

UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO



DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

“EL NETWORK MARKETING COMO UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO Y
GENERACIÓN DE INGRESOS PARA LAS PERSONAS DE LA CIUDAD DE
CHETUMAL”

TESIS
para obtener el grado de:

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

PRESENTA:
DIANA NATALHY PERAZA CARDENAS

DIRECTOR DE TESIS:
DR. JOSÉ LUIS ESPARZA AGUILAR



Abril de 2018



Universidad de Quintana Roo

Tesis elaborada bajo la supervisión del comité de asesoría y aprobado como requisito parcial para obtener el grado de:

LICENCIADA EN SISTEMAS COMERCIALES

COMITÉ

DIRECTOR: _____

Dr. José Luis Esparza Aguilar

ASESOR: _____

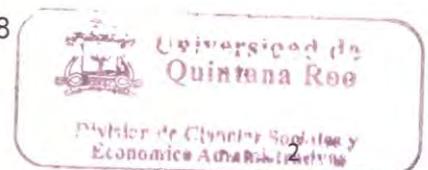
Dra. María de Jesús Pérez Hervert

ASESOR: _____

Dr. Francisco Javier Güemez Ricalde



Chetumal, Quintana Roo, abril de 2018



DEDICATORIA

A mis padres y a mi familia, a mi papá por ser luz en mi camino, por creer en mí en todo momento, dándome tu tiempo, comprensión, paciencia para yo poder lograr mis objetivos y así poder concluir esta carrera y ser un gran regalo para ambos, a mi madre por darme su amor en los momentos difíciles, ambos fueron la clave para que yo pudiera concluir mis estudios, que no me faltara nada desde que yo inicie este gran camino en mi desarrollo académico, dándome lo que necesitara para que hoy pudiera llegar hasta aquí.

¡GRACIAS!

AGRADECIMIENTO

A DIOS

Por darme la vida, darme salud y por ponerme las herramientas que yo requería para poder cumplir mis metas.

A MIS PADRES

Por su apoyo y aliento en este gran proceso, por creer en mí y darme la oportunidad de poder realizarme.

A MIS MAESTROS

Por sus enseñanzas, por su tiempo, dedicación en las aulas, pero en especial al Dr. José Luis Esparza Aguilar, por su paciencia en este proyecto que sin su apoyo no hubiera logrado concluir con este trabajo de investigación. A mis asesores por todo el apoyo en la revisión de este estudio.

A MIS AMIGOS Y PERSONAS IMPORTANTES EN MI VIDA

Por darme su mano cuando lo necesite, porque formaron parte de que yo pudiera llegar hasta aquí, dándome siempre apoyