SUSANA
RODRÍGUEZ

SRC • NEGOCIO • ESTRATEGIA • LIBERTAD

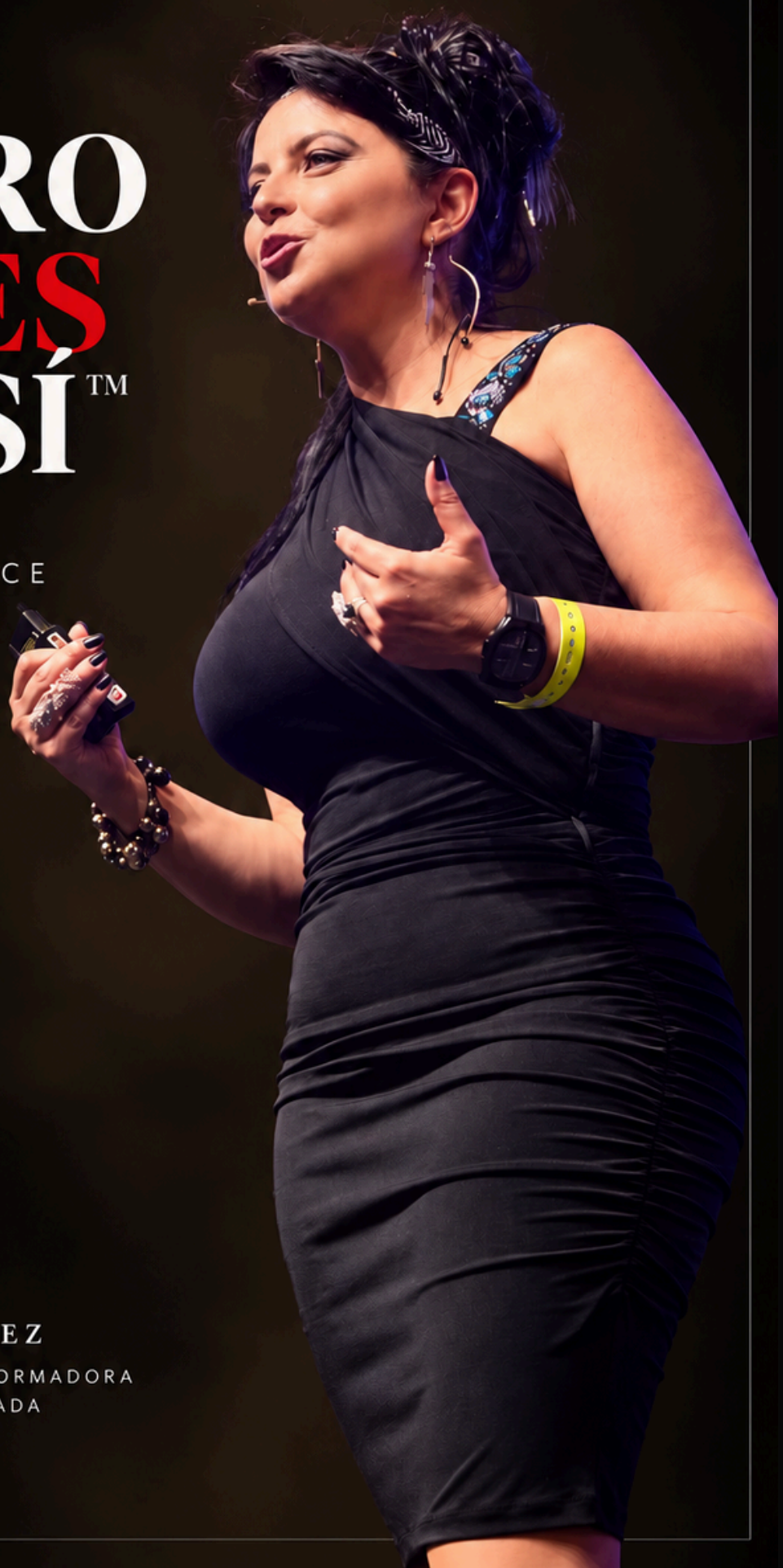
HERRAMIENTA
DE TRABAJO
PERSONAL

EL FILTRO ANTES DEL SÍ™

TU DUE DILIGENCE PERSONAL

10 preguntas para analizar una oportunidad de Network Marketing antes de comprometer tu tiempo, tu dinero y tu reputación.

- INVESTIGA
- PREGUNTA
- OBSERVA
- CONTRASTA



SUSANA RODRÍGUEZ

ABOGADA • NETWORKER • FORMADORA
Y CONSULTORA ESPECIALIZADA
EN NETWORK MARKETING

ANTES DE EMPEZAR · CÓMO UTILIZAR ESTE WORKBOOK

ESTE NO ES UN PDF PARA LEER Y GUARDAR. ES UN WORKBOOK PARA PENSAR, INVESTIGAR Y RESPONDER.

El Filtro Antes del Sí™ ha sido diseñado como una herramienta de trabajo personal.

A lo largo de estas páginas encontrarás preguntas que quizá nunca te hayas planteado, información que deberías buscar, aspectos que conviene observar y cuestiones que merece la pena contrastar antes de comprometer tu tiempo, tu dinero y tu reputación con una oportunidad de Network Marketing.

El objetivo no es completar diez preguntas. El objetivo es descubrir cuánto sabes realmente sobre la decisión que estás a punto de tomar.

MI RECOMENDACIÓN

IMPRIME ESTE WORKBOOK.

Está pensado para que puedas trabajar sobre él, subrayar, tomar notas y escribir tus propias respuestas, dudas y evidencias a medida que investigas.

ANTES DE EMPEZAR, TEN A MANO:

La presentación de la oportunidad · el plan de compensación · políticas y procedimientos · precios y requisitos · información de la compañía · y cualquier documentación que puedas consultar.

No necesitas tener todas las respuestas antes de empezar.

Precisamente este workbook te ayudará a descubrir qué información te falta y qué deberías comprobar antes de decidir.

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

UNA REGLA PARA TODO EL WORKBOOK

NO CONFUNDAS UNA EXPLICACIÓN CON UNA COMPROBACIÓN.

Que tu patrocinador, un líder o una presentación te dé una respuesta no significa que esa información esté verificada.

SIEMPRE QUE SEA POSIBLE, BUSCA LA FUENTE.

Consulta el plan de compensación, las políticas de la compañía, sus términos y condiciones, documentación legal, información corporativa u otra evidencia que te permita contrastar lo que te han explicado.

LA REGLA ES MUY SIMPLE

PRIMERO PREGUNTA.

DESPUÉS, COMPRUEBA.

No des una respuesta por resuelta porque alguien te la haya explicado.
Considérala resuelta cuando sepas dónde comprobarla.

Tu objetivo no es desconfiar de todo. Es distinguir entre lo que te han contado, lo que has entendido y lo que realmente has podido verificar.

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

ANTES DE DECIR SÍ · APRENDE A MIRAR

YO TAMBIÉN CREÍA QUE HABÍA ANALIZADO MI PRIMERA OPORTUNIDAD.

Cuando conocí mi primera compañía de Network Marketing hice lo que sabía hacer. Como abogada, analicé su legalidad y comprobé que estaba ante un verdadero modelo de Network Marketing y no ante una pirámide financiera.
Pensé que había analizado la oportunidad.

Con el tiempo descubrí que solo había analizado una parte. No sabía cómo determinadas reglas del plan de compensación podían afectar a mis ingresos cuando mi organización empezara a crecer. No sabía qué ocurriría cuando desarrollara líderes que alcanzaran determinados rangos, hasta dónde seguiría cobrando sobre el volumen generado por mi organización o qué requisitos tendría que mantener para acceder a determinadas bonificaciones.

