

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología
Escuela de Ciencias Económicas y Empresariales
Candidatura al MBA con énfasis en Mercadeo

Monografía

Tema

Venta Directa Bajo un Enfoque de Emprendedurismo Social: Identificación del Emprendedurismo Social Dentro del Modelo de Negocios de BELCORP Costa Rica.

Estudiante:

Laura Beatriz Aguilar Quinteros

2013

VENTA DIRECTA BAJO UN ENFOQUE DE EMPRENDEDURISMO SOCIAL: IDENTIFICACIÓN DEL EMPRENDEDURISMO SOCIAL DENTRO DEL MODELO DE NEGOCIOS DE BELCORP COSTA RICA.

Laura Aguilar Quinteros

Escuela de Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT), Costa Rica

laura.aguilar0108@gmail.com

RESUMEN

En el siguiente artículo se identifican los principales aspectos que vuelven a un proyecto cualquiera, en un proyecto de emprendedurismo social, con el fin de identificar si dentro de algunos esquemas de negocios desarrollados fuera de ese esquema se encuentran elementos importantes que los relacionen con el concepto, y que por ende generan un impacto positivo dentro de la sociedad, sin ser necesariamente acciones de “responsabilidad social empresarial”. Así mismo se busca específicamente reconocer aspectos del emprendedurismo social dentro del esquema de negocios de Belcorp, una de las compañías más grande de Latinoamérica, dedicada a la venta de cosméticos y a la autorrealización del sector femenino, a través de un sistema de negocios de venta directa, para el cual su fuerza comercial independiente está conformada preferiblemente por mujeres. Dentro de la investigación se pretende identificar también si se beneficia con este esquema de negocios a un sector de la población: Madres solteras de clase baja.

PALABRAS CLAVE:

Belcorp, Venta Directa, Emprendedurismo Social, Consultora y Autorealización.

ABSTRACT

In the following article identifies the key issues that any project again at a social entrepreneurship project in order to identify if within a few business schemes developed out of this scheme are important elements that relate to the concept , and therefore generate a positive impact in society, not necessarily acts of "corporate social responsibility". It also seeks to specifically recognize aspects of social entrepreneurship within the business model of Belcorp, one of Latin America's largest companies dedicated to the sale of cosmetics and women's self-realization through a system of Direct Selling Business , for which independent sales force is formed preferably by women. Within the research is to identify if also benefits from this business model to a sector of the population: Low Class Single Mothers.

KEYWORDS:

Belcorp, Direct Sales, Social Entrepreneurship, Consultant and self-realization.

INTRODUCCIÓN

Es muy común identificar a los emprendedores como agentes de cambio, individuos con capacidades empresariales que se dedican al desarrollo de un proyecto con beneficios económicos para sí, sin embargo la referencia básica de estos individuos debe ser la de hacedores de sueños, sueños vueltos realidad, siendo esta la diferencia esencial entre un administrador y un verdadero emprendedor.

A través de la historia existen muchos ejemplos de emprendedores famosos que alcanzaron el éxito después de múltiples intentos, los cuales enfrentaron llenos de decisión y tenacidad. Un ejemplo emblemático de esto es Henry Ford, quien es un ícono del emprendedurismo de antaño. El joven Ford se caracterizó por ser apasionado y comprometido con sus sueños, los cuales iban más allá de las posibilidades conocidas al momento, pasión que lo llevó a ser el primer fabricante de automóviles en masa del mundo. Avanzando un poco más en la historia se encuentran emprendedores contemporáneos y de gran éxito, tal es el caso del recientemente fallecido Steve Jobs quien fue nombrado por la revista Fortune, como “El Emprendedor Más Destacado de la Historia Moderna”, dentro de su artículo “Los 12 Emprendedores Más Importantes de la Historia Moderna” (BYRNE, 2013), Jobs se caracterizó por ser un innovador cuyas principales fortalezas eran su seguridad y su agudo sentido de percepción, los cuales utilizaba para intuir las necesidades del mercado de forma inexplicable, características que le permitieron como a Henry Ford, ver más allá de las posibilidades que ofrecía el entorno.

Hablar de emprendedurismo como se ve en el párrafo anterior es hablar de gente con garra, con fuerza y valentía para navegar contra la corriente, sin embargo ambos ejemplos están basados en esfuerzos para obtener éxito individual, los cuales impactan a la economía pero no impactan a la sociedad de forma directa, pues aunque sí son generadores de fuentes de empleo e inspiración, no aportan directamente al desarrollo de otros emprendedores para que marquen su propio camino y escriban su historia personal, es por esto que hoy en día surge un nuevo concepto de emprendedurismo, conocido como “Emprendedurismo social”, el cual viene a romper paradigmas sobre la forma de “hacer negocios”, puesto que lo lleva a un plano diferente, a un escenario de impacto social, permitiendo la mejora no de “individuos con buenas ideas” sino siendo un generador de posibilidades que permitan un cambio importante dentro de un grupo de Laura Beatriz Aguilar Quinteros. Candidata al MBA con énfasis en Mercadeo de ULACIT. 4
E-mail: laura.aguilar0108@gmail.com

personas que al momento no lo han tenido. Un emprendedor social es un agente de cambio, comprometido con la generación de oportunidades para que otros obtengan beneficios y no únicamente con el desarrollo personal (FUENTE, ABC.es, 2011).

A pesar de los múltiples beneficios que tiene este enfoque del emprendedurismo en la sociedad, aún resulta un concepto desconocido dentro del ambiente empresarial y de negocios, tanto se da que es usual que sea confundido con el término “responsabilidad social empresarial”, con el cual tiene en común únicamente el enfoque de mejorar o aportar al progreso de un conflicto social; por lo que es probable que debido al desconocimiento del término dentro de la empresa privada muchas lo utilicen de forma equivocada o lo estén implementen en su esquema de negocios sin saberlo o identificarlo como tal.

La venta directa es un esquema de negocios que en los últimos años ha tomado mucho auge, es por esto que se considera importante el planteamiento de la siguiente interrogante, utilizando de forma específica a una de las 3 empresas más grandes en Latinoamérica que lo practica, Belcorp:

¿Cuenta el modelo de venta directa de Belcorp con un verdadero enfoque de Emprendedurismo social para con las madres solteras de clase baja en Costa Rica que forman parte del equipo de consultoras en la compañía?

Dada la importancia del cuestionamiento, el objetivo principal de esta investigación es evaluar el modelo de venta directa de Belcorp para reconocer si existe un enfoque de emprendedurismo social que beneficie a las madres solteras de clase baja en Costa Rica, que forman parte del equipo de consultoras en la compañía.

Para conseguir este objetivo se llevará a cabo una investigación cualitativa, no experimental de tipo transaccional, con alcance exploratorio, puesto que se pretende descubrir y hacer una descripción de las bases sobre las cuales descansa el modelo de negocios de Belcorp en relación con el emprendedurismo social. Esto se hará a través de la recolección de datos basada en la realización de 5 entrevistas a profundidad, las cuales se aplicarán a equipos de ventas de la compañía (Gerente de región y Gerente de Zona) puesto que ellas tienen un contacto directo con las consultoras, quienes deben ser las principales beneficiadas, de existir un esquema de emprendedurismo social en el modelo de negocios de Belcorp; así mismo se entrevistará a la encargada del programa de Consultoras Líderes en la compañía, además de algunas consultoras, madres solteras, inscritas en la compañía.

Laura Beatriz Aguilar Quinteros. Candidata al MBA con énfasis en Mercadeo de ULACIT.

5

E-mail: laura.aguilar0108@gmail.com

La muestra que participa en este estudio ha sido seleccionada como no probabilística y por conveniencia, siendo todos parte, en alguna medida, de la corporación en estudio, la cual tiene su base regional en Costa Rica que es nuestro país de referencia.

Con esta investigación no se pretende entregar información específica sino más bien generar respuestas relevantes sobre un tema que nos compete a todos como sociedad y de alguna forma enriquecer el bajo conocimiento que se tiene sobre un tema tan importante como lo es el emprendedurismo social, por lo tanto, este proyecto se considera como la base para estudios más específicos que pudieran realizarse en el futuro.

Los resultados de esta investigación serán de interés tanto para estudiantes de licenciaturas y maestrías en negocios, como para emprendedores y/o empresarios que busquen no solo el desarrollo de sus ideas o negocios, sino que estén igualmente interesados en provocar un cambio dentro de la sociedad, a través de un modelo de negocios que busque la coexistencia entre los objetivos empresariales y objetivos sociales, en función del bien de aquellos considerados como marginados o que no se encuentren bajo la cobertura de otros proyectos que potencien sus aptitudes o habilidades para el auto sostenimiento de sus hogares (no asistencialismo).

ASPECTOS TEÓRICOS

Un emprendedor es un cazador de oportunidades por excelencia, personas con habilidades y aptitudes que les permiten organizar un proyecto y ponerlo en marcha. De acuerdo con la historia Richard Cantillon fue el primero en dar una definición sobre “emprendedor”, mencionando que “el espíritu emprendedor implica tomar el riesgo de comprar a precios seguros y vender a precios inciertos” (Stevenson, Roberts, & Irving, 1998), es decir grandes retos para pequeños inversores, pues una de las principales características de estos es que no suelen ser empresarios, sino principiantes en pequeños proyectos que crecen con el pasar de los años.

Es importante mencionar que no todo empresario resulta ser un emprendedor y viceversa, ya que es común que algunos tengan un enfoque relacionado al rendimiento de capital, como dice Planellas (2003), cuentan con una visión administrativa más que de emprendimiento de nuevos proyectos; aspecto básico para la definición de un emprendedor, puesto que estos a través de la historia han sido personas poco aversivas al riesgo, agentes de cambio y desarrollo que generan “nuevas formas de realizar las cosas”, tal es el caso del Almirante Zheng He (1371) quien fue el primer comerciante registrado como facilitador de productos chinos a todo el mundo por medio de sus múltiples viajes, y Pierre Omidyar (1967), quien es la versión actual del Almirante Zheng, puesto que fue el creador del prototipo para Ebay en 1995, que según Emprendaria (2008) resulta una tienda virtual que igualmente comercializa productos al rededor del mundo a través de la web. Cada uno de ellos impactó su entorno gracias a la ejecución de un proyecto nuevo dentro de su contexto histórico.

Para Flores, Spinosa y Dreyfus (2000) actualmente existe una tendencia al análisis y fomento del emprendedurismo, como un fenómeno de mayor impacto y complejidad, tomando en cuenta factores culturales, sociales y económicos; llegando a identificarlo como clave para el desarrollo económico de los países, Flores et al. (2000) proponen la creación de redes solidarias que fortalezcan a los emprendedores, con el fin de volverlos protagonistas de un bien público y no un bien individual como se ha concebido usualmente. Esta tendencia actual de los países y autores ha llevado a la generación de un nuevo concepto, el Emprendedurismo Social, que para la Universidad Pontificia Comillas (2013) conlleva los siguientes aspectos:

- Creación de Valor Social
- Uso de Principios y Herramientas Empresariales
- Soluciones Innovadoras a Problemas Sociales
- Cambio Social

De acuerdo con un informe de la Universidad Pontificia Comillas (2013), un emprendimiento social tendría en común 2 factores importantes, “la conciencia de un problema social y la voluntad de cambiarlo, de modo que los emprendedores no sean solo agentes de cambio en cuanto a innovación empresarial, sino también fomenten en cambio y mejora de la sociedad en la que se encuentran” (p.8). El mismo documento expresa que se puede identificar un emprendimiento social cuando:

- Hay una misión para crear y mantener un valor social
- Se buscan, encuentran y persiguen nuevas oportunidades para servir a dicha misión. De forma permanente.
- Existe un compromiso de innovación, adaptación y aprendizaje continuo.
- El proyecto no se paraliza por limitantes de recursos en un momento dado.
- Se muestra una intensa y continua responsabilidad con los públicos a los que sirven e impactan. (p.8)

El enfoque del emprendedurismo social es lograr un cambio en la sociedad a través de prácticas empresariales. Según La Comisión Europea (2012) una empresa social es aquella cuyo objetivo principal busca un impacto social antes que generar beneficios para los propietarios y accionistas; que aprovecha sus superávits fundamentalmente para alcanzar sus objetivos sociales; es gestionada por empresarios sociales de forma responsable transparente e innovadora, en especial mediante la implicación de los trabajadores, los clientes y todos aquellos que los afectan en su actividad.

Para Yonus (2008) la importancia de agregar el adjetivo “social” al emprendedurismo, es la respuesta al fracaso vivido por los modelos económico existentes dentro de algunos contextos de sociedad alrededor del mundo, donde la acumulación de recursos a limitado el desarrollo de otros sectores de la sociedad con potencial de ser considerados como nichos de negocios en los que se puede ejercer la profesión, obtener

beneficios y a la vez generan un bien común a través de la creación de valores sociales por medio de productos y servicios. Como dice la Comisión Europea (2012) un emprendedor social pasaría de ser un agente de obtención de beneficios, a representar un intento por utilizar la herramienta “empresa” como un medio para fomentar el valor auto-realización de los públicos relacionados, bajo fundamentos éticos y sociales, generando un impacto significativo sobre la sociedad y la comunidad local.

En este sentido la Universidad Pontificia Comillas (2013) expresa que la ventaja competitiva de la empresa social estaría basada en el papel que desempeña la institución en el entorno, más que por el valor generado por sus productos o servicios.

Este enfoque de la obtención de beneficios a través del apoyo a un sector de baja productividad, es el que se pretende enlazar con el concepto de venta directa utilizado por Belcorp, empresa dedicada a la comercialización de productos de belleza desde 1968, con la visión de “ser la compañía que más contribuye a acercar a la mujer a su ideal de belleza y realización personal” (Belcorp, 2013).

La venta directa, según el Lic. Daniel Cestau Liz (2008) es la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, mediante el contacto personal de un vendedor (o vendedora) independiente, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo, fuera de un local comercial. La venta directa ha tomado auge en los últimos años en el mundo, puesto que parece ser un tipo de negocio que se fortalece en tiempos de crisis debido a la flexibilidad que ofrece a su fuerza de ventas, quienes realmente no tienen un nexo laboral con la compañía como tal, puesto que se manejan bajo un esquema de independencia; el cual se mueve a base emociones, motivación, validación, además de la posibilidad de obtener un ingreso extra que aportan a la economía sus golpeadas familias (Liz, 2008).

De acuerdo con el estudio realizado en Europa por Herbalife (2011), multinacional líder en venta directa de suplementos nutricionales, para conocer la situación económica actual y la percepción sobre la venta directa y la predisposición hacia la venta directa, el 72% de los españoles mencionó haber pensado en formas para conseguir ingresos extras y consideraron seriamente enrolarse en una empresa con este tipo de esquema de negocios, porcentaje que aumenta para República Checa a un 87%, mientras que en Alemania presentó un 69%. Sobre la percepción de la venta directa en España un 26% de la población lo identifica como una forma de negocio y generación de ingresos extra.

Para estos casos el emprender un negocio de venta directa puede ser una iniciativa de negocio interesante bajo un contexto de crisis económica (puromarketing.com, 2011).

Con base en lo anterior, al momento se puede observar una leve convergencia entre ambos conceptos y el impacto de la venta directa en la sociedad, sin embargo se espera que a través del estudio puntual del enfoque que Belcorp da a su esquema de venta directa, se generen aportes sustanciosos que permitan el desarrollo del presente estudio sobre el análisis e identificación del factor emprendedurismo social dentro de su esquema de negocios.

ASPECTOS METODÓLOGICOS

Como ya se mencionó anteriormente, la presente investigación es cualitativa de tipo exploratoria, puesto que se busca analizar un concepto considerado como desconocido para el sujeto de estudio, Belcorp, quien maneja una metodología de trabajo basada en un esquema de venta directa, dentro del cual no se ha identificado el factor de emprendedurismo social, el cual puede estar impregnado en alguna medida dentro de su esquema de negocios, siendo esto lo que se pretende identificar.

Según Hernández, R., Fernández, C. y Batista, P. (2010), la investigación cualitativa se apega a una realidad subjetiva, de percepciones, razón por la cual este tipo de investigación resulta ser idónea para el alcance del objetivo planteado.

Hernández et al. (2010) expresan que la Muestra es por conveniencia de casos-tipo, puesto que el objetivo es enriquecer, dar profundidad y lograr calidad de información de los individuos entrevistados, en este caso se realizarán 5 entrevistas de profundidad a personas directamente relacionadas con el sujeto de estudio desde distintas perspectivas: como público y como actores.

La recolección de la información se hará a través de la investigadora, guiada por cuestionarios elaborados específicamente para cada uno de los grupos a entrevistar, los cuales se han dividido de la siguiente forma:

- Grupo 1 (Público Interno): donde se entrevistará a 2 personas del equipo de ventas de Belcorp (Gerente de región y Gerente de Zona) y a la encargada del programa de Consultoras Líderes en la compañía para Costa Rica. Es importante mencionar que la Gerente de Zona ha pedido no ser mencionada por nombre en esta investigación.
- Grupo 2 (Público Externo): 2 consultoras constantes, madres solteras de clase baja inscritas en la compañía con más de 6 campañas continuas.

Para esto se elaborarán 2 tipos de cuestionarios que contarán con preguntas básicas similares y preguntas enfocadas en las experiencias de cada uno de los grupos a entrevistar con la compañía.

Público Interno:

En detalle cada una de ellas arrojó los siguientes resultados:

1. ¿Cuál considera usted que es la razón de ser de Belcorp?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none">• Empresa con fines de lucro• Enfocada en potenciar las habilidades y aptitudes de las mujeres para que logren desarrollar su propia fuente de ingresos.	<ul style="list-style-type: none">• Brindar oportunidades de negocios a Mujeres con deseos de ganar más o tener una fuente de ingresos que les permita no desenfocarse de sus responsabilidades familiares y de hogar.• Generar beneficios económicos.	<ul style="list-style-type: none">• Ser la compañía de belleza número 1 en Latinoamérica.• Empoderar a mujeres para que estas cambien su realidad actual, a través de una oferta de negocios que les permitirá emprender su propia carrera, sin haber tenido muchas de ellas la oportunidad de estudiar para ser profesionales o hayan podido tener algún nivel de formación para formar parte de la fuerza laboral.

La totalidad de las entrevistadas, dentro de este grupo concuerdan en que la razón de ser de Belcorp es la obtención de utilidades, a través de la generación de oportunidades de desarrollo para mujeres, quienes por diversas razones no cuentan con los ingresos necesarios para el sostén de su hogar o llevar el nivel de vida al cual ellas aspiran.

2. ¿Por qué el enfoque de la compañía es trabajar con mujeres?

Jefe Programa de Lideres Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • Porque existe una necesidad de fortalecer la confianza de un sector con garra, que al momento aún no cuenta con las oportunidades necesarias para generar de cero sus propias fuentes de trabajo, debido al bajo nivel educativo de algunas mujeres, sobre todo en el área rural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es un sector comprometido, debido a la responsabilidad que siente por sus hijos y sus familias, la cual muchas veces lleva solo, pues son madres solteras. Por lo que se puede decir que es una fuerza de ventas comprometida y necesitada de oportunidades para salir adelante económicamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Porque las mujeres hoy en día a pesar de ser un sector con las “mismas oportunidades que los hombres”, en las áreas rurales viven realidades diferentes de acuerdo con su entorno socio-económico, siendo que estas cuentan con muy pocas oportunidades de superarse económicamente sin dejar de lado la crianza de sus hijos. • Y el negocio de la venta de cosméticos por catálogo les ofrece una opción importante de independencia económica

Dos de las 3 entrevistadas consideran el enfoque de la compañía por trabajar con las mujeres se debe a una conciencia real de la necesidad de fortalecer a un sector aún marginado dentro de la sociedad latinoamericana, especialmente dentro de las zonas rurales, mientras que la tercera de las entrevistadas menciona que el interés de la compañía por trabajar con las mujeres se basa en la fortaleza y el empeño que estas pueden poner para alcanzar sus objetivos, siendo esto la base del éxito, la energía que cada una de las consultoras tiene y aporta al negocio en general.

3. ¿Considera que hay un compromiso con este sector? ¿Por qué?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • Porque dentro de todos los programas de crecimiento de la compañía las mujeres tienen prioridad. Por no decir que son las únicas que pueden aplicar a programas especiales de reconocimiento y apoyo como el programa LET (Líderes Emprendedoras y Tutoras) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, porque es una empresa dedicada a las mujeres en todos los sentidos, sus productos, la forma de comercialización y busca el desarrollo de estas con la Fundación Belcorp, que tiene programas de estudio para señoras y niñas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, existe un compromiso real con este sector, pues dentro de la misión de la compañía es potenciar a las mujeres para que estas brillen, es decir que dentro del negocio de Belcorp se contempla a la mujer como parte esencial del negocio, sin quien el negocio no funcionaría.

En general las 3 entrevistadas consideran que sí hay un compromiso especial con el sector femenino del país y en Latinoamérica, esto no solo por enfocarse en contar con una fuerza de ventas femenina, sino también porque ofrece oportunidades de desarrollo económico y social a través de su programa de líderes el cual pretende identificar a aquellas consultoras con habilidades y aptitudes de guía y tutora que conoce el negocio, para lograr que otras puedan ver lo productivo que resulta trabajar para Belcorp y el que reconocimiento que se da al esfuerzo de algunas mujeres trabajadoras, como becas, por medio de la Fundación Belcorp. Con el fin de acercar a la mujer a su realización personal.

4. ¿Considera usted que las consultoras ven en Belcorp una opción de crear su negocio propio o lo ven como ingresos extra?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> En general, las consultoras dentro del programa de Líderes (LET) lo consideran como un trabajo, se sienten parte de la empresa, en lugar de considerar a la empresa como una herramienta para el logro de sus objetivos, a diferencia de las consultoras regulares, quienes se sienten más desligadas de la compañía e identifican la venta por catálogo como un negocio propio, llegando a veces a manejar más de una marca de productos por catálogo. 	<ul style="list-style-type: none"> Las consultoras de las áreas rurales y/o clase baja tienden a considerar la venta por catálogo como su principal fuente de ingresos, a diferencia de los sectores de clase media alta, quienes lo identifican como una fuente de ingresos extra. 	<ul style="list-style-type: none"> De acuerdo con el contexto de cada consultora, pues las consultoras de clase media, perciben al negocio de ventas por catálogo de Belcorp, como un ingreso adicional temporal. A diferencia de las consultoras de clase baja o áreas rurales, que perciben al negocio como su fuente principal de ingresos y por lo tanto entregan un 100% de sí, la percepción de este tipo de consultoras es de un negocio propio, la oportunidad que necesitan para sacar a sus hijos adelante y no un ingreso momentáneo mientras logran objetivos a corto plazo

Las 3 entrevistadas están de acuerdo es que cada consultora tienen una visión personal de lo que es o aporta la compañía en sus vidas, y existe un factor común que marca de manera importante a las consultoras de áreas rurales y urbanas de forma diferente en cuanto a lo que significa la compañía en su desarrollo personal, siendo que para la mayoría de las consultoras de áreas rurales Belcorp sí representa un negocio, una forma de manejar su tiempo y a la vez aportar ingresos importantes a sus hogares, mientras que para las consultoras de zonas urbanas Belcorp es solo una herramienta de ingresos adicionales que les permite alcanzar sus objetivos al corto plazo.

Sin embargo existe un tercer grupo, que es el de Consultoras Líderes, quienes se consideran parte de la compañía y perciben a Belcorp como un trabajo y no como una oportunidad de negocio, a pesar de que no son asalariadas y que el programa de líderes ofrece opciones ilimitadas de ganancia.

5. ¿Del total de consultoras quiénes considera que son el grupo que obtiene mayores beneficios de trabajar con la compañía? ¿Por qué?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • Madres solteras del área rural, pues la mayoría no tienen muchos estudios y por lo tanto cuentan con menos oportunidades para encontrar empleo y mantener a sus hijos. • Estas son normalmente las que están más comprometidas con el programa de líderes y generan mayores ganancias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Madres solteras con bajo nivel académico o poco tiempo. • Pues tienen mayores compromisos en sus hogares y menor tiempo para invertir en un empleo regular. 	<ul style="list-style-type: none"> • Madres solteras, pues hay buenas ganancias dentro del negocio y les permite manejar su tiempo, sobre todo cuando no cuentan con los recursos para financiar una persona que cuide de sus hijos.

Las 3 entrevistadas coinciden en que el grupo que obtiene mayores beneficios del esquema de negocios de Belcorp, son las madres de familia solteras, pues se les brinda una oportunidad especial de generación de buenos ingresos con el respaldo de un producto de calidad, que les permite organizar su tiempo de familia y los ingresos para mantenerla.

6. ¿Considera que el trabajar con la compañía les permite a las consultoras madres solteras mejorar su estilo de vida y la de sus familias?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • Sí, sobre todo si forman parte del programa de Líderes, ya que este les ofrece más oportunidades de ganar por el logro de sus objetivos y la generación de nuevas consultoras en los negocios. Pudiendo ganar mucho más del salario mínimo que podría estar ganando dentro de una oficina. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, pues dentro de este negocio la consultora maneja su tiempo y decide cuanto ganar, de acuerdo con las ventas que generan y las recomendaciones que hacen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajando con base en objetivos y metas relacionadas con sus necesidades o sueños, muchas consultoras han salido adelante y pagado la universidad de sus hijos con este negocios, esto porque han creado y desarrollado sus redes de clientes, por lo que considero que sí mejora su estilo de vida si se proponen hacerlo.

En general las 3 entrevistadas coinciden en alguna medida con que la metodología de proyección que se implementa con base en “sueños” u objetivos, les permite organizarse campaña a campaña para conseguir los ingresos que necesitan decidiendo ellas mismas cuanto ganar, permitiéndoles administrar su negocios y sus ganancias.

7. ¿Es Belcorp un generador de oportunidades de auto-realización para las consultoras, especialmente las madres solteras?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • sí, ya que esto les permite alcanzar sus metas y sueños personales 	<ul style="list-style-type: none"> • Muchas de las consultoras no cuentan con una profesión, limitando sus oportunidades, por lo que el ser parte del equipo de consultoras les permite no solo generar sus propios ingresos sino tener la independencia económica que tanto anhelan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, pues les permite apoyar a sus hijos, los que para cualquier madre son su más grande logro.

De acuerdo con las respuestas obtenidas se puede decir que Belcorp ofrece una segunda oportunidad a las consultoras, pues en su mayoría, quienes dedican se únicamente a esta actividad no cuentan con una profesión o recursos para brindar a sus hijos y familias la oportunidad de tener un mejor futuro, y Belcorp propone un esquema de negocios sin riesgos financieros y generación rápida de ganancias

8. ¿Considera que la autorrealización de las consultoras, madres solteras está relacionada con la mejora del estilo de vida de sus hijos (su familia)?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • En general para cualquier madre su autorrealización está relacionada con la mejora del estilo de vida de sus hijos. 	<ul style="list-style-type: none"> • En general para cualquier madre, pero especialmente para las madres solteras, pues ellas son el sostén del hogar y por lo tanto son 100% responsables de la mejora del estilo de vida de sus hijos. 	<ul style="list-style-type: none"> • En definitiva, pues sus hijos son la prioridad como para cualquier madre.

Todas las entrevistadas concuerdan que la autorrealización de una madre está directamente relacionada con la mejora del estilo de vida de sus hijos y sus logros.

9. ¿Cómo empleado de Belcorp y miembro del equipo más cercano a las consultoras, se siente parte de algo con un significado mayor a la obtención de ventas?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • Sí, por que se ve el cambio de vida y actitud que tienen algunas consultoras al entrar el programa de Líderes, pues incrementan sus ingresos y sus oportunidades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es difícil identificar un sentimiento de satisfacción con el “día a día” de las ventas, sin embargo al hacer visitas de campo a los hogares a consultoras que han tomado y aprovechado la oportunidad de negocios de Belcorp para apoyar a sus familias e hijos, mejorando su casa, pagando estudios, comprando computadoras, medicinas, etc. Es gratificante ya que permite ver el resultado real del esfuerzo del equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí. Mantener un constante contacto con las consultoras permite un enlace con un trabajo significativo, pues es parte del mismo trabajo el conocerlas y trabajar con ellas mano a mano, llevándoles a vivir con ellas sus emociones y retos, llegando a formar en muchos casos parte de sus vidas, sus sueños y sus logros, volviéndose como GZ en influencias positivas o negativas para cada una de las señoras.

En general todas las entrevistadas sienten cierto nivel de gratificación, sin embargo no lo identifican al 100% como algo relacionado con su labor de apoyo al sector de mujeres solteras, sino más bien lo relacionan a una parte de su trabajo, una obligación, por lo que no termina siendo algo que les llene.

10. ¿De manera personal se siente satisfecho con la labor que realiza en la compañía, específicamente en función de su relación con las consultoras?

Jefe Programa de Líderes Gabriela Morera	Gerente de Región Patricia Rojas	Gerente de Zona
<ul style="list-style-type: none"> • El trabajo dentro del departamento de líderes aunque no se tiene contacto con el 100% de las señoras consultoras, trabaja con el 30% con más garra y ganas de luchar por salir adelante. • Es aquí donde nacen más oportunidades de generación de ingresos, por lo que sí me siento satisfecha de poder aportar en el apoyo a este 30% más emprendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> • El rol de gerente de región es un papel sumamente de mandante, pues se trabaja tanto para la compañía, como para las consultoras que están dentro de la región, por lo que a pesar de contar con un horario estipulado de trabajo, este no para, por lo que puede llegar a ser cansado de forma física y mental. • Sin embargo resulta ser gratificante pues se recibe una remuneración económica acorde al esfuerzo realizado, mientras hago lo que me gusta, tener contacto con la gente, conversar y apoyarles para que logren sus metas. 	<ul style="list-style-type: none"> • A pesar de ser un trabajo desgastante de forma emocional y física es gratificante trabajar dentro de un equipo de consultoras y líderes enfocado a salir adelante, creo que mientras el equipo se encuentre motivado lo demás fluye y se ven los resultados en sus vidas y en la mía.

De las entrevistadas, específicamente las 2 personas dentro del equipo de ventas, expresaron que aunque les es gratificante el ver como algunas consultoras toman las riendas de su vida y logran salir adelante con el negocio ofrecido en Belcorp, sufren de un desgaste físico y emocional debido a lo intenso de la mezcla de la dinámica empresa y la necesidad de manejar una relación tan cercana con las líderes y consultoras. Mientras que la persona entrevistada que forma parte del equipo administrativo (Jefe del Programa de Líderes), menciona que hay un completo sentimiento de satisfacción debido a las oportunidades que se ofrecen.

Público Externo:

En detalle cada una de las entrevistadas arrojó los siguientes resultados:

1. ¿Cuál considera usted que es la razón de ser de Belcorp?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none">• Venta de cosméticos de buena calidad• Ser una oportunidad de negocio para mujeres.	<ul style="list-style-type: none">• Apoyar a las mujeres, porque Belcorp cree en el potencial de cada una para lograr metas que bajo otro tipo de negocio no podrían conseguir.• Alcanzar sus metas de venta

Amabas consultoras entrevistadas identifican 2 razones de ser de la compañía, la generación de dividendos y ser una oportunidad de negocios para mujeres.

2. ¿Por qué cree que la compañía tiene un interés especial por las mujeres?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none">• Por el empeño y la necesidad que muchas tienen.• Por el tipo de productos, pues son las mejoras para recomendarlo y venderlo.	<ul style="list-style-type: none">• Porque es un negocio que necesita pasión debido al tipo de producto.• Porque se quieren dar oportunidades de desarrollo para este sector pues la mayoría tienen familias y no tienen una profesión.

Solo 1 de las 2 entrevistadas considera que Belcorp tienen un interés especial por las mujeres para brindarles oportunidades de desarrollo, sin embargo ambas coinciden en que la empresa se ha enfocado en las mujeres porque reconoce su espíritu emprendedor y sus capacidades para alcanzar lo que se proponen.

3. ¿Qué la motivó a usted a inscribirse como consultora en la compañía?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none"> • La Gerente de Zona la invitó y le mencionó que podía ser una oportunidad para sacar adelante a sus hijos. • Le gustan los cosméticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Le gusta el producto y una amiga que ya estaba dentro del negocio la invitó. • Reconoció en su amiga que era una verdadera oportunidad pues ella ya había comprado varias cosas para su casa con las ventas del catálogo.

Ambas reconocieron en Belcorp una oportunidad para transformar su presente y el futuro de sus hijos, además de recibir una invitación de una persona que les generó confianza.

4. ¿Identifica a Belcorp como una empresa que cree en la mujer y en su potencial para salir adelante?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none"> • Sí, porque las personas que se conoce en la compañía son mujeres y el producto es en su mayoría para mujeres. • Además de contar con programas de desarrollo como el programa de líder exclusivo para mujeres consultoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, pues ofrece oportunidades exclusivamente a mujeres. • Y el negocio si se le pone empeño realmente genera ingresos importantes para las familiar.

Ambas consultora coinciden en que Belcorp es una compañía que cree en la mujer, pues lo ven reflejado en las oportunidades que brinda a las mujeres no solo dentro del negocio de venta por catálogo, sino también por los componente de su fuerza laboral administrativa, la cual está compuesta en su mayoría por mujeres.

5. ¿Siente que su inscripción como consultora en Belcorp, le ha apoyado a alcanzar sus objetivos personales?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none"> • Sí, actualmente paga sus estudios con los ingresos generados por la venta por catálogo que hace con su mamá, para darle mejores oportunidades a su hijo en el futuro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, le ha permitido contar con tiempo para estar en su casa con sus hijos y a la vez generar ingresos importantes a través de la venta y por pertenecer al programa de consultoras líderes LET. • Renunció a su trabajo como mesera para dedicarse exclusivamente a ser líder y consultora en Belcorp y mantiene a 2 de sus hijos.

En definitiva ambas consultoras consideran su inscripción a Belcorp como un apoyo para alcanzar sus objetivos personales. Siendo para 1 de las entrevistadas solo un medio para lograr ser una profesional, mientras que para la consultora de Cartago es más un estilo de vida al largo plazo.

6. ¿Es feliz siendo consultora de Belcorp? ¿Por qué?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none"> • Porque considera que es un negocio rentable ya que son productos de calidad que le gustan a sus clientes (fácil de vender). • Le ha permitido generar ingresos adicionales para sus estudios y • Obtiene buenos premios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Porque se le es reconocido su esfuerzo de forma monetaria y se siente parte de la compañía. • Le ha permitido generar ingresos para su hogar que antes no lograba con el salario de mesera.

Ambas, mencionan que son felices siendo parte de un negocio que les ha permitido obtener ingresos y oportunidades con las que no contaban anteriormente. Siendo el caso de la Consultora de Cartago especial pues según sus comentarios, ella ya no ve a Belcorp como un negocio, si no que se siente parte de la compañía.

7. ¿Considera que ser consultora le permite el desarrollo de un negocio propio?
¿Por qué?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none"> • Sí, porque maneja a su propia red de clientes, a quienes ya tiene identificados de acuerdo con sus formas de pago. • Se proyecta en las ventas que necesita lograr de acuerdo con las necesidades de su hogar (Maneja la cantidad de sus ganancias) 	<ul style="list-style-type: none"> • En realidad dentro del programa de líderes, se siente más como parte de la compañía que como desarrolladora de su propio negocio

Para este puntos las 2 consultoras difirieron en sus respuestas, pues la consultora de Cartago quien además de ser consultora está inscrita dentro del programa de líderes, al parecer ha confundido su rol y se siente como una empleada de la compañía, mientras que la consultora de San Ramón, quien no pertenece al programa de líderes aún maneja la venta por catálogo como un negocio propio.

8. ¿Ha sentido un apoyo especial del personal de la empresa, en cuanto a orientación para alcanzar el éxito de su negocio y el alcance de sus objetivos?

Entrevista a Consultora 1 Zona Rural/San Ramón	Entrevista a Consultora 2 Zona Urbana/Cartago
<ul style="list-style-type: none"> • Si, En especial de mi Líder y la GZ, quienes dan seguimiento y capacitaciones sobre la forma de administración del negocio, tips de cobranza y otros puntos importantes como capacitaciones de productos nuevos y sus beneficios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sí, en especial de la GZ, quien le permite proyectarse sobre lo que puede llegar a ganar dentro del programa de Líderes, en cada campaña.

Ambas coinciden con que el Rol de la GZ es básico como apoyo para el desarrollo de la consultora y su negocio, pues le entrega tips sobre cobros, que es un tema muy delicado y la capacitación sobre nuevos productos es básico para la comercialización del mismo.

CONCLUSIONES:

Al analizar las respuestas de los grupos entrevistados se puede concluir que:

- La compañía, cuenta con un alto nivel de conciencia sobre la problemática actual, relacionada con el desarrollo socio económico de las madres solteras de clase baja en Costa Rica, sobre todo dentro de las zonas rurales donde es más complicado el crecimiento profesional debido a las limitantes que sufren, a razón de las responsabilidades generadas por el cuidado de sus hijos, ya que no pueden trabajar y estudiar debido a la distancia y su poca disponibilidad de tiempo, pues es necesario que estén al pendiente de sus familias. Es por esto que la compañía ha apostado a este sector como el pilar fundamental del negocio, que debido a sus compromisos económicos son un equipo con mayores necesidades y mayor responsabilidad a la hora de emprender nuevos retos.

Este sector cuenta con un espíritu emprendedor generado por la necesidad, por lo que generalmente tiene el compromiso de cambiar el futuro y el presente de sus familias, por lo que se vuelven tierra fértil para el desarrollo de negocios a través del empoderamiento de las mujeres dentro de un entorno de emprendedurismo que les permitirá ser ejemplo y agentes de cambio.

- Dentro de la cultura organización de la compañía existe el deseo de potenciar la autorrealización de sus públicos (Interno y externo), sin embargo de acuerdo con los resultados que proyectaron en las entrevistas esto no se logra en un 100% en su público interno, a diferencia de su público externo que ve en Belcorp una opción de negocio propio y en algunos casos como el programa de líderes una opción de desarrollo sin tener una profesión como tal.

El desgaste físico y emocional que se genera sobre la fuerza de ventas (en planilla) de la compañía se da por la presión de brindar un soporte y servicio adecuado a las consultoras (fuerza de ventas independiente) y no se encuentra dentro de un balance saludable pues es resentido por el equipo, por lo tanto este no se siente 100% motivado a dar lo mejor de sí; sin embargo es importante mencionar que este desgaste no opaca completamente la satisfacción y pasión que sienten las

Gerentes de Región y Zona por su trabajo, el cual les brinda satisfacciones económicas importantes y por supuesto emocionales al ver como sus consultoras, quienes se vuelven parte de su familia, logran sus objetivos.

- En general se puede confirmar que en efecto Belcorp sí ofrece oportunidades de auto-empleo, las cuales no consisten únicamente en la entrega de catálogos para la venta de productos cosméticos, sino también incluyen capacitaciones constantes que les permitan la gestión saludable de su negocio, que es el principal obstáculo para el éxito. El modelo de negocios de Belcorp resulta ser eficiente para las consultoras debido a la calidad de sus productos, por lo que la inversión de tiempo en comercializar el producto disminuye, pues es muy buscado por el consumidor, permitiéndoles contar siempre con el tiempo necesario para sus familias.
- Es importante destacar que a pesar de que el modelo de negocios de Belcorp, como bien lo mencionan los entrevistados, está enfocado en la generación de dividendos, sí cuenta con muchos aspectos relacionados al emprendedurismo social, pues reconoce la importancia de un sector específico para el desarrollo de la economía de la región y se enfoca a potenciarlo, alineando su visión de negocios con una visión social; apostando por el espíritu emprendedor de la mujer y contribuyendo a la mejora en el estilo de vida de ellas y sus familias. Por lo que a pesar de que no es un modelo de emprendedurismo social puro se puede concluir que sí cuenta con un enfoque del mismo dentro de su esquema de negocios, puesto que ofrece opciones de desarrollo que desembocan en resultados sociales positivos.

RECOMENDACIONES

- Es importante que no se pierda el enfoque de la compañía por generar mujeres emprendedoras, que administren su propio negocio, ya que este tipo de esquema de trabajo (Venta Directa) puede generar confusiones entre la fuerza de venta independiente, especialmente dentro de programas como el “Programa de Líderes” mencionado dentro de las entrevistas, el cual ofrece oportunidades de generar ingresos variables adicionales a la venta de catálogo, dando a la consultora mayores responsabilidades, ligándola psicológicamente como parte de la compañía (empleada), lo cual le limita en el desarrollo de su negocio, puesto que se interpretan así mismas como asalariadas y tienden a acomodarse. Por lo que se recomienda que al ingresar a este programa no se les aparte del contexto de negocio y se les motive a seguir administrándolo para hacerlo crecer a través de una red de cliente más amplia.
- Es necesario que la compañía ponga atención no solo en la motivación y desarrollo de sus consultoras, sino también de su fuerza de ventas interna, puesto que son ellas quienes dedican sus esfuerzos y empeño para desarrollar los pequeños negocios de las consultoras, por lo que es necesario que se desarrollen planes de acción que les permitan disminuir la carga laboral y emocional; algunos de estos podrían consistir en la generación de redes de trabajo donde como equipo puedan apoyarse las gerentes de zona haciendo reuniones generales, o a través del desarrollo de capacitaciones grupales que descarguen dicha responsabilidad en alguna medida en la gerente de zona, quien se quedaría únicamente dando seguimiento a las capacitaciones dadas.
- Es importante que la compañía dé a conocer los resultados de sus esfuerzos, para funcionar como modelo de desarrollo para otros sectores de la sociedad, puesto que en este momento parece haber dado buenos resultados, ya que no solo dinamiza la económica a través del intercambio de bienes sino que proporciona ingresos a un grupo de personas a quienes se les dificulta encontrar trabajo dentro del sector formal, generando un impacto social alejado del asistencialismo, pues está basado en una visión empresarial que caracteriza a las economías latinoamericanas.

LINEAS DE INVESTIGACIÓN:

Algunas líneas de investigación que pueden surgir del presente estudio son:

1. Implementación del modelo de negocios de Belcorp basado en emprendedurismo social, para el desarrollo de otros sectores marginados.
2. Análisis comparativo del impacto social entre los principales competidores dentro del rubro de Venta Directa de cosméticos (Belcorp/AVON)

BIBLIOGRAFÍA

- Belcorp. (1 de Junio de 2013). *Belcorp*. Recuperado el 10 de Agosto de 2013, de Nuestra Filosofía: <http://www.belcorp.biz/somosbelcorp/filosofia.html>
- BYRNE, J. A. (9 de Abril de 2013). *FORTUNE MAGAZINE*. Recuperado el 1 de agosto de 2013, de The 12 greatest entrepreneurs of our time: <http://money.cnn.com/galleries/2012/news/companies/1203/gallery.greatest-entrepreneurs.fortune/2.html>
- Comisión Europea. (2012). *Iniciativa de Emprendimiento Social*. Estrasburgo: OIB.
- Emprendaria, R. d. (16 de Febrero de 2008). *emprendaria.com*. Recuperado el 10 de Agosto de 2013, de Los 30 Grandes Emprendedores de Todos los Tiempos: http://www.emprendaria.com/nota.php?id_not=184
- Flores, F., Spinosa, C., & Dreyfus, H. (2000). *Abrir nuevos mundos. Iniciativa empresarial*. Santiago: Taurus.
- FUENTE, M. D. (21 de Octubre de 2011). *ABC.es*. Recuperado el 30 de Julio de 2013, de Bill Drayton: «El emprendedor social provoca un cambio importante y sistémico en la sociedad»: <http://www.abc.es/20111021/cultura/abci-bill-drayton-entrevista-201110211002.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Batista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Liz, D. C. (1 de Junio de 2008). *Mercadeo.com*. Recuperado el 10 de Agosto de 2013, de La Venta Directa sigue creciendo: http://www.mercadeo.com/39_dc_ventadirecta.htm
- Planellas, M. (2003). *De la Idea a la Empresa*. Barcelona: Ediciones Gestión.
- puromarketing.com. (7 de Marzo de 2011). *puromarketing.com*. Recuperado el 10 de agosto de 2013, de La venta directa, una opción de negocio independiente para los españoles: <http://www.puromarketing.com/53/9205/venta-directa-opcion-negocio-independiente-para-espanoles.html#>
- Stevenson, H., Roberts, M., & Irving, H. (1998). *New Business Ventures And The Entrepreneur*. California: McGraw-Hill.
- Universidad Pontificia Comillas. (2013). *Guía del Emprendedor Social. Inspiraciones para la creación de empresas al servicio de la sociedad*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Yunus, M. (2008). *Un mundo sin pobreza. Las empresas sociales y el futuro del capitalismo*. Barcelona: EDICIONES PAIDOS IBERICA, S.A.

ANEXO 1

Cuestionario de Entrevista Público Interno

1. ¿Cuál considera usted que es la razón de ser de Belcorp?
2. ¿Por qué el enfoque de la compañía es trabajar con mujeres?
3. ¿Considera que hay un compromiso con este sector? ¿Por qué?
4. ¿Considera usted que las consultoras ven en Belcorp una opción de crear su negocio propio o lo ven como ingresos extra?
5. ¿Del total de consultoras quienes considera son el grupo que obtiene mayores beneficios de trabajar con la compañía? Por qué?
6. ¿Considera que el trabajar con la compañía les permite a las consultoras madres solteras mejorar su estilo de vida y la de sus familias?
7. ¿Es Belcorp un generador de oportunidades de auto-realización para las consultoras, especialmente las madres solteras?
8. ¿Considera que la autorrealización de las consultoras, madres solteras está relacionada con la mejora del estilo de vida de sus hijos (su familia)?
9. ¿Como empleado de Belcorp y miembro del equipo más cercano a las consultoras, se siente parte de algo con un significado mayor a la obtención de ventas?
10. ¿De manera personal se siente satisfecho con la labor que realiza en la compañía, específicamente en función de su trato con las consultoras?

ANEXO 2

Cuestionario de Entrevista Público Externo

9. ¿Cuál considera usted que es la razón de ser de Belcorp?
10. ¿Por qué cree que la compañía tiene un interés especial en trabajar con mujeres?
11. ¿Qué la motivo a usted a inscribirse como consultora en la compañía?
12. ¿Identifica a Belcorp, como una empresa que cree en la mujer y su potencial para salir adelante?
13. ¿Siente que su inscripción como consultora en Belcorp, le ha apoyado a alcanzar sus objetivos personales?
14. ¿Es feliz siendo consultora de Belcorp? Por qué?
15. ¿Considera que ser consultora le permite el desarrollo de un negocio propio? Por qué?
16. ¿Ha sentido un apoyo especial del personal de la empresa, en cuanto a orientación para lograr el éxito de su negocio y el alcance de sus objetivos?