atención a distribuidores

9.1 Se deberán presentar un mínimo de tres presupuestos para los eventos a realizar durante el año para tener una mayor seguridad en la toma de decisiones; una vez elegida la mejor opción será revisada y aprobada por el contralor, y autorizada por el Director General.²⁷

B. MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS CONTABLES POR ÁREAS DE ESTADOS FINANCIEROS

1) Efectivo

El renglón de efectivo debe estar constituido por moneda de curso legal o sus equivalentes, debe ser propiedad de la entidad y estar disponible para la operación de la empresa.

El efectivo debe ser valuado a su valor nominal, aquel representado por moneda extranjera se valorará a la cotización aplicable a la fecha de los estados financieros.

El renglón de efectivo debe mostrarse en el balance general como las primeras partidas del activo circulante, excepto cuando existan restricciones formales en cuanto a su disponibilidad o fin al que estén destinados, en cuyo caso se mostrarán según proceda. Las restricciones antes mencionadas deberán revelarse en las notas a los estados financieros.

²⁷ L.C.P. Mario Alberto Rodríguez. Gte. Administrativo y de Finanzas de Herbalife Internacional de México, S.A. de C.V., entrevista realizada por Luisa Noemi Arias Alvarez el 24 de Octubre de 1995.

Los cheques librados con anterioridad a la fecha de los estados financieros que estén pendientes de entrega a los beneficiarios, también deberán presentarse formando parte del renglón de efectivo.

En el caso de que contablemente exista sobregiro en alguna cuenta de cheques debe compensarse con otros saldos deudores de la misma naturaleza y disponibilidad inmediata, si el saldo prevaleciera deberá presentarse como pasivo a corto plazo.

El efectivo denominado en moneda extranjera debe revelarse indicando su monto, la clase de moneda de que se trata, las cotizaciones utilizadas para su conversión y su equivalente a moneda nacional.

En las notas a los estados financieros deben indicarse las políticas de valuación seguidas y en su caso los efectos de los hechos posteriores que por su importancia modifiquen substancialmente la valuación del efectivo entre la fecha de los estados financieros y la fecha en que son emitidos.

2) Cuentas por cobrar

Este rubro atendiendo a su origen, muestra las cuentas y documentos por cobrar a cargo de funcionarios y empleados originadas por transacciones distintas a aquellas para las cuales fue constituida la entidad, tales como préstamos o gastos por comprobar en viajes o compras menores.

Esta cuenta debe presentarse en el balance general como activo circulante inmediatamente después del efectivo. La cantidad a vencer a más de un año o del ciclo normal de las operaciones, deberá presentarse fuera del activo circulante.

Los saldos a cargo de propietarios, accionistas o socios de la entidad, que representen capital suscrito no exhibido no deberán incluirse dentro del rubro de cuentas por cobrar.

3) Almacén

El rubro de inventarios lo constituyen los bienes de la empresa destinados a la venta.

Por las características y demanda de los productos de Multinivel, los proveedores exclusivos les exigen anticipos a cuenta de sus pedidos. Este concepto se deberá registrar dentro del capítulo general de inventarios en una cuenta específica.

Las empresas de Multinivel llevan el sistema de inventarios perpetuos, el cual sigue un método basado en mantener información sobre las existencias y su valor en el momento. Esto permite determinar el costo de los vendidos por el cálculo que resulta de multiplicar las unidades por su costo. Ya que se debe conocer permanentemente el monto de la inversión de los inventarios y del nivel de existencias de cada producto en particular sin necesidad de contarlos. El procedimiento de control de inventarios perpetuos funciona con tres cuentas: almacén, ventas, costo de venta.

El sistema y método de valuación seleccionado por la empresa²⁸ deberán ser aplicados en forma consistente, a no ser que se presenten cambios en las condiciones originales, en tal caso, deberá hacerse la revelación necesaria.

Su presentación en el balance general debe hacerse dentro del activo circulante, indicando el sistema y método de valuación utilizados por la empresa.

²⁸ El método de valuación es seleccionado por cada una de las empresas en particular de acuerdo a la naturaleza del producto, sin embargo la mayoría de las empresas de Multinivel manejan el UEPS (últimas entradas primeras salidas) como el método de valuación de sus inventarios.

4) Pagos anticipados

Los pagos anticipados representan una erogación efectuada por servicios que se van a recibir o por bienes que se van a consumir en el uso exclusivo del negocio y cuyo propósito no es el de venderlos.

Estas partidas se valúan a su costo histórico y se aplican a resultados durante el cual se consumen y se clasificarán como activo circulante.

5) Activos fijos

Los inmuebles, maquinaria y equipo son bienes tangibles que tienen por objeto la prestación de servicios a la empresa y a su clientela. La adquisición de estos bienes denota el propósito de utilizarlos y no de venderlos en el curso normal de las operaciones de la entidad.

Las inversiones en inmuebles, maquinaria y equipo deberán valuarse al costo de adquisición, el cual incluye el precio neto pagado por los bienes, sobre la base de efectivo o su equivalente, más todos los gastos necesarios para tener el activo en lugar y condiciones que permitan su funcionamiento.

Los terrenos deben valuarse al costo erogado con objeto de adquirir su posesión consecuentemente, e incluye el precio de adquisición del terreno, honorarios y gastos notariales, entre otros.

El costo total de un edificio es el costo de adquisición o de construcción que incluye el de las instalaciones y equipo de carácter permanente.

Debe adoptarse el método de depreciación más adecuado según las características del bien, ya que contablemente debe calcularse y registrarse la depreciación de acuerdo con la vida estimada de los activos.

De acuerdo al Boletín C-6 de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, los grupos de activos fijos se clasifican en:

- 1) Inversiones no sujetas a depreciación, grupo en el que se encuentran los terrenos en virtud de que no son inversiones que sufran algún deterioro o desgaste, al contrario su valor aumenta con el transcurso del tiempo.
- 2) Inversiones sujetas a depreciación, tales como los edificios, la maquinaria y el equipo.

La presentación de los activos fijos en el balance general se localiza después del activo circulante deduciendo del total de activos fijos el importe total de la depreciación acumulada. La integración del activo fijo en inmuebles, maquinaria y equipo puede presentarse en el balance general o en nota por separado.

El método y la tasa de depreciación aplicados a los principales grupos de activo fijo deben mencionarse en los estados financieros.

En el caso de activos fijos totalmente depreciados que sigan en operación su valor de costo deberá continuarse presentado en el balance general, separando su respectiva depreciación acumulada.

6) Intangibles

La naturaleza de estas partidas es la de un bien incorpóreo que implica un derecho o un privilegio adquirido con la intención de explotarlo en beneficio de la empresa y

su costo es absorbido en los resultados durante el periodo en que rinden el beneficio, tales como los gastos de organización y la cuenta de marcas y patentes.

Los activos intangibles deben presentarse formando parte del último grupo de activos en el balance y deberá especificarse el método y el plazo de amortización empleados para cada uno de ellos.

7) Pasivo

El pasivo comprende obligaciones presentes provenientes de operaciones o transacciones pasadas debe clasificarse de acuerdo con su fecha de liquidación o vencimiento en pasivo a corto plazo y pasivo a largo plazo.

Los adeudos que tienen su origen en la compra de mercancía surgen en el momento de tomar posesión de la misma.

Los pasivos pagaderos en moneda extranjera deberán ser convertidos a moneda nacional al tipo de cambio oficial vigente a la fecha del balance.

La presentación de los diferentes conceptos del pasivo a corto plazo dentro del balance general deberán hacerse tomando en cuenta tanto la agrupación de pasivo de naturaleza semejante como las condiciones de exigibilidad y la importancia relativa.

8) Capital

El capital contable es el derecho de los propietarios sobre los activos netos que surge por aportaciones de los dueños por transacciones y otros eventos o circunstancias que afectan a la empresa, el cual se ejerce mediante reembolso o distribución.

De acuerdo a su origen, el capital contable está formado por capital contribuido y capital ganado o déficit, en su caso.

El capital contribuido lo forman las aportaciones de los dueños y las donaciones recibidas por la entidad, así como también al ajuste a estas partidas por la repercusión de los cambios en los precios.

El capital ganado corresponde al resultado de las actividades operativas de la entidad y de otros eventos o circunstancias que le afecten.

El capital social está representado por títulos que han sido emitidos a favor de los accionistas o socios como evidencia de su participación en la empresa.

El exceso o insuficiencia en la actualización del capital contable está representado principalmente por el resultado por tenencia de activos no monetarios.

Los valores a todos los concepto del capital contable se expresarán en unidades de poder adquisitivo a la fecha del balance.

La presentación en el abalance general de los diferentes conceptos que integran el capital contable deberán hacerse con el suficiente detalle para mostrar cada uno de ellos, incluyendo en primer lugar los que forman el capital contribuido seguido de los que integran el capital ganado.

En los estados financieros se deben revelar todas las características del capital contable y sus restricciones que afecten al capital contable con motivo de disposiciones legales, acuerdos de accionistas o de otra índole.

9) Ingresos y egresos

Las dos principales clasificaciones de ingresos y egresos que aparecen en el estado de resultados son:

- 1) Ingresos de operación y gastos de operación.
- 2) Otros ingresos y otros gastos, que son aquellos que no se relacionan con las principales actividades de la empresa.

Los principales ingresos de la empresa de Multinivel son, sin lugar a duda, los que reciben de los distribuidores independientes por concepto de las ventas de productos exclusivos de la empresa, de la cuota del paquete de iniciación y del material de apoyo para las ventas.

Los cheques de comisiones a los distribuidores que incluyen los reembolsos por volumen de compras personales, las comisiones sobre el volumen de compra del grupo personal y sobre el Multinivel por liderazgo, así como los bonos y premios especiales representan las principales operaciones de las empresas de este género.

Egreso se define como la disminución de patrimonio en virtud de gastos y pérdidas sin que haya necesidad de una salida material. No debemos confundir los términos de salida con el de egresos, ya que la salida es la disminución de los valores tangibles (efectivo), mientras que egreso es la disminución del patrimonio, por lo tanto puede haber egreso sin salida.

29

²⁹ Cfr. Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados. I.M.C.P., Boletines Serie C.

C. CATÁLOGO DE CUENTAS

10.00.000 ACTIVO

11.00.000 **CIRCULANTE**

11.10.000 EFECTIVO

11.20.000 INVERSIONES EN VALORES

11.30.000 FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS

11.40.000 IVA ACREDITABLE

11.50.000 ALMACÉN

11.55.000 ANTICIPO A PROVEEDORES

11.60.000 ANTICIPO A ISR

12.00.000 **FIJO**

12.01.000 TERRENOS

12.02.000 EDIFICIOS

12.03.000 EQUIPO DE TRANSPORTE

12.04.000 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

12.05.000 EQUIPO DE CÓMPUTO

12.10.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA

12.12.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA EDIFICIOS

12.13.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE TRANSPORTE

12.14.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

12.15.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA EQUIPO DE CÓMPUTO

12.20.000 REVALUACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

12.21.000 REVALUACIÓN DE TERRENOS

12.22.000 REVALUACIÓN DE EDIFICIOS

12.23.000 REVALUACIÓN DE EQUIPO DE TRANSPORTE

12.24.000 REVALUACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

12.25.000 REVALUACIÓN DE EQUIPO DE CÓMPUTO

12.30.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA REVALUADA

12.32.000	DEPRECIACIÓN ACUMULADA REVALUADA EDIFICIOS
12.33.000	DEPRECIACIÓN ACUMULADA REVALUADA EQUIPO DE TRANSPORTE
12.34.000	DEPRECIACIÓN ACUMULADA REVALUADA MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA
12.35.000	DEPRECIACIÓN ACUMULADA REVALUADA EQUIPO DE CÓMPUTO
13.00.000	OTROS ACTIVOS
13.01.000	SEGUROS PAGADOS POR ANTICIPADO
13.02.000	MARCAS Y PATENTES
13.03.000	AMORTIZACIÓN ACUMULADA
20.00.000	<u>PASIVO</u>
21.00.000	CORTO PLAZO
21.01.000	REEMBOLSOS POR VOLUMEN DE COMPRAS PERSONALES POR PAGAR
21.02.000	COMISIÓN SOBRE EL VOLUMEN DE COMPRAS DEL GRUPO PERSONAL POR PAGAR
21.03.000	COMISIÓN SOBRE MULTINIVEL POR LIDERAZGO POR PAGAR
21.04.000	BONOS Y PREMIOS ESPECIALES POR PAGAR
21.20.000	PROVEEDORES EXCLUSIVOS
21.30.000	MENSAJERÍA POR PAGAR
21.40.000	ACREEDORES DIVERSOS
21.45.000	SEGUROS Y FIANZAS POR PAGAR
21.50.000	IMPUESTOS POR PAGAR
21.50.001	RETENCIÓN 10% HONORARIOS
21.50.002	IMSS
21.50.003	ISPT
21.50.004	PTU POR REPARTIR
21.50.005	ISR
21.50.006	2% SOBRE NÓMINA

21.50.007	5% INFONAVIT
21.50.008	IVA POR PAGAR
21.50.009	2% SAR
21.60.010	RETENCIÓN 10% RENTA
21.06.000	SUELDOS Y SALARIOS
30.00.000	<u>CAPITAL</u>
30.01.000	CAPITAL SOCIAL FIJO
30.02.000	CAPITAL SOCIAL VARIABLE
30.03.000	ACTUALIZACIÓN DEL CAPITAL
30.04.000	RESERVA LEGAL
30.05.000	UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES
30.06.000	RESULTADO DEL EJERCICIO ACTUAL
30.07.000	EXCESO O INSUFICIENCIA EN LA ACTUALIZACIÓN DEL CAPITAL
40.00.000	RESULTADOS DEUDORA
40.01.000	COSTO DE VENTA
40.30.000	GASTOS GENERALES
40.30.001	REEMBOLSO POR VOLUMEN DE COMPRAS PERSONALES
40.30.002	COMISIÓN SOBRE EL VOLUMEN DE COMPRAS DEL GRUPO PERSONAL
40.30.003	COMISIÓN SOBRE MULTINIVEL POR LIDERAZGO
40.30.004	BONOS Y PREMIOS ESPECIALES
40.30.005	LUZ
40.30.006	AGUA
40.30.007	TELÉFONO
40.30.008	COMBUSTIBLE
40.30.009	MANTENIMIENTO DE VEHÍCULOS
40.30.010	GASTOS DE VIAJE
40.30.011	MULTAS Y SANCIONES

40.30.012	PAPELERÍA
40.30.013	MATERIAL PUBLICACIONES
40.30.014	MENSAJERÍA
40.30.015	SUELDOS Y SALARIOS
40.30.016	RETENCIÓN 10% HONORARIOS
40.30.017	AGUINALDO
40.30.018	VACACIONES
40.30.019	PREVISIÓN SOCIAL
40.30.020	IMPUESTOS Y DERECHOS DIVERSOS
40.40.000	DESCUENTOS SOBRE VENTAS
40.50.000	IMPUESTOS
40.50.001	IMSS
40.50.002	PTU POR REPARTIR
40.50.003	IMPUESTO SOBRE LA RENTA
40.50.004	2% SOBRE NÓMINA
40.50.005	5% INFONAVIT
40.50.006	2% SAR
40.60.000	GASTOS FINANCIEROS
40.60.001	COMISIONES BANCARIAS
40.60.002	INTERESES BANCARIOS
50.00.000	RESULTADOS ACREEDORA
50.10.000	VENTAS
50.11.000	INGRESOS POR PAQUETE DE INICIACIÓN
50.12.000	INGRESOS POR MATERIAL DE APOYO PARA VENTAS
50.13.000	INGRESOS POR PRODUCTOS EXCLUSIVOS
50.14.000	INGRESOS POR FLETES
50.15.000	DEVOLUCIONES SOBRE COMPRA
50.20.000	PRODUCTOS FINANCIEROS
99.00.000	UTILIDAD O PÉRDIDA

D. INSTRUCTIVO DEL CATÁLOGO DE CUENTAS

En las siguientes páginas se muestra el instructivo de las cuentas del catálogo, identificándolas por su número sabremos la naturaleza de la cuenta, así como los movimientos que la afectan y lo que el saldo representa.

ACTIVO CIRCULANTE

11.10.000 EFECTIVO	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> Del valor de la existencia depositada en los bancos en cuentas de cheques. Del valor de los depósitos en cuenta de cheques. Del valor de los intereses que los bancos abonan en nuestra cuenta de cheques. Cancelación de cheques. Transferencia de fondos de cuenta a cuenta.	<i>Se abona por:</i> Del valor de los cheques expedidos a cargo de los distintos bancos. Del valor de las cantidades que los bancos carguen en nuestra cuenta de cheques por concepto de comisiones, cobranza, etc.
<i>El saldo presenta:</i> Los recursos disponibles en efectivo, es decir, el dinero que la empresa tiene en la cuenta de cheques disponible.	

11.20.000 INVERSIONES EN VALORES	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> Incrementos a las inversiones a través de compra de valores, bonos financieros. Trasposos de cuenta de cheques a valores.	<i>Se abona por:</i> Por disminuciones a las inversiones a través de la venta de valores. Trasposos de valores a cuenta y de cheques.
<i>El saldo presenta:</i> El importe de las inversiones temporales efectuadas.	

11.30.000 FUNCIONARIOS Y EMPLEADOS	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> Anticipos otorgados a empleados y funcionarios por gastos a comprobar en viajes o compras menores.	<i>Se abona por:</i> La comprobación de gastos de viaje y compras menores.
<i>El saldo presenta:</i> El importe de cuentas personales a favor de la compañía por operaciones que se relacionan directamente con funcionarios, empleados y trabajadores.	

11.40.000 IVA ACREDITABLE	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> Por el importe de IVA acreditable.	<i>Se abona por:</i>
<i>El saldo presenta:</i> Un derecho utilizable por los causantes debido a las adquisiciones de productos y/o servicios a terceros.	

11.50.000 ALMACÉN	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> Por la adquisición de productos .	<i>Se abona por:</i> El valor de las ventas a precio de costo.
<i>El saldo presenta:</i> La cantidad de producto disponible para su venta.	

11.55.000 ANTICIPO A PROVEEDORES	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> Los anticipos en efectivo otorgados a los proveedores por adquisición de mercancías.	<i>Se abona por:</i> El pago al proveedor.
<i>El saldo presenta:</i> El importe de los anticipos otorgados a los proveedores por concepto de adquisición de mercancías o servicios.	

11.60.000 ANTICIPOS ISR	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El pago mensual anticipado del ISR.	<i>Se abona por:</i> El pago anual efectuado, para rebajar lo que se había pagado anticipadamente.
<i>El saldo presenta:</i> Los pagos mensuales realizados durante el ejercicio.	

ACTIVO FIJO

12.01.000 TERRENOS	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El valor de los terrenos. El importe de los gastos incurridos en la adquisición de los mismos.	<i>Se abona por:</i> La venta o donación de los terrenos.
<i>El saldo presenta:</i> El importe total del terreno adquirido para uso propio del negocio sin fines de venta.	

12.02.000 EDIFICIOS	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El valor de los edificios adquiridos. El importe de los gastos incurridos en la adquisición de los mismos.	<i>Se abona por:</i> La venta o donación de los edificios.
<i>El saldo presenta:</i> El importe total invertido en la adquisición de los edificios para uso del negocio.	

12.03.000 EQUIPO DE TRANSPORTE	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El equipo de transporte adquirido. El importe de los gastos incurridos en la adquisición de los mismos.	<i>Se abona por:</i> La venta o donación del equipo de transporte.
<i>El saldo presenta:</i> El importe total del equipo de transporte adquirido para uso propio del negocio sin fines de venta.	

12.04.000 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA	Naturaleza: DEUDORA
Se carga por: El valor del mobiliario y equipo de oficina. El importe de los gastos incurridos en la adquisición de estos.	Se abona por: La venta o baja del equipo de oficina.
El saldo presenta: El importe total del mobiliario y equipo de oficina adquirido para uso propio del negocio sin fines de venta.	

12.05.000 EQUIPO DE COMPUTO	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El valor del equipo de cómputo. El importe de los gastos incurridos en la adquisición de los mismos. El importe de los accesorios que modifican o incrementan la capacidad de operación del equipo.	<i>Se abona por:</i> La venta o baja del equipo de cómputo. La devolución de dicho equipo. Equipo de cómputo en estado de obsolescencia.
<i>El saldo presenta:</i> El importe total del equipo de cómputo para uso propio de la empresa sin fines de venta, así como de los gastos incurridos en su compra.	