LO IMPORTANTE

No es que no hubiera buscado las respuestas.

Es que no sabía que tenía que hacerme esas preguntas.

Tres años después entendí aspectos de aquella oportunidad que, de haber conocido al principio, probablemente me habrían hecho tomar una decisión diferente o, al menos, construir mi negocio de otra manera.

EL PROBLEMA DE TU PRIMERA OPORTUNIDAD NO ES QUE NO SEPAS ANALIZARLA.

ES QUE TODAVÍA NO SABES QUÉ NO SABES.

Después de más de 17 años en esta industria, mi forma de observar una oportunidad es radicalmente distinta. Este workbook nace para convertir esa experiencia en preguntas que puedas utilizar antes de tomar tu propia decisión.

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

ANTES DE EMPEZAR LAS 10 PREGUNTAS

NO ESTÁS BUSCANDO UNA OPORTUNIDAD PERFECTA.

ESTÁS BUSCANDO UNA DECISIÓN INFORMADA.

Una oportunidad puede tener aspectos extraordinarios y otros que no encajen contigo. Este filtro no pretende decirte si debes entrar o no, ni convertir una decisión compleja en una puntuación.

Su función es otra:

AYUDARTE A DESCUBRIR QUÉ SABES,
QUÉ NO SABES Y QUÉ TODAVÍA DEBES COMPROBAR.

CÓMO TRABAJAR CADA PREGUNTA

01 LEE LA PREGUNTA	No intentes responder deprisa. Entiende primero qué variable estás analizando.
02 COMPRUEBA	Busca datos, documentos, condiciones y fuentes que permitan verificar la respuesta.
03 PREGUNTA	Si algo no está claro, pregunta de forma concreta. Evita conformarte con respuestas genéricas.
04 OBSERVA	Fíjate también en lo que ocurre en la práctica, no solo en lo que aparece en una presentación.
05 ESCRIBE TU EVIDENCIA	Anota la respuesta, la fuente y las dudas que sigan abiertas.

AL TERMINAR, NO BUSQUES UN 10/10

BUSCA CLARIDAD.

Puede que algunas respuestas te gusten y otras no. Puede que descubras variables que necesitas seguir investigando. Eso también es información útil. Tu objetivo es llegar a la decisión sabiendo qué estás eligiendo y qué cuestiones siguen abiertas.

RECUERDA

No des una respuesta por resuelta porque alguien te la haya explicado.
Considérala resuelta cuando sepas dónde comprobarla.

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

01

LEGALIDAD Y SOSTENIBILIDAD ECONÓMICA

¿DE DÓNDE SALE REALMENTE EL DINERO QUE REPARTE EL SISTEMA?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

Que una empresa utilice Network Marketing no basta para saber si su modelo es sólido. Lo importante es entender qué actividad económica sostiene las comisiones: quién compra, por qué compra y si existe una demanda real del producto o servicio más allá de la incorporación de nuevos distribuidores.

QUÉ COMPROBAR

- Qué actividad genera los ingresos.
- Si existe venta real a clientes.
- Qué exige la compañía para cobrar comisiones.
- Políticas, términos y plan de compensación.
- Información legal y corporativa disponible.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Es necesario reclutar para generar ingresos?
- ¿Qué parte del negocio depende de clientes finales?
- ¿Existen compras o cuotas obligatorias para mantenerse activo?
- ¿Cómo se gestionan devoluciones y cancelaciones?

QUÉ OBSERVAR

- Si el discurso se centra en producto y clientes o casi exclusivamente en incorporar personas.
- Si las explicaciones coinciden con la documentación.
- Si se incentiva comprar más de lo razonable solo para alcanzar requisitos.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Anota también dónde puedes comprobar cada respuesta.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *No busques una respuesta tranquilizadora. Busca una respuesta que puedas verificar.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

02

EMPRESA, DIRECCIÓN Y SOLVENCIA

¿QUIÉN ESTÁ DETRÁS DE LA COMPAÑÍA Y QUÉ EVIDENCIAS TENGO DE SU SOLIDEZ?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

No estás eligiendo solo un producto o un plan de compensación. También estás confiando parte de tu actividad profesional a una empresa, a sus decisiones y a las personas que la dirigen. La antigüedad por sí sola no garantiza nada, pero conviene conocer su estructura, trayectoria, capacidad operativa y transparencia.

QUÉ COMPROBAR

- Quiénes son sus fundadores y directivos.
- Cuánto tiempo lleva operando y en qué mercados.
- Domicilio, entidad jurídica y datos corporativos accesibles.
- Historial de cambios relevantes, cierres o incidencias públicas.
- Si publica información suficiente para poder contrastarla.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Quién toma las decisiones estratégicas?
- ¿Qué experiencia tiene el equipo directivo?
- ¿En qué países opera realmente y desde cuándo?
- ¿Qué ocurre con clientes y distribuidores si la compañía abandona un mercado?
- ¿Dónde puedo consultar la información corporativa oficial?

QUÉ OBSERVAR

- Si existe transparencia cuando preguntas por datos concretos.
- Si la narrativa corporativa coincide con fuentes verificables.
- Si el crecimiento parece acompañado de infraestructura y servicio.
- Cómo responde la empresa ante incidencias, cambios y problemas.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Distingue entre lo que te cuentan y lo que has podido contrastar.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *La reputación ayuda a orientarte. La información verificable te ayuda a decidir.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

03

PRODUCTO, DEMANDA Y COMPETITIVIDAD

¿EL PRODUCTO SE VENDERÍA AUNQUE NO EXISTIERA LA OPORTUNIDAD?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

En Network Marketing, entusiasmarte con un producto no es lo mismo que demostrar que existe un mercado para él. Necesitas observar si resuelve una necesidad, si su precio resulta defendible frente a alternativas y si hay personas dispuestas a comprarlo por su valor como producto, no solo porque participan en el negocio.

QUÉ COMPROBAR

- Precio final y alternativas comparables.
- Frecuencia real de recompra.
- Márgenes y condiciones para la venta.
- Qué porcentaje de las ventas procede de clientes externos, si la compañía lo publica.
- Evidencia que respalde las principales afirmaciones sobre el producto.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Quién es el cliente ideal y por qué compraría?
- ¿Qué problema resuelve o qué deseo satisface?
- ¿Por qué volvería a comprar?
- ¿Qué objeciones aparecen con más frecuencia?
- ¿Qué afirmaciones puedo hacer legalmente al promocionarlo?

QUÉ OBSERVAR

- Si hay clientes que compran sin interés en el negocio.
- Si la recompra nace del uso real o de requisitos de actividad.
- Si el precio se sostiene sin recurrir al discurso de ingresos.
- Si las promesas comerciales son coherentes con la evidencia disponible.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Piensa como cliente antes de pensar como distribuidor.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *Un buen producto para ti no es automáticamente un producto competitivo para un mercado.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

04

MOMENTO DE MERCADO Y POTENCIAL REAL

¿QUÉ OPORTUNIDAD EXISTE REALMENTE EN ESTE MERCADO, EN ESTE MOMENTO?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

Llegar pronto puede ofrecer ventajas, pero «estar al principio» no convierte automáticamente una compañía en una buena oportunidad. También importa si existe demanda, si el mercado admite crecimiento, qué competencia encontrarás y si la empresa tiene capacidad real para sostener su expansión. Analiza el momento sin confundir novedad con potencial.

QUÉ COMPROBAR

- Cuándo entró la compañía en tu mercado.
- Tamaño y evolución de la categoría.
- Competidores directos e indirectos.
- Presencia, logística y capacidad operativa local.
- Restricciones regulatorias o comerciales relevantes.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Qué necesidad del mercado está aprovechando?
- ¿Qué diferencia realmente su propuesta?
- ¿Qué parte del crecimiento depende de abrir nuevos países?
- ¿Cómo piensa sostener servicio y suministro si crece?
- ¿Qué datos respaldan las previsiones que me presentan?

QUÉ OBSERVAR

- Si se utilizan cifras globales para justificar una oportunidad local.
- Si «somos los primeros» sustituye a argumentos de mercado.
- Si hay demanda fuera de la propia red.
- Si el crecimiento comercial parece acompañado de infraestructura.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Separa los datos del mercado de las proyecciones y expectativas.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *Llegar pronto puede ser una ventaja. Pero solo si existe algo sólido sobre lo que construir.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

05

COSTES, REQUISITOS Y ECONOMÍA REAL DEL RANGO

¿QUÉ TENDRÍA QUE VENDER, MANTENER O PRODUCIR REALMENTE PARA ALCANZAR —Y CONSERVAR— DETERMINADOS RANGOS?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

El nombre de un rango o la comisión asociada no te dice cuánto cuesta sostenerlo. Necesitas conocer la actividad personal, el volumen de equipo, los clientes, las líneas, los plazos y cualquier compra, cuota o requisito que intervenga. La pregunta no es solo cuánto podrías ganar, sino qué tendría que ocurrir cada mes para poder cobrarlo.

QUÉ COMPROBAR

- Requisitos exactos de cada rango.
- Volumen personal y de organización.
- Número o tipo de clientes exigidos.
- Reglas por líneas, piernas o porcentajes máximos.
- Compras, cuotas y gastos recurrentes.
- Qué ocurre si un mes no mantienes la cualificación.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Qué debo producir personalmente cada mes?
- ¿Qué debe producir mi equipo y cómo se distribuye?
- ¿Qué gastos son obligatorios y cuáles opcionales?
- ¿Qué requisitos activan cada bonificación?
- ¿Qué pierdo exactamente si dejo de cumplir alguno?

QUÉ OBSERVAR

- Si te enseñan ingresos sin explicar requisitos.
- Si rango alcanzado se confunde con rango pagado.
- Si los ejemplos incluyen costes y mantenimiento.
- Si existen reglas que limitan cuánto volumen puede contar desde una sola línea.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Haz números con requisitos reales, no solo con ingresos potenciales.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *No preguntes solo cuánto se gana en un rango. Pregunta qué cuesta, qué exige y qué debes mantener.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

06

ARQUITECTURA DEL PLAN AL CRECER

¿QUÉ OCURRE CON MIS INGRESOS CUANDO MI ORGANIZACIÓN CRECE Y DESARROLLA NUEVOS LÍDERES?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

Un plan de compensación no se comporta igual cuando tienes unas pocas personas que cuando tu organización desarrolla líderes y rangos. Algunos planes aplican reglas de ruptura, bloqueo, generaciones, niveles o compresión que pueden modificar qué volumen cuenta y qué bonificaciones recibes. Necesitas entender qué cambia exactamente cuando alguien debajo de ti progresa.

QUÉ COMPROBAR

- Qué ocurre cuando un líder alcanza nuevos rangos.
- Reglas de breakaway, bloqueo o generaciones, si existen.
- Qué volumen deja de contar para determinadas bonificaciones.
- Qué nuevas comisiones se activan o desaparecen.
- Límites por nivel, generación o línea.

QUÉ PREGUNTAR

- Si alguien de mi organización alcanza mi rango o uno superior, ¿qué cambia para mí?
- ¿Sigo cobrando sobre su volumen? ¿Cómo y hasta dónde?
- ¿Qué bonificación sustituye a la anterior?
- ¿Existen topes o condiciones adicionales?
- ¿Dónde está escrita exactamente esta regla?

QUÉ OBSERVAR

- Si el plan se explica solo con una organización pequeña.
- Si se celebra desarrollar líderes sin explicar el efecto económico.
- Si términos como generaciones o breakaway se simplifican demasiado.
- Si puedes seguir el dinero en un ejemplo con varios líderes desarrollados.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Pide un ejemplo con líderes desarrollados, no solo con niveles iniciales.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *Un plan no se entiende de verdad hasta que sabes qué ocurre cuando tu gente también tiene éxito.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

07

PROFUNDIDAD Y CREACIÓN DE LÍDERES

¿EL PLAN ME PERMITE SEGUIR BENEFICIÁNDOME DEL VOLUMEN QUE AYUDO A CONSTRUIR EN PROFUNDIDAD Y A LARGO PLAZO?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

Construir profundidad significa que tu organización puede seguir creciendo mucho más allá de tus primeras líneas. Pero no todos los planes remuneran esa profundidad de la misma forma. Necesitas entender hasta dónde se paga, qué ocurre cuando aparecen nuevos líderes y si el diseño del plan sigue reconociendo el volumen que ayudaste a desarrollar con el paso del tiempo.

QUÉ COMPROBAR

- Cuántos niveles o generaciones remunera cada bonificación.
- Qué requisitos desbloquean mayor profundidad.
- Si existen límites por rango, línea o generación.
- Qué ocurre con el volumen cuando se desarrollan líderes fuertes.
- Qué bonificaciones premian realmente la profundidad.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Hasta dónde puedo cobrar sobre el volumen de mi organización?
- ¿Qué debo cumplir para acceder a más profundidad?
- ¿Qué cambia cuando una línea desarrolla sus propios líderes?
- ¿Hay volumen que deja de remunerarse para mí?
- ¿Cómo se comportaría el plan en una organización madura?

QUÉ OBSERVAR

- Si los ejemplos llegan solo a 2 o 3 niveles.
- Si se habla de ingreso residual sin explicar sus límites.
- Si desarrollar líderes aumenta, mantiene o reduce determinadas comisiones.
- Si el plan incentiva construir estructura real o depender de unas pocas líneas.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Dibuja una organización madura y comprueba qué volumen seguiría remunerándote.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *No analices solo cuánto paga el plan hoy. Analiza cómo te pagaría cuando tu organización madure.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

08

SISTEMA, DUPLICACIÓN Y DEPENDENCIA DEL LIDERAZGO

¿EXISTE UN SISTEMA QUE OTRAS PERSONAS PUEDAN REPRODUCIR O EL NEGOCIO DEPENDE DE UNAS POCAS PERSONAS CLAVE?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

Una oportunidad puede parecer sencilla mientras quien te guía tiene experiencia, contactos o habilidades excepcionales. La cuestión es qué ocurre cuando entra una persona normal, sin audiencia, sin experiencia comercial y sin acceso directo a ese líder. Un sistema sólido debería poder enseñarse, repetirse y funcionar sin depender permanentemente del talento de unos pocos.

QUÉ COMPROBAR

- Qué recibe una persona al empezar.
- Si existe un proceso claro para conseguir clientes y desarrollar equipo.
- Formación, materiales y herramientas disponibles.
- Qué tareas debe aprender a hacer por sí misma.
- Si el sistema puede utilizarse sin depender de una persona concreta.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Qué tendría que hacer durante mis primeros 30, 60 y 90 días?
- ¿Cómo consigue resultados alguien sin experiencia?
- ¿Qué parte del proceso puedo enseñar después a otra persona?
- ¿Qué ocurre si mi patrocinador deja el negocio?
- ¿Qué soporte depende de la compañía y cuál del equipo?

QUÉ OBSERVAR

- Si los resultados se concentran en perfiles extraordinarios.
- Si el sistema cambia según quién patrocina.
- Si se enseña un proceso o solo motivación y eventos.
- Si una persona nueva sabe cuál es su siguiente acción sin tener que preguntar constantemente.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Imagina que mañana desaparece tu patrocinador. ¿Qué seguiría funcionando?

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *Un sistema duplicable no necesita que todos sean excepcionales. Necesita que el proceso sea enseñable.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

09

VIABILIDAD PARA MI YO FUTURO

¿QUÉ TENDRÍA QUE OCURRIR PARA QUE ESTA OPORTUNIDAD SIGUIERA TENIENDO SENTIDO PARA MÍ DENTRO DE 3 O 5 AÑOS?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

La oportunidad que hoy te entusiasma debería poder analizarse también desde la persona y el negocio que quieres construir. Tus objetivos, tu experiencia, tu equipo y tus prioridades pueden cambiar. Pregúntate si el modelo tiene espacio para crecer contigo o si solo resulta atractivo mientras estás en una fase inicial.

QUÉ COMPROBAR

- Qué opciones existen cuando tu organización madura.
- Si el modelo permite desarrollar liderazgo y estructura.
- Qué exigencias aumentan al subir de rango.
- Si puedes adaptar tu actividad a distintas etapas personales.
- Qué riesgos dependen de decisiones que no controlas.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Cómo sería mi actividad si tuviera 10 veces más organización?
- ¿Qué tendría que seguir haciendo personalmente?
- ¿Qué pasaría si redujera mi actividad durante un tiempo?
- ¿Qué parte del negocio podría delegar o sistematizar?
- ¿Seguiría queriendo este modelo dentro de 3 o 5 años?

QUÉ OBSERVAR

- Si el éxito exige mantener para siempre el mismo ritmo inicial.
- Si el crecimiento crea libertad o más dependencia operativa.
- Si los líderes veteranos siguen construyendo de forma sostenible.
- Si la oportunidad encaja con el tipo de vida y negocio que quieres crear.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

No pienses solo en entrar. Piensa en el negocio que tendrías que sostener.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *No evalúes solo si puedes empezar este negocio. Evalúa si querrías seguir construyéndolo cuando crezca.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

10

¿SÉ REALMENTE LO SUFICIENTE PARA DECIDIR?

¿ESTOY ANTE UNA BUENA OPORTUNIDAD… O SIMPLEMENTE ANTE UNA OPORTUNIDAD QUE TODAVÍA NO SÉ CÓMO EVALUAR?

QUÉ SIGNIFICA REALMENTE

Esta última pregunta no pretende que llegues a un veredicto rápido. Pretende que observes la calidad de la información con la que estás decidiendo. Después de recorrer el filtro, quizá tengas respuestas claras, otras pendientes y algunas nuevas preguntas. Eso no es un problema: saber qué desconoces también forma parte de una decisión informada.

QUÉ COMPROBAR

- Qué respuestas has podido verificar.
- Qué respuestas proceden solo de explicaciones verbales.
- Qué documentos o datos siguen faltando.
- Qué variables todavía no entiendes bien.
- Qué información podría cambiar materialmente tu decisión.

QUÉ PREGUNTAR

- ¿Qué tendría que saber para sentir que decido con criterio?
- ¿Qué pregunta sigo evitando o no sé formular?
- ¿Qué respuesta necesito contrastar con otra fuente?
- ¿Qué ocurriría si la respuesta fuera distinta de la que espero?
- ¿Estoy preparada/o para decidir o necesito investigar más?

QUÉ OBSERVAR

- Si sientes presión por decidir antes de comprobar.
- Si una respuesta incómoda se minimiza o se desvía.
- Si puedes explicar con tus propias palabras cómo funciona la oportunidad.
- Si tu decisión se apoya en datos, expectativas o entusiasmo.

MIS RESPUESTAS / EVIDENCIA

Anota también qué necesitarías saber antes de tomar una decisión.

FUENTE / DOCUMENTO:

DUDA QUE SIGUE ABIERTA:

RECUERDA *No necesitas tener todas las respuestas. Necesitas saber cuáles tienes, cuáles no y cuáles debes comprobar.*

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

HAS TERMINADO LAS 10 PREGUNTAS

AHORA NO BUSQUES UNA PUNTUACIÓN.

BUSCA TU MAPA DE CLARIDAD.

Este filtro no termina con un 7/10, un aprobado o un «sí/no». Termina con algo mucho más útil: una fotografía de lo que sabes, lo que has podido verificar y lo que todavía necesitas investigar antes de decidir.

LO QUE SÉ

Respuestas que ya comprendes con claridad.

LO QUE HE VERIFICADO

Datos respaldados por documentos o fuentes.

LO QUE SIGUE ABIERTO

Preguntas, dudas o información que aún falta.

LAS 3 VARIABLES QUE MÁS PODRÍAN CAMBIAR MI DECISIÓN

01 _____

02 _____

03 _____

ANTES DE DECIDIR, PREGÚNTATE

- ☐ ¿Sé explicar con mis propias palabras cómo funciona esta oportunidad?
- ☐ ¿Sé dónde comprobar las respuestas importantes?
- ☐ ¿Conozco las dudas que todavía siguen abiertas?
- ☐ ¿Estoy decidiendo por información o por presión, urgencia o entusiasmo?

TU OBJETIVO

No es eliminar toda la incertidumbre.

Es decidir sabiendo qué estás eligiendo.

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

ANTES DE TOMAR TU DECISIÓN

SI TODAVÍA TIENES DUDAS, NO NECESITAS QUE ALGUIEN DECIDA POR TI.

NECESITAS SABER QUÉ TE FALTA ANALIZAR.

Después de completar este workbook es posible que hayas encontrado respuestas que no esperabas, reglas del plan que todavía no comprendes o variables que podrían cambiar tu decisión. Eso es precisamente lo que debía ocurrir: ahora tus dudas son más concretas.

SI NECESITAS UNA SEGUNDA MIRADA

PUEDES SOLICITAR UNA REVISIÓN DE TU CASO.

Podremos revisar las dudas concretas que te hayan surgido al aplicar El Filtro Antes del Sí™, identificar qué documentación conviene consultar y ayudarte a formular las preguntas que todavía necesitas resolver.

La decisión seguirá siendo tuya. El objetivo es que tengas mejores elementos para tomarla.

ANTES DE SOLICITARLA, TEN PREPARADO

- ☐ Este workbook cumplimentado.
- ☐ El nombre de la compañía y la oportunidad que estás analizando.
- ☐ El plan de compensación y las políticas que hayas podido conseguir.
- ☐ Tus 3 dudas o variables más importantes.

SI DESPUÉS DE TRABAJAR EL FILTRO SIGUES TENIENDO DUDAS

Si después de trabajar el filtro quieres que revise contigo las dudas que te hayan quedado, envíame un mail a

info@susanarodriguez.net

NOTA Este material tiene carácter educativo e informativo y no constituye asesoramiento jurídico, fiscal, financiero ni una recomendación individualizada de inversión o negocio. La normativa y las circunstancias pueden variar según la jurisdicción.

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

PARA TODO LO QUE NECESITE MÁS ESPACIO

MIS NOTAS

Utiliza esteespaciopara ampliarrespuestas, anotar preguntas pendientes, registrar fuentes que quieras consultar o escribir cualquier reflexión que haya surgido mientras trabajabas El Filtro Antes del Sí™.

PUEDES ANOTAR AQUÍ

Dudas pendientes · Datos por verificar · Documentos o fuentes · Preguntas para la compañía · Reflexiones personales

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados · susanarodriguez.net

EL FILTRO ANTES DEL SÍ™

NO NECESITAS 17 AÑOS DE EXPERIENCIA. NECESITAS SABER QUÉ MIRAR ANTES DE DECIDIR.

INVESTIGA · PREGUNTA · OBSERVA · CONTRASTA

Después, decide tú.

SUSANA RODRÍGUEZ

Abogada · Autora · Networker · Formadora y consultora especializada en Network Marketing

susanarodriguez.net

© 2026 Susana Rodríguez · Todos los derechos reservados