12.10.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> La cancelación de la depreciación contable acumulada a valor original del activo fijo (excepto terrenos) dado de baja por: - venta del equipo, -destrucción de los mismos, - obsolescencia, y otros.	<i>Se abona por:</i> La depreciación contable aplicada en forma mensual al activo fijo (excepto terrenos), de acuerdo con las políticas y tasas establecidas.
	<i>El saldo presenta:</i> El importe de la depreciación acumulada a valor histórico, desde la fecha de adquisición o utilización del activo fijo.

12.20.000 REVALUACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El importe de la actualización del valor histórico del activo fijo de que se trate.	<i>Se abona por:</i> Ajustes y reclasificaciones.
<i>El saldo presenta:</i> El importe de la actualización del activo fijo de que se trate.	

12.30.000 DEPRECIACIÓN ACUMULADA REVALUADA	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> La cancelación de la depreciación revaluada del activo vendido o dado de baja.	<i>Se abona por:</i> La aplicación mensual de los efectos de reexpresión de los rubros del activo fijo (excepto terrenos).
<i>El saldo presenta:</i> El importe depreciado revaluado de los activos fijos (excepto terrenos).	

OTROS ACTIVOS

13.02.000 MARCAS Y PATENTES	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El costo de las patentes compradas o desarrolladas. El costo de las marcas compradas o desarrolladas.	<i>Se abona por:</i> Venta de las patentes o marcas a precio de costo. Bajas o cancelación de las patentes que hayan caducado a precio de costo. Bajas o cancelación de las patentes o marcas que se estimen sin vida útil o de generación de utilidades, a precio de costo.
<i>El saldo presenta:</i> el costo de las patentes y marcas compradas o desarrolladas que se estiman con vida útil o de generación de utilidades.	

13.03.000 AMORTIZACIÓN ACUMULADA	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> La cancelación de la operación.	<i>Se abona por:</i> El importe de la amortización mensual de los gastos.
	<i>El saldo presenta:</i> El importe acumulado amortizado

PASIVO CORTO PLAZO

21.10.000 COMISIONES POR PAGAR	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> Los importes de las comisiones correspondientes a las compensaciones pagadas a los distribuidores independientes.	<i>Se carga por:</i> Los importes de las compensaciones aceptadas que deban pagarse posteriormente a la fecha de su vencimiento.
	<i>El saldo presenta:</i> El total de los documentos pendientes de pago a cargo de la empresa con motivo de las compensaciones de los distribuidores.

21.02.000 PROVEEDORES EXCLUSIVOS	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> El valor de los pagos a cuenta o en liquidación efectuadas a los proveedores. El valor de las mercancías devueltas a los proveedores. El valor de las rebajas concedidas por los proveedores.	<i>Se abona por:</i> el importe de las compras de mercancías a crédito pendientes de pago. El valor de los intereses que apliquen los proveedores por demora del pago.
	<i>El saldo presenta:</i> El importe que se adeuda a un proveedor por la compra de alguna mercancía o servicio.

21.20.000 ACREEDORES DIVERSOS	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> EL valor de los pagos a cuenta o en liquidación efectuadas a los acreedores.	<i>Se abona por:</i> El valor de las cantidades que, por conceptos distintos de la compra de mercancías se deban a terceras personas. El valor de los intereses que apliquen al negocio por demora del pago.
	<i>El saldo presenta:</i> Las cantidades que por conceptos distintos de la compra de mercancías se deben a terceras personas.

21.50.000 IMPUESTOS POR PAGAR	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> Los pagos efectuados del impuesto de que se trate.	<i>Se abona por:</i> Las provisiones para el pago de impuestos exigibles por la autoridad de acuerdo con los señalamientos de la ley.
	<i>El saldo presenta:</i> El importe del impuesto que se debe enterar a las autoridades.

21.70.000 SUELDOS Y SALARIOS	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> El pago efectuado por concepto de sueldos y salarios a los trabajadores.	<i>Se abona por:</i> Por aquellas provisiones para el pago de sueldos y salarios.
	<i>El saldo presenta:</i> La cantidad a pagar por concepto de sueldos y salarios.

CAPITAL

30.01.000 CAPITAL SOCIAL FIJO	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> El reembolso de capital social, parte fija, por liquidación de la sociedad.	<i>Se abona por:</i> El importe del capital social. proporción fija, suscrita y pagada por los accionistas en la constitución de la sociedad.
	<i>El saldo presenta:</i> El capital social en su proporción fija, suscrita y pagada por los accionistas de la empresa.

30.02.000 CAPITAL SOCIAL VARIABLE	Naturaleza: ACREEDORA
<p><i>Se carga por:</i> La disminución, reducción del capital social en su porción variable por acuerdo de asamblea. Los reembolsos de capital social de la empresa parte variable a los accionistas. Los reembolsos de capital social parte variable por liquidación de la sociedad.</p>	<p><i>Se abona por:</i> El importe del capital social, porción variable, suscrito y pagado por los accionistas en la constitución de la sociedad. El aumento del capital social parte variable.</p>
	<p><i>El saldo presenta:</i> El capital social en su porción variable, suscrito y pagado por los accionistas de la empresa.</p>

30.03.000 ACTUALIZACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL	Naturaleza: ACREEDORA
<p><i>Se carga por:</i></p>	<p><i>Se abona por:</i> El importe de la actualización del capital social por los efectos de la inflación.</p>
	<p><i>El saldo presenta:</i> El importe del capital social actualizado por los efectos de la inflación.</p>

30.04.000 RESERVA LEGAL	Naturaleza: ACREEDORA
<p><i>Se carga por:</i> Los retiros efectuados para amortizar las pérdidas sufridas por la empresa.</p>	<p><i>Se abona por:</i> La segregación establecida de las utilidades repartidas o reinvertidas hasta el monto máximo acordado.</p>
	<p><i>El saldo presenta:</i> El monto segregado de las utilidades repartidas o capitalizadas para fortalecer el capital social y proteger los intereses de los acreedores.</p>

30.05.000 UTILIDAD DE EJERCICIOS ANTERIORES	Naturaleza: ACREEDORA
<p><i>Se carga por:</i> Los dividendos decretados. El traspaso al capital social de acuerdo con la capitalización de las utilidades retenidas distadas por la asamblea.</p>	<p><i>Se abona por:</i> Las utilidades que decreta la asamblea de accionistas que deben retenerse en la empresa.</p>
	<p><i>El saldo presenta:</i> Las utilidades acumuladas de ejercicios anteriores.:</p>

30.06.000 RESULTADO DEL EJERCICIO ACTUAL	Naturaleza: ACREEDORA
<p><i>Se carga por:</i> La aplicación de la reserva legal correspondiente. El traspaso de la utilidad contable de cada ejercicio a utilidades retenidas de ejercicios anteriores. Las cuentas con saldo deudor que se encuentran en ele estado de Resultado.</p>	<p><i>Se abona por:</i> Las cuentas con saldo acreedor que se encuentran en ele Estado de Resultados.</p>
	<p><i>El saldo presenta:</i> El resultado contable del ejercicio, una vez deducidos el ISR y el reparto de utilidades correspondientes.</p>

30.07.000 EXCESO O INSUFICIENCIA EN LA ACTUALIZACIÓN DEL CAPITAL CONTABLE	Naturaleza: ACREEDORA
<p><i>Se carga por:</i></p>	<p><i>Se abona por:</i> El importe de la contrapartida de la actualización de los activos fijos.</p>
	<p><i>El saldo presenta:</i> El importe de la contrapartida en la actualización de los activos fijos por efectos de la inflación.</p>

RESULTADOS DEUDORA

40.01.000 COSTO DE VENTA	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El valor de las mercancías que se abonan del almacén por la venta de los productos a precio de costo.	<i>Se abona por:</i> La devaluación de la mercancía vendida a precio de costo. El valor de su valor su saldo con cargo a la cuenta de resultados del ejercicio.
<i>El saldo presenta:</i> El costo de venta del producto vendido.	

40.30.000 GASTOS GENERALES	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El valor de todos aquellos gastos que se paguen en relación directa con la promoción, realización y desarrollo del volumen de ventas.	<i>Se abona por:</i> El valor de su saldo con cargo a la cuenta de resultados del ejercicio.
<i>El saldo presenta:</i> Los gastos generales realizados por la compañía para la venta de su producto.	

40.50.000 IMPUESTOS	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> Las provisiones para el pago de impuestos exigibles por la autoridad de acuerdo con los señalamientos de la ley.	<i>Se abona por:</i> La cancelación de la operación. El valor de su saldo con abono a la cuenta de resultado del ejercicio.
<i>El saldo presenta:</i> El importe del impuesto que se debe enterar a las autoridades.	

40.60.000 GASTOS FINANCIEROS	Naturaleza: DEUDORA
<i>Se carga por:</i> El valor de los intereses pagados.	<i>Se abona por:</i> El valor de su saldo con abono a resultado del ejercicio.
<i>El saldo presenta:</i> El total de gastos financieros en los que la empresa incurrió.	

RESULTADOS ACREEDORA

50.10.000 VENTAS (INGRESOS)	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> El valor de las devoluciones sobre ventas (a precio de ventas). El valor de las rebajas sobre ventas. El valor de su sueldo con abono ala cuenta de Resultados del ejercicio.	<i>Se abona por:</i> El valor de las ventas (a precio de ventas).
	<i>El saldo presenta:</i> Representa el valor de las ventas realizadas por la empresa.
50.20.000 PRODUCTOS FINANCIEROS	Naturaleza: ACREEDORA
<i>Se carga por:</i> Ajustes y reclasificaciones. El valor de su saldo con abono a la cuenta de resultados del ejercicio.	<i>Se abona por:</i> El importe de los interese ganados.
	<i>El saldo presenta:</i> La cantidad de intereses cobrados.

E. ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros deben contener en forma clara y comprensible los elementos suficientes para juzgar la situación financiera, los resultados de operación y los cambios en los posición financiera de la empresa de Multinivel. Toda información que los complementa puede ir en el cuerpo o al pie de ellos o en hoja por separado, haciendo referencia en los dos últimos casos a cada nota con el renglón de los estados financieros a que corresponda.

Los estados financieros deben estar encabezados por el nombre de la empresa de Multinivel y establecer la fecha o el periodo contable por el cual están formulados. Además, deben informar la moneda en la que son presentados y en su caso las bases de conversión utilizadas.

COMPAÑÍA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
 AL ___ DE _____ DE ___

ACTIVO

Circulante

Efectivo	N\$ XXXX	
Inversiones en valores	XXXX	
Funcionarios y empleados	XXXX	
Iva acreditable	XXXX	
Almacén	XXXX	
Anticipo a proveedores	<u>XXXX</u>	

Total activo circulante

N\$ XXXX

Fijo

Terrenos	N\$ XXXX	
Edificios	XXXX	
Equipo de transporte	XXXX	
Mobiliario y equipo de oficina	XXXX	
Equipo de cómputo	XXXX	
Depreciación acumulada	<u>(XXXX)</u>	

N\$ XXXX

Otros activos

Gastos de organización	N\$ XXXX	
Patentes y marcas	XXXX	
Amortización acumulada	<u>(XXXX)</u>	

N\$ XXXX

Total activo no circulante

N\$ XXXX

Total activo

N\$ XXXX

PASIVO

Pasivo corto plazo

Comisiones por pagar	N\$ XXXX	
Proveedores exclusivos	XXXX	
Proveedores de servicios	XXXX	
Acreedores diversos	XXXX	
Impuestos por pagar	<u>XXXX</u>	

Total pasivo

N\$ XXXX

CAPITAL

Capital contable

Capital social	N\$ XXXX	
Actualización del capital	XXXX	
Reserva legal	XXXX	
Utilidad de ejercicios anteriores	XXXX	
Resultado del ejercicio actual	XXXX	
Exceso o insuficiencia en la actualización del capital	<u>XXXX</u>	

Total capital contable

N\$ XXXX

Total pasivo y capital

N\$ XXXX

COMPAÑÍA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.
ESTADO DE RESULTADOS
 DEL ___ DE _____ AL ___ DE _____ DE _____

Ventas netas		N\$ XXXX
(-) <u>Costo de ventas</u>		<u>XXXX</u>
<i>Utilidad bruta</i>		N\$ XXXX
(-) <u>Gastos generales</u>		<u>XXXX</u>
<i>Utilidad de operación</i>		N\$ XXXX
(-) <u>Otros gastos e ingresos</u>		<u>XXXX</u>
<i>Utilidad antes de la participación de la utilidades a los trabajadores</i>		N\$ XXXX
(-) <u>Participación de utilidades a los trabajadores</u>		<u>XXXX</u>
<i>Utilidad antes de impuesto sobre la renta</i>		N\$ XXXX
(-) <u>Impuesto sobre la renta</u>		<u>XXXX</u>
(=) <u>Utilidad neta</u>		<u>N\$ XXXX</u>

49796

CAPITULO V

CONTROL CONTABLE DE LAS COMPENSACIONES

CAPITULO V

CONTROL CONTABLE DE COMPENSACIONES

En este capítulo se dará una clara explicación del papel que juega el distribuidor independiente dentro de las empresas de Multinivel, así como los derechos y obligaciones que adquiere con la compañía. También se expondrá el registro contable de las compensaciones, destacando la importancia del documento fuente que soporta esta operación.

1. DISTRIBUIDORES

Las empresas de Multinivel después de haber realizado los trámites fiscales y legales correspondientes y haber establecido su estructura de organización, deberán iniciar el reclutamiento de sus primeros distribuidores e ir creando su red de mercadeo.

Las empresas harán invitaciones masivas para presentarse, durante estas sesiones se debe exponer la historia de la empresa, las características del producto y desde luego, las grandes oportunidades que ofrece el mercadeo por Multiniveles.

El negocio del Multinivel tiene como estrategia primordial el encontrar candidatos que estén dispuestos a aprender y desarrollar la actividad por iniciativa propia con un pleno convencimiento y compromiso consigo mismo para fijar y alcanzar sus metas.

Para lograr ser distribuidor independiente de una empresa de Multinivel sólo se deberá adquirir un paquete de iniciación³⁰ y firmar el contrato. Por ningún motivo podrá exigirse a un distribuidor independiente la compra de determinada cantidad de productos, el mantener una mínima cantidad de productos en existencia, comprar productos o servicios que no estén preparados por la compañía ni comprar entradas para asistir a reuniones u otras actividades, así como tampoco se les puede exigir el patrocinar a un número específico de nuevos distribuidores.

La empresa de Multinivel debe estar consciente de que el éxito de la compañía depende de la responsabilidad, eficiencia y prosperidad de los distribuidores independientes, por lo que deberá reservarse el derecho de aceptar o rechazar a su discreción cualquier solicitud de distribuidor independiente. La autorización del contrato incluye el derecho de vender los productos de la compañía y de participar en el Plan de Compensación de la empresa de Multinivel.

La empresa de Multinivel también se reserva el derecho de cancelar a cualquier distribuidor cuando se determine que éste ha quebrantado los estatutos del contrato, los postulados del código de ética, las políticas del plan de compensación o que no ha cumplido las leyes y normas aplicables de negociar justamente.

Por su parte, el distribuidor deberá cumplir con todas las leyes, reglamentos y códigos referentes al funcionamiento de los negocios en México y no participar en ninguna actividad que lo pueda llevar a él o a la empresa al descrédito, por lo que toda empresa de Multinivel debe formular su propio código de ética que regule la conducta de los distribuidores independientes.

³⁰ El paquete de iniciación es el único requisito de compra para convertirse en un distribuidor independiente de una compañía legítima de Multinivel. Su costo es bastante accesible e incluye manuales, formas de pedido, instrucciones, muestras de productos o catálogos, folletos y la primera compra mínima como distribuidor.

El distribuidor es un contratista independiente, por lo que no debe considerarse como agente de franquicia, co-empresario, socio, empleado o agente de la empresa de Multinivel. Su éxito o fracaso depende de su propio esfuerzo y es responsable de sus propias decisiones, gastos e impuestos.

Tal como se mencionó en el capítulo III, en México todos los distribuidores independientes deben de contar con su Registro Federal de Causantes. Dependiendo de cómo se lo exija la empresa, los distribuidores independientes podrán darse de alta ante la S.H.C.P. con las siguientes obligaciones fiscales:

- 1) Honorarios independientes,
 - 2) Honorarios régimen salarios,
 - 3) Comisionista, como personas físicas con actividad empresarial,
 - 4) Régimen por recaudación de terceros, o bien,
 - 5) Persona física bajo el rubro de Régimen Simplificado;
- sin olvidar los conceptos del Impuesto al Activo y del Impuesto al Valor Agregado, en caso de que lo requiera.

Además de los registros fiscales necesarios para que toda persona desarrolle legalmente su actividad de distribución, requiere de un mínimo de controles administrativos y contables para el adecuado seguimiento de su negocio.

Sin embargo, el trabajo de un distribuidor debe limitarse a la promoción y venta de los productos y servicios de su empresa, sabiendo que para él representa un negocio de poca inversión y con un mínimo de riesgo.

Entre los beneficios que los distribuidores independientes reciben se encuentran los siguientes:

- 1) El comprar los productos de la empresa a precios de mayoreo directamente de la compañía.
- 2) El recibir descuentos adicionales reembolsables en efectivo dependiendo de las ventas personales del distribuidor y de su grupo de ventas.
- 3) El asistir a las actividades generales de motivación y apoyo que imparte la empresa, así como asistir a los seminarios y convenciones anuales organizadas y patrocinadas por la propia empresa de Multinivel.
- 4) El participar en promociones e incentivos patrocinados por la compañía especialmente para los distribuidores independientes.
- 5) El crear una organización de ventas y progresar a través de las oportunidades del mercadeo por Multiniveles.
- 6) El Patrocinar a otras personas íntegras para que participen del negocio de Multinivel.

Cabe mencionar que las empresas deben mantener un programa anual de renovación de distribuidores, para retirar a todos los distribuidores inactivos de sus registros. Esta limpieza anual puede causar una reducción de hasta el 80% en el número de personas registradas³¹, esta compresión es perfectamente natural, ya que no todos los distribuidores que entran al Multinivel lo continúan empleando. Es por esto, que nunca llega a existir una saturación en los primeros niveles de las empresas de Multinivel.

³¹ Peter Clother. op.cit., p.p. 64,65.

2. INFORME EMITIDO POR LA EMPRESA PARA LOS DISTRIBUIDORES

El estado de cuenta es uno de los informes más importantes que emiten las empresas de Multinivel a sus distribuidores independientes, ya que en este se reporta el resumen de los ingresos a los que tiene derecho el distribuidor por un periodo determinado. Por lo general, las empresas de Multinivel elaboran éstos informes de forma quincenal y mensual, dependiendo de qué tan bien se lleve el control de los movimientos de cada uno de los distribuidores. Se recomienda que los estados de cuenta para los distribuidores se realicen mensualmente para reducir los gastos administrativos por la emisión de cheques y la elaboración en sí, de los reportes de comisiones.

Sólo aquellos distribuidores que cuenten con su R.F.C. y se hayan dado de alta correctamente ante la S.H.C.P., podrán empezar a solicitar sus estados de cuenta; y sólo podrán recibir cheques por concepto de comisiones, en el momento que hayan cumplido con los requisitos que exige la compañía establecidos en su plan de mercadeo y su plan de compensaciones.

Los distribuidores tienen derecho de recibir ingresos por concepto de reembolsos por sus compras personales, por comisiones por el volumen de compras del grupo personal, por Multinivel por liderazgo, o bien por premios y bonos especiales³².

A continuación se muestra la estructura del informe emitido por la empresa de Multinivel, conocido como estado de cuenta o reporte de comisiones.

³² Los ingresos que el distribuidor independiente tiene derecho a recibir por concepto de comisiones son explicados el capítulo II con más detalle.



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.

DIRECCIÓN
TELÉFONO

ESTADO DE CUENTA
MES / AÑO
XXX-XXX-X 1 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

XXX-XX

NOMBRE COMPLETO

REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES
DOMICILIO, CALLE, COLONIA, CÓDIGO POSTAL,
CIUDAD Y ESTADO EN EL QUE RADICA
TELÉFONO

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

EN ESTE ESPACIO EL DIRECTOR GENERAL PODRÁ RECONOCER PERSONALMENTE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL DISTRIBUIDOR. ADEMÁS, PUEDE SER UTILIZADO PARA REALIZAR ALGUNA INVITACIÓN ESPECIAL AL DISTRIBUIDOR A QUE PARTICIPE EN LOS BONOS ESPECIALES, PARA DAR ALGÚN AVISO EN FORMA GENERAL, DARLE ALGUNA ESPECIFICACIÓN DE SU ESTADO ACTUAL EN LA COMPAÑÍA, O BIEN SIMPLEMENTE PARA RECORDARLE QUE PROXIMAMENTE TENDRÁ QUE RENOVAR SU CONTARO COMO DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE DE LA EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V..

DIRECTOR GENERAL

RESUMEN DE INGRESOS

INGRESOS POR REEMBOLSOS
POR VOLUMEN DE COMPRAS PERSONALES

INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL

INGRESOS MULTINIVEL POR LIDERAZGO

INGRESOS POR BONOS Y PREMIOS
ESPECIALES

TOTAL DE COMPENSACIONES

I.V.A.

TOTAL N\$



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.

DIRECCIÓN
TELÉFONO

ESTADO DE CUENTA
MES / AÑO
XXX-XXX-X 2 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR XXX-XX

NOMBRE COMPLETO
REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES
DOMICILIO, CALLE, COLONIA, CÓDIGO POSTAL,
CIUDAD Y ESTADO EN EL QUE RADICA
TELÉFONO

REEMBOLSOS POR VOLUMEN DE COMPRAS PERSONALES

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE REEMB.	TOTAL REEMB.
-------	-------------------	-----------------	-----------	-------------	--------------

INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS DEL GRUPO PERSONAL

NOMBRE DEL DISTRIBUIDOR PATROCINADO XXX-XX
NIVEL DESCENDENTE EN EL QUE SE ENCUENTRA

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
-------	-------------------	-----------------	-----------	---------------	----------------

NOMBRE DEL DISTRIBUIDOR PATROCINADO XXX-XX NIVEL DESCENDENTE EN EL QUE SE ENCUENTRA

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
-------	-------------------	-----------------	-----------	---------------	----------------

TOTAL N\$

TOTAL N\$



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.

DIRECCIÓN
TELÉFONO

ESTADO DE CUENTA
MES / AÑO
XXX-XXX-X 3 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

XXX-XX

NOMBRE COMPLETO
REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES
DOMICILIO, CALLE, COLONIA, CÓDIGO POSTAL,
CIUDAD Y ESTADO EN EL QUE RADICA
TELÉFONO

INGRESOS POR VOLUMEN DE COMPRAS DEL GRUPO PERSONAL

NOMBRE DEL DISTRIBUIDOR PATROCINADO XXX-XX
NIVEL DESCENDENTE EN EL QUE SE ENCUENTRA

INGRESOS MULTINIVEL POR LIDERAZGO

RESUMEN DE COMPRAS DURANTE EL PERIODO X DE XXXX

ACUMULADO DE COMPRAS PERSONALES

ACUMULADO DE COMPRAS POR GRUPO
LISTA DE LOS DISTRIBUIDORES
DE SU LÍNEA DESCENDENTE

PORCENTAJE FIJO POR LIDERAZGO X %

TOTAL N\$

NOTA: LO EXTENSO DE ESTA SECCIÓN DEPENDERÁ DEL NÚMERO DE DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES ACTIVOS QUE SE ENCUENTREN EN LÍNEA DESCENDENTE DURANTE EL MISMO PERIODO.

CADA UNO DE LOS ESPACIOS CORRESPONDERÁ AL RESUMEN DE COMPRAS QUE HAYA REALIZADO EL DISTRIBUIDOR PATROCINADO.

BONOS Y PREMIOS ESPECIALES

NOTA: ESTOS INGRESOS SÓLO LOS RECIBIRÁ AQUEL DISTRIBUIDOR LÍDER QUE HAYA LOGRADO VENTAS PERSONALES EXTRAORDINARIAS.

TOTAL N\$

TOTAL N\$

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Después de haber realizado la investigación puedo afirmar que las empresas de Multinivel son una verdadera opción para comercializar productos y servicios en México. No sólo para distribuir complementos alimenticios o productos de belleza o para el cuidado personal, sino también se pueden comercializar productos tales como calzado, joyería de fantasía, ropa de playa o despensas; de igual manera funciona para la venta de servicios como lo son los servicios médicos, la venta de seguros o los servicios turísticos.

En mi opinión, la reducción de costos en la distribución de los productos es la base del éxito de las empresas de Multinivel, sumado a los bajos costos de publicidad, salarios, locales, almacenamiento y administración que en estas compañías constituyen sólo una fracción de los grandes gastos de la empresa tradicional. Son estos ahorros, añadidos a los beneficios procedentes de las ventas los que permiten invertir en investigación y desarrollo de productos manteniéndolos de calidad reconocida.

Hoy en día uno de los mayores retos de los empresarios es crear empleos y oportunidades de ocupación digna, estimulante y económicamente atractiva, por lo que para lograr esa meta se requiere de espíritu innovador, audacia empresarial, y rigor en la búsqueda de los mejores productos, partiendo de la realidad actual de México. A través del estudio realizado pude comprobar como empresas de Multinivel como *Omnitrition* de México, que respetando esta filosofía empresarial es una de las pocas empresas de origen jalisciense que reporta crecimiento en la actual coyuntura económica y que registra ventas anuales por encima de los 100 millones de dólares.

No sólo los conocimientos en mercadotecnia son indispensables en las empresas de Multinivel, considero que lo primordial para que una compañía alcance el éxito es sin duda alguna la adecuada y oportuna implantación de sistemas de control. Se requieren de sistemas de control interno confiables en los que se pueda generar información masiva de todos los distribuidores independientes que trabajen en la organización, así la creación de un sistema que englobe todas las operaciones que realice la entidad. Por lo que pienso que son los contadores públicos quienes juegan un papel fundamental para el establecimiento de sistemas de mercadeo por Multiniveles, ya que cumplen con la función de asesores con conocimientos de administración financiera, sistemas de control interno y legislación fiscal.

Por lo que concluyo que el contador público necesita tener los conocimientos y bases de las nuevas tendencias de comercialización que están surgiendo día con día en nuestro país. Pues sólo de esta manera, a la capacidad profesional y a nuestra propia experiencia podremos satisfacer las inquietudes de los empresarios dispuestos a implantar estos nuevos sistemas. Es así como logramos una real y efectiva contribución al desarrollo de nuestra profesión.

APÉNDICE

APÉNDICE

CONTROL CONTABLE DE LAS COMPENSACIONES

La empresa Multinivel, S.A. de C.V. distribuye complementos alimenticios y su principal producto son las vitaminas MULTI. A dos años de su incursión en el mercado tapatío ha logrado consolidar su red de distribuidores. Estos se sienten realmente motivados por los grandes beneficios que les ofrece la empresa Multinivel, S.A. de C.V. con su plan de mercadeo y su atractivo plan de compensaciones.

La tabla de porcentajes de descuento de compras personales de la empresa Multinivel, S.A. de C.V. se muestra a continuación:

PUNTOS VOLUMEN PERSONAL	PORCENTAJE DE DESCUENTO
50 - 100	10 %
101 - 200	20 %
201 - 400	30 %
401 - 500	40 %
500 - MAS	50 %

El sistema de compensación de la empresa Multinivel, S.A. de C.V. es un sistema escalonado con independencia; en la siguiente tabla se exponen los requisitos que debe de cumplir cada distribuidor para calificar en los diferentes niveles que ofrece la compañía, así como los porcentajes de reembolsos por el volumen de compras personales y por el volumen de compras del grupo personal.

Nivel y Requisitos	Descuentos sobre el volumen personal	Porcentaje de reembolso por compras personales	Porcentaje por volumen de compras del grupo personal
Distribuidor Comprar su paquete de iniciación.	20% - 50% Dependiendo del volumen de compra.		
Distribuidor Multi Mantener a cinco distribuidores de primer nivel activos.	50%	5% Si mantiene un volumen de compra personal de 3000 puntos.	
Distribuidor Bronce Mantener a diez distribuidores de primer nivel activos, y cinco en el nivel de distribuidores calificados.	50%	10% Si mantiene un volumen de compra personal de 4000 puntos.	6%
Distribuidor Plata Mantener a quince distribuidores de primer nivel activos, diez en el nivel de distribuidores calificados, y tres distribuidores bronce.	50%	15% Si mantiene un volumen de compra personal de 4000 puntos.	8%
Distribuidor Oro Mantener a cinco distribuidores de primer nivel activos, quince en el nivel de distribuidores calificados, seis distribuidores bronce, y tres distribuidores plata.	50%	20% Si mantiene un volumen de compra personal de 5000 puntos.	10%

Sistema de compensación de la empresa Multinivel, S.A. de C.V..

Isabel Corona Díaz es un distribuidor independiente de la empresa de Multinivel, S.A. de C.V. desde el año pasado y ahora forma parte de los distribuidores oro de la compañía. Durante el mes de octubre de 1995, Isabel Corona recibió el Estado de Cuenta 123-765-A (ver **Anexo 4**), donde se desglosa cada uno de los conceptos por los que ha de recibir el monto total de su cheque de comisiones.

Asientos contables:

1) Al inicio del mes la empresa Multinivel, S.A. de C.V. crea una provisión para el pago de los cheques de comisión de los distribuidores, con base en cifras de meses anteriores.

CONCEPTO	PARCIAL	DEBE	HABER
COMISIÓN POR VOLUMEN DE COMPRAS PERSONALES POR PAGAR		XXXX.XX	
COMISIÓN SOBRE EL VOLUMEN DEL GRUPO PERSONAL		XXXX.XX	
COMISIÓN POR MULTINIVEL DE LIDERAZGO POR PAGAR		XXXX.XX XXXX.XX	
BONOS Y PREMIOS POR PAGAR			XXXX.XX
GASTOS GENERALES			
Comisión por volumen de compras personales			
Comisión sobre el volumen del grupo personal			
Comisión por Multinivel de liderazgo			
Bonos y premios especiales			
Exceso en la provisión del pago de comisiones a distribuidores por el mes de octubre de 1995.			

3A) En caso de que al final del mes la diferencia represente una insuficiencia en el saldo de la provisión creada por concepto del pago de comisiones a distribuidores independientes, se deberá registrar como se muestra a continuación:

CONCEPTO	PARCIAL	DEBE	HABER
GASTOS GENERALES		XXXX.XX	
Comisión por volumen de compras personales			
Comisión sobre el volumen del grupo personal			
Comisión por Multinivel de liderazgo			
Bonos y premios especiales			
COMISIÓN POR VOLUMEN DE			
COMPRAS			XXXX.XX
PERSONALES POR PAGAR			
COMISIÓN SOBRE EL VOLUMEN			XXXX.XX
DEL GRUPO PERSONAL			
COMISIÓN POR MULTINIVEL DE			XXXX.XX
LIDERAZGO POR PAGAR			XXXX.XX
BONOS Y PREMIOS POR PAGAR			
Insuficiencia en la provisión del pago de comisiones a distribuidores por el mes de octubre de 1995.			

ANEXO 1

SOLICITUD Y CONTRATO DEL DISTRIBUIDOR

DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE

Clave del Registro Federal de Contribuyentes con Clave Homologada

Referencia del Expediente (Para uso exclusivo de la oficina)

Este será su Numero de Identificación como Distribuidor

Nombre del Distribuidor (Apellido Paterno, Materno, Nombre) (Deberá llenar este espacio con su nombre o la Denominación o Razón Social de su empresa. Los cheques y reconocimientos saldrán a este nombre)

Nombre del Director, en caso de ser diferente del Nombre del Distribuidor (Apellido Paterno, Materno, Nombre)

Nombre del Cónyuge (Si acaso aplica) (Apellido Paterno, Materno, Nombre)

Clave de Registro Federal de Contribuyentes del Cónyuge

Domicilio Completo (Calle, número y/o letra exterior)

Número y/o letra interior

Colonia/Localidad/Municipio o Delegación

Ciudad

Estado

Código Postal

Lado Teléfono Domicilio

Lado Teléfono de Oficina

Lado Teléfono

Sociedad

Corporación

Negocio Propio

Estado Civil

Casado (a)

Soltero (a)

Información sobre el Patrocinador

Número de Identificación del Patrocinador

Nombre Completo (Apellido Paterno, Materno, Nombre)

Teléfono del Patrocinador

Yo, el (la) suscrito (a), certifico haber leído y estar de acuerdo con los términos y condiciones estipuladas al reverso del presente documento.

Firma

Fecha (mes/día/año)

Firma del Cónyuge

Fecha (mes/día/año)

No se emitirán cheques de comisiones hasta que la Solicitud y Contrato del Distribuidor se requiese en su totalidad y sea aprobado

Distribución: Blanco:

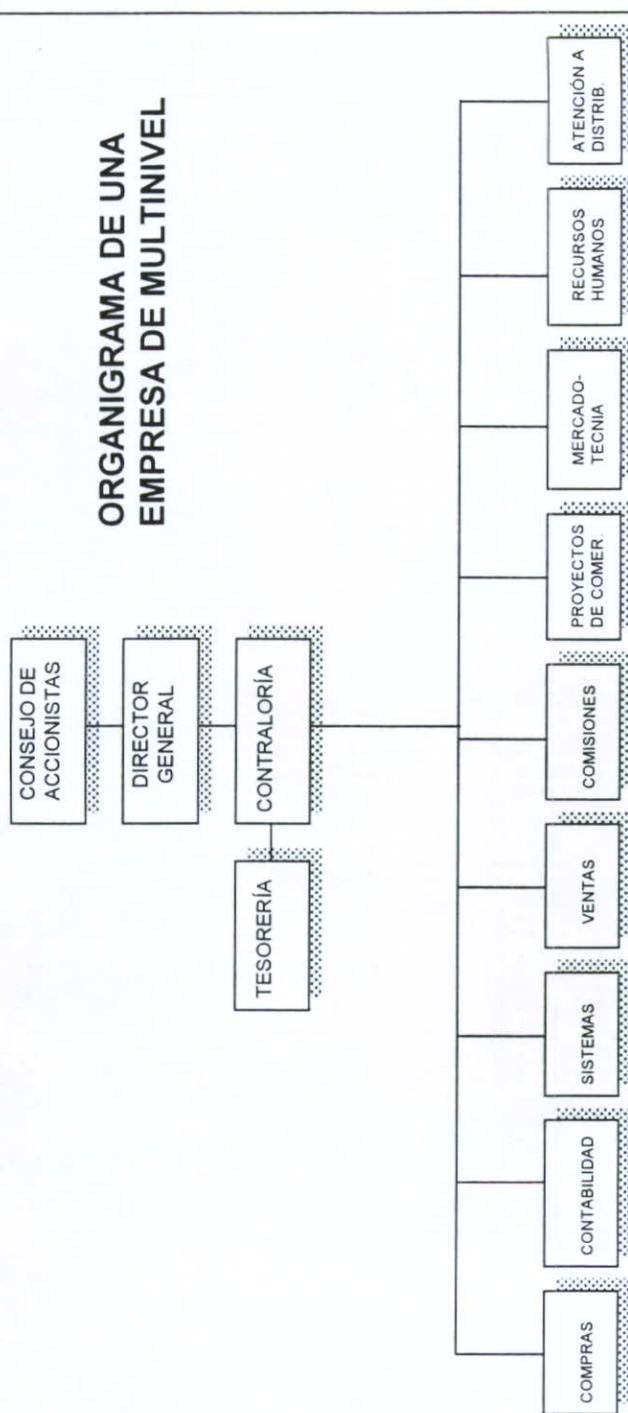
Conser: Distribuidor, Rosa: Patrocinador.

Aceptando los Terminos y Condiciones de este Solicitudes y Contrato, someto mi Solicitud para convertirme en Distribuidor Independiente de acuerdo a las siguientes cláusulas:

1. Ser Mayor de 18 años, y tener edad legal para obligarme en la Republica Mexicana, en el momento de aceptar y participar en este Contrato.
2. Me convertire en Distribuidor de _____ en el momento en que _____ somete mi solicitud. Como Distribuidor tendre el derecho de vender los productos ofrecidos por _____ de acuerdo al Plan de Mercadotecnia y las normas contenidas en el Manual para el Distribuidor. El cual podra ser anulado de tiempo en tiempo por _____ a su sola discrecion.
3. Entiendo que sere un Distribuidor Independiente y no un empleado de _____ asi como sere mi sola y absoluta responsabilidad de acuerdo a las leyes fiscales, el pago de todos los impuestos locales y federales causados por mi actividad como comisionista independiente, obligaciones de reconocimiento y me obligo a cumplir para ser aceptado como Distribuidor
- 3.1 Será mi sola y absoluta responsabilidad decidir cuando y donde vendere los productos ofrecidos por _____
- 3.2 Yo estare en libertad de elegir mis propios metodos en relacion con la venta de los productos ofrecidos por _____ provisto que dichos metodos no causen un conflicto con este Contrato, el Plan de Mercadotecnia o el Manual para el Distribuidor.
- 3.3 Yo podre aceptar y realizar trabajo en beneficio de terceras personas y soy libre para determinar mis propios horas en relacion a la venta de los productos ofrecidos por Starlight.
- 3.4 Yo no sere requerido (a) a prestar mis servicios en las instalaciones de _____
- 3.5 Cualquier gasto de viaje o negocios en que yo incurra en relacion con la venta de los productos ofrecidos por _____, serán mi sola y absoluta responsabilidad y no me serán reembolsados por _____ y.
- 3.6 Yo no recibire salario alguna en relacion a mi estado de Distribuidor de _____ y comprando que será compensado exclusivamente por el volumen de productos ofrecidos por _____ que yo venda.
4. Yo absuelvo y me comprometo a indemnizar y mantener libre de responsabilidad a _____ por acciones u omisiones causadas por mi como Distribuidor de _____
5. Yo entiendo que no podre hacer enunciaciones o representaciones de ninguna naturaleza en relacion con _____ y sus productos fuera de las aprobadas y proporcionadas por _____ asi como reconocimiento que utilizara, exclusivamente literatura y materiales impresos autorizados y disponibles para mí por la Empresa en relacion con la venta de sus productos.
6. Entiendo y acepto que solo _____ podra reasignar este Contrato a terceras personas o entidades legales.
7. El termino de este Contrato sera de un año. Sujeto a la Cláusula 18, este Contrato sera automaticamente renovado al recibir de la cuota anual que no excedera de \$5
8. Yo entiendo que como Distribuidor de _____, yo podre cancelar mi participacion en el Plan de Mercadotecnia en cualquier momento y por _____ cualquier razón, en cuanto notifique a Starlight por escrito.
9. Yo entiendo que para convertirme en Distribuidor de _____ no es requisito efectuar una compra.
10. Yo me he familiarizado con los productos _____ asi como sus descripciones, y reconozco que dichos productos no son considerados medicinas para el tratamiento de enfermedades o desórdenes, sean éstos de origen mental o fisico. Asi como reconozco que no participare en diagnósticos, prognosis, evaluaciones, tratamientos, descripcion, manejo o remedio de dichas enfermedades o desórdenes, fisicas o mentales, en mi calidad de Distribuidor de _____
11. Yo reconozco y acepto que aunque _____ utilizara sus mejores esfuerzos para abastecerme del producto que yo ordene como Distribuidor _____ no sera responsable en forma alguna por cualquier demora en el embarque.
12. Sujeto a la Cláusula 18, yo reconozco que este Contrato se mantendra en efecto durante el tiempo que yo, directa o indirectamente, venda los productos _____ con el entendimiento que mi titulo en el Plan de Mercadotecnia asi como la cantidad de mis comisiones, pueda de tiempo en tiempo cambiar, debido a mi nivel de ventas de productos _____ y actividades relacionadas.
13. Yo reconozco que he leído, entendido y aceptado los terminos anteriormente descritos del presente Contrato.
14. El presente Contrato no sera efectiva _____ hasta la aceptacion por _____
15. Yo entiendo que no podre ser propietario o tener interes financiero en mas de una Distribucion de _____, Esposa y esposo podran solamente tener una sola distribucion.
16. Este Contrato sera regido por las leyes de la Republica Mexicana.
17. Reconozco y acepto que _____ a su sola discrecion, podra terminar este Contrato por violacion mia a cualquier clausula del presente Contrato
18. Sera obligacion del Distribuidor comisionista independiente presentarnos para archivo, copia de us Registro Federal de Contribuyentes homologado, para a recibir el primer cheque de regalios o bonos.
19. Si alguna de las clausulas del presente Contrato fuese declarada inaplicable legalmente, las clausulas restantes no se afectaran, y por lo tanto, se aplicaran al termino maxima permitido por la Constitucion.

ANEXO 2

ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA DE MULTINIVEL



CONTABILIDAD

ASESORÍA
FISCAL

INGRESOS

COMISIONES

COMPRAS

CONTROL DE
CALIDAD

ALMACÉN

VENTAS

ALMACÉN

EMBARQUES

SISTEMAS

RED

CREACIÓN DE
SOFTWARE

COMISIONES

CHEQUES

ESTADOS DE
CEUNTA

PROYECTOS
COMERCIALES

NACIONALES

INTERNACIONALES

MERCADO-
TECNIA

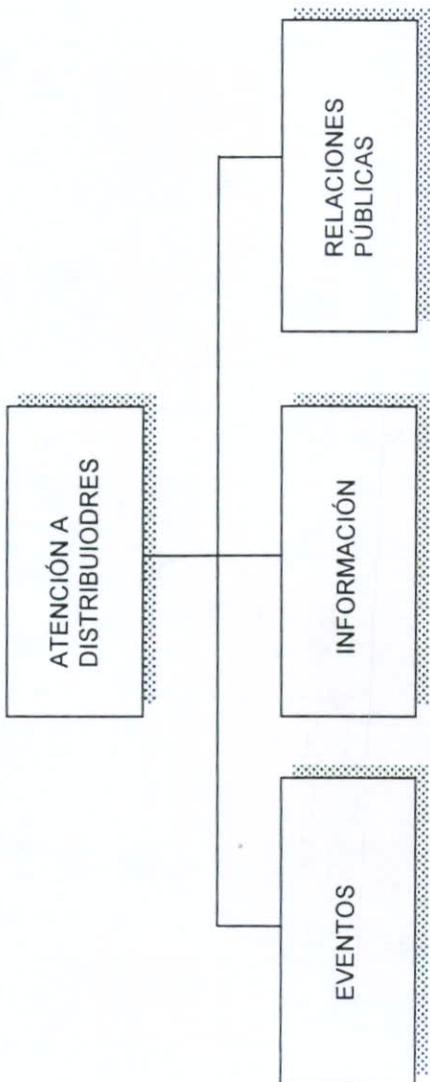
IMAGEN Y
DISEÑO

PUBLICACIONES

RECURSOS
HUMANOS

CONTRATACIÓN

NÓMINAS



ANEXO 3



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.
LA LUNA N° 68, COL. SATELITE, C.P.46201.
TELS. 1-26-45-78 Y 1-26-45-79.

ESTADO DE CUENTA
OCTUBRE / 1995
123-765-A 1 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

123-93

ISABEL CORONA DÍAZ
CODI-620611-HC5
PRADOS MORELIA N° 245, FRACC. EL VALLE, 43003,
GAJADALAJARA, JALISCO
8-29-34-77

MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

¡FELICIDADES ISABEL!

HAS SIDO SELECCIONADA PARA PARTICIPAR EN
NUESTRO CONCURSO VENTA-MULTI-ORO POR
TU GRAN ESFUERZO REALIZADO DURANTE
ESTOS SEIS MESES, POR LO QUE TENDRÁS
LA OPORTUNIDAD DE GANAR UN VIAJE A LAS
ISLAS GRIEGAS TODO PAGADO PARA DOS
PERSONAS, ADELANTE Y MUCHA SUERTE!


MULTINIVEL
DIRECTOR GENERAL

RESUMEN DE INGRESOS

INGRESOS POR REEMBOLSOS POR VOLUMEN DE COMPRAS PERSONALES	913.00
INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS DEL GRUPO PERSONAL	5815.50
INGRESOS MULTINIVEL POR LIDERAZGO	9226.75
INGRESOS POR BONOS Y PREMIOS ESPECIALES	0.00
TOTAL DE COMPENSACIONES	15,955.25
I.V.A.	2393.29

TOTAL N\$

18,348.54



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.
 LA LUNA N° 68, COL. SATELITE, C.P.46201.
 TELS. 1-26-45-78 Y 1-26-45-79.

ESTADO DE CUENTA
 OCTUBRE / 1995
 123-765-A 2 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

123-92

ISABEL CORONA DÍAZ
 CODI-620611-HC5
 PRADOS MORELIA N° 245, FRACC. EL VALLE, 43003,
 GAUADALAJARA, JALISCO
 8-29-34-77

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
 DEL GRUPO PERSONAL**

ANA ROMERO ALFARO
 NIVEL: DISTRIBUIDOR PLATA
 456-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
05-OCT-95	95620	256	1280.00	10%	128.00
14-OCT-95	45621	320	1600.00	10%	160.00
TOTAL N\$					398.00

**REEMBOLSOS POR VOLUMEN DE
 COMPRAS PERSONALES**

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE REEMB.	TOTAL REEMB.
02-OCT-95	23456	145	725.00	20%	145.00
05-OCT-95	45662	276	1380.00	20%	276.00
18-OCT-95	47065	156	780.00	20%	156.00
23-OCT-95	54021	174	870.00	20%	174.00
29-OCT-95	58920	162	810.00	20%	162.00
TOTAL N\$					913.00

JOAQUIN DUARTE PEREZ
 NIVEL: DISTRIBUIDOR PLATA
 625-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
03-OCT-95	12562	262	1310.00	10%	131.00
21-OCT-95	32561	350	1750.00	10%	175.00
TOTAL N\$					306.00



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.
LA LUNA N° 68, COL. SATÉLITE, C.P.46201.
TELS. 1-26-45-78 Y 1-26-45-79.

ESTADO DE CUENTA
OCTUBRE / 1995
123-765-A 3 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

123-92

ISABEL CORONA DÍAZ
CODI-620611-HC5
PRADOS MORELIA N° 245, FRACC. EL VALLE, 43003,
GAJADALAJARA, JALISCO
8-29-34-77

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**

CARMEN LOMELÍ LIZANO
NIVEL: DISTRIBUIDOR BRONCE

426-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
10-OCT-95	45692	310	1550.00	10%	155.00
30-OCT-95	51266	100	500.00	10%	50.00
TOTAL N\$					205.00

SILVIA HERNÁNDEZ CASTRO
NIVEL: DISTRIBUIDOR PLATA

164-93

ANTONIO QUINTERO CHAVEZ
NIVEL: DISTRIBUIDOR BRONCE

012-94

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
15-OCT-95	45621	155	775.00	10%	77.50
30-OCT-95	15628	360	1800.00	10%	180.00
TOTAL N\$					257.50

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
03-OCT-95	15646	415	2075.00	10%	207.50
TOTAL N\$					207.50

NORMA DELGADOABURTO
NIVEL: DISTRIBUIDOR BRONCE

488-93

JOEL LOPEZ LOPEZ
NIVEL: DISTRIBUIDOR BRONCE

155-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
27-OCT-95	78545	556	2780.00	10%	278.00
TOTAL N\$					278.00

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
15-OCT-95	65466	400	2000.00	10%	200.00
TOTAL N\$					200.00



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.
LA LUNA N° 68, COL. SATÉLITE, C.P.46201.
TELS. 1-26-45-78 Y 1-26-45-79.

ESTADO DE CUENTA
OCTUBRE / 1995
123-765-A 4 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR 123-92

ISABEL CORONA DÍAZ
CODI-620611-HC5
PRADOS MORELIA N° 245, FRACC. EL VALLE, 43003,
GAUADALAJARA, JALISCO
8-29-34-77

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**

HILDA JUAREZ HERNANDEZ
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO 321-94

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
28-OCT-95	75466	450	2250.00	10%	225.00
TOTAL N\$					225.00

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**

GERARDO MONTES OROZCO
NIVEL: DISTRIBUIDOR BRONCE 625-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
06-OCT-95	45875	520	2600.00	10%	260.00
TOTAL N\$					260.00

MARCELA BOLAÑOS SOTO
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO 701-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
25-OCT-95	65493	405	2025.00	10%	202.50
TOTAL N\$					202.50

PABLO ARENAS TORRES
NIVEL: DISTRIBUIDOR BRONCE 953-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
01-OCT-95	78452	213	1065.00	10%	106.50
19-OCT-95	78964	325	1625.00	10%	162.50
TOTAL N\$					269.00

GUILLERMO TEJADA PIÑA
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO 465-94

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
11-OCT-95	46582	550	2750.00	10%	275.00
TOTAL N\$					275.00



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.
LA LUNA N° 68, COL. SATÉLITE, C.P.46201.
TELS. 1-26-45-78 Y 1-26-45-79.

ESTADO DE CUENTA
OCTUBRE / 1995
123-765-A 5 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

123-92

ISABEL CORONA DÍAZ
CODI-620611-HC5
PRADOS MORELIA N° 245, FRACC. EL VALLE, 43003,
GAUADALAJARA, JALISCO
8-29-34-77

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**

BENJAMÍN PROTILLO SANTOS
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

156-95

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
10-OCT-95	75411	452	2260.00	10%	226.00
TOTAL N\$					226.00

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**

232-95

JOAQUÍN MENDOZA COLMENARES
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

903-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
30-OCT-95	12545	434	2170.00	10%	217.00
TOTAL N\$					217.00

LETICIA FERNÁNDEZ FIGUEROA
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
04-OCT-95	45921	564	2820.00	10%	282.00
TOTAL N\$					282.00

PEDRO OLIVARES INÍGUEZ
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

636-94

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
14-OCT-95	31547	567	2835.00	10%	283.50
TOTAL N\$					283.50

NATALI SALAZAR PEÑA
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

530-94

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
27-OCT-95	46875	426	2130.00	10%	213.00
TOTAL N\$					213.00

**EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.**

LA LUNA N° 68, COL. SATELITE, C.P.46201.

TELS. 1-26-45-78 Y 1-26-45-79.

ESTADO DE CUENTA

OCTUBRE / 1995

123-765-A 6 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

123-92

ISABEL CORONA DÍAZ

CODI-620611-HC5

PRADOS MORELIA N° 245, FRACC. EL VALLE, 43003,

GAUADALAJARA, JALISCO

8-29-34-77

**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**

ULISES YSAB TERRAZAS

NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

784-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
30-OCT-95	14785	500	2000.00	10%	200.00

TOTAL N\$ 200.00

JENIFFER RAMIREZ ESQUIVEL

NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

051-95

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
01-OCT-95	25874	487	2435.00	10%	243.50

TOTAL N\$ 243.50**INGRESOS POR EL VOLUMEN DE COMPRAS
DEL GRUPO PERSONAL**OSWALDO QUEZADA GUTIERREZ
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

367-95

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
20-OCT-95	32147	400	2000.00	10%	200.00

TOTAL N\$ 200.00

SUSANA ALTAMIRA DUEÑAS

NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

521-94

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
01-OCT-95	25883	145	725.00	10%	72.50
27-OCT-95	36951	365	1825.00	10%	182.50

TOTAL N\$ 255.00

FERNANDO GOMEZ HUERTA

NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

724-93

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL N\$	% DE COMISIÓN	TOTAL COMISIÓN
12-OCT-95	32145	258	1280.00	10%	128.00
30-OCT-95	44658	153	765.00	10%	76.50

TOTAL N\$ 204.50



EMPRESA DE MULTINIVEL, S.A. DE C.V.

DIRECCIÓN
TELÉFONO

ESTADO DE CUENTA
OCTUBRE / 1995
123-765-A 7 / 3

DATOS DEL DISTRIBUIDOR

123-92

ISABEL CORONA DÍAZ
CODI-G20611-HC5
PRADOS MORELIA N° 245, FRACC. EL VALLE, 43003,
GAJADALAJARA, JALISCO
8-29-34-77

INGRESOS MULTINIVEL POR LIDERAZGO

RESUMEN DE COMPRAS DURANTE EL 2° TRIMESTRE DE 1995

ACUMULDAO DE COMPRAS PERSONALES	N\$ 9560.00
ACUMULADO DE COMPRAS POR GRUPO LISTA DE LOS DISTRIBUIDORES DE SU LINEA DESCENDENTE	174975.00

INGRESOS POR VOLUMEN DE COMPRAS DEL GRUPO PERSONAL

CARLOS TELLEZ FLORES		658-94	
NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO			
FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL COMISIÓN
12-OCT-95	25874	405	2025.00
			10%
			202.50
TOTAL N\$		202.50	

TOTAL N\$ 202.50

JUAN QUEVEDO URIBE

677-94

NIVEL: DISTRIBUIDOR CALIFICADO

FECHA	NÚMERO DE FACTURA	TOTAL DE PUNTOS	TOTAL COMISIÓN
10-OCT-95	75641	410	2050.00
			10%
			205.00
TOTAL N\$		205.00	

TOTAL N\$ 205.00

¡ADELANTE Y MUCHA SUERTE!

TOTAL N\$ 0.00

BONOS Y PREMIOS ESPECIALES

ANEXO 4

EMPRESAS DE MULTINIVEL ACTIVAS EN MÉXICO

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCIÓN
JALISCO		
Beverly Hills Internacional, S.A. Grupo Financiero	Nutrición y cuidado personal.	Honduras 309. Col. 5 de Diciembre. Puerto Vallarta, Jal. 48530
Herbalife Internacional de México, S.A de C.V.	Nutrición.	Av. Washington 200. Sector Reforma. Guadalajara, Jal. 44460
Omnitrition de México, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Paseo del Prado 387. Col. Lomas del Valle. Zapopan, Jal. 45129
Starlight International de México, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Av. Vallarta 1173 Guadalajara, Jal. 44160.
Vitality de México	Nutrición.	José Guadalupe Montenegro 2116-2. Col. Obrera. Guadalajara, Jal. 44420.
Uncobe	Club de compras.	Los Arcos 825 Guadalajara, Jal. 44160
REPÚBLICA MEXICANA		
Amway de México, S.A. de C.V.	Varios.	Washington 539, Ote. Col. Centro, Monterrey N.L. 64004
Aseguradoras Internacionales, S.A. de C.V., Grupo Financiero	Seguros de Vida.	Paseo de la Reforma 383-5 Col. Cuauhtemoc, México, D.F. 06700
Colors de France	Nutrición, Cuidado personal.	Colima 300, Col. Roma México, D.F. 06700
Emusol, S. A de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Av. Independencia 188 Col. Independencia, México, D.F. 03020
Enrich Internacional, S.A. de C.V.	Nutrición.	Sinaloa 39, Col. Roma México, D.F. 06700
Enviro Tech	Limpieza, cuidado ambiental.	Río Tiber 87-401-b Col. Cuauhtemoc, México, D.F. 06700
Forever Living Products México, S.A. de C.V.	Cosméticos, Nutrición.	Havre 58, Col. Juárez México, D.F. 06600

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCIÓN
Fuerza Uno Internacional, S.A. de C.V.	Club Compras.	Av. de las Naciones 1-15, Of. 26, Col. Nápoles Edo. de México, 03810.
Grupo Ideal, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Prol. Ind. Eléctrica 19 Naucalpan, Edo. de México, 53370.
Lametco, S.A. de C.V.	Nutrición.	José Alvarado 25-a Col. Roma, México, D.F. 06700.
Life & Victory de México, S.A. de C.V.	Nutrición.	Izteopan 207, Col. Letrán Valle, México, D.F. 03650.
Mary Kay Cosmetics de México, S.A. de C.V.	Cosméticos.	Zaragoza 1300 Sur Col. Centro Monterrey, N.L. 64000.
Matol Botánica de México, S.A. de C.V.	Nutrición.	Rembrandt 27 Col. Mixcoac, México, D.F. 03910.
Metropolitan Alliance Corp.	Club Vacacional.	Victor Hugo 77 Col. Nueva Anzures México, D.F. 11590.
Mexpe, S.A. de C.V.	Servicio larga distancia.	David Alfaro Siqueiros 25 Edif. Norma 306, Zona RíoTijuana, Baja California, 22320.
Multicom	Servicio larga distancia.	Alvaro Obregón 151-103 Col. Roma México, D.F. 06700.
Multired	Varios.	Emerson 304, 1º piso Col. Polanco, México, D.F. 11570.
Nanci Internacional de México. S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Orizaba 139 p.b., Col. Roma México, D.F. 06700.
Nature's Shine	Nutrición.	Av. Alvaro Obregón 89 Col. Roma México, D.F. 06700.
Neo Life México, S.A. de C.V.	Nutrición.	Quintana Roo 12 Col. Roma México, D.F. 06760

NOMBRE DE LA EMPRESA	PRODUCTO	DIRECCIÓN
Neways de México, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Ayuntamiento 27 Col. del Carmen, Coyoacán México, D.F. 04000
Nikken de México, S. A. de C.V.	Biomagnetismo y nutrición.	Arquímides 45, Col. Polanco México, D.F. 11560
Nu Skin de México, S. A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Arquímides 130, Mez. 200 Col. Polanco México, D.F. 11560
Oriflame México, S.A. de C.V.	Cuidado personal.	Comunal 56 Col Acacias del Valle México, D.F. 03240
Quorum de México, S.A. de C.V.	Alarmas y cuidado personal.	Ejercito Nacional 418 p.b. Col. Chapultepec Morales México, D.F. 11570
Reliv de México, S.A. de C.V.	Nutrición.	Morelos 50, Col. Centro México, D.F. 06040
Royal Bodycare, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Blvd. Javier Rojo Gómez 102-200 Pachuca, Hidalgo, 42086
Seguros Interamericana, S.A.	Seguros de vida.	Concepción Beistegui 1458, Col. Narvarte México, D.F. 03020
Shaklee México, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Blvd. Avila Camacho 40 El Parque Naucalpan Edo. de México. 53390
Sistema M.G., S.A. de C.V.	Ropa.	Fray Servando Teresa de Mier 172-2, Col. Centro México, D.F. 06090
Sporton Internacional de México, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Amores 262, Col. del Valle México, D.F. 03100
Sunrinder México, S.A. de C.V.	Nutrición y cuidado personal.	Río San Joaquín 436 Col. Ampliación Granada México, D.F. 11520
Ucelw Center, S.A. de C.V.	Varios.	Palenque 107, Col. Narvarte México, D.F. 03020

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

BAUCHE GARCIADIEGO, Mario.

La Empresa, Porrúa, México, 1983, pp. 690.

CLOTHER, Peter.

Marketing Multi-Nivel, Ann Young, Word Factory / Promociones Jumerca, s.l., 2ª de 1992, pp. 247.

GARCÍA, Resa.

Contabilidad de Sociedades, Contables Administrativas, México, 6ª ed., 1991, pp. 278.

GUAJARDO, Gerardo; Phebe M. WOLTZ, y Richard t. ARLEN.

Contabilidad, Mc-Graw Hill Interamericana de México, México, 1990, pp. 590.

KAPLAN, Cyndi.

Las Mujeres en los Negocios, Susana Liberti, Selector, México, 1994, pp. 286.

MORENO FERNANDEZ, Joaquín.

Contabilidad Básica, Mc-Graw Hill Interamericana de México, México, 1990, pp. 312. (Serie de Contabilidad Financiera 1)

TAPIA SALINAS, Carlos A.

Guía Entrepreneur de Multinivel para el Distribuidor Independiente", s.d. pp. 89.

Brevario Fiscal.

Editorial Themis, S.A. de C.V., 1995.

Código de Comercio y Leyes Complementarias.

Porrúa, México, 1991.

Entrepreneur Business. Guide N° 1222, New Business Oportunity, Cal., U.S.A.,
1992.

Normas y Procedimientos de Auditoría Generalmente Aceptados.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C., 1993.

Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C., México., 1992.

Paquete de Patrocinio.

Omnitrition de México, S.A. de C.V.

Entrenamiento con miembros del equipo de expansión nacional.

Herbalife Internacional de México, S.A. de C.V.

Folleto de Presentación Promocional

Nature's Sunshine Products.

Guía de Negocios.

Mátol Botánica de México, S.A. de C.V., Agosto, 1993.

Manual de referencia para su negocio.

Amway de México, S.A. de C.V.

Manual de Bienvenida.

Starlight International, S.A. de C.V.

Plan de compensación, Pólizas y Procedimientos.

Nanci. Internacional de México, S.A. de C.V.

Tesis
arttek
... Las mejores!!

TESIS • ENCUADERNADOS
FINOS Y RUSTICOS

AV. AMERICAS No. 880 Esq. Colomos
Tel. 817-07-07
Guadalajara, Jal.

AV. UNION No. 135 Esq. López Cotilla
Tel. 616-62-71
Guadalajara, Jal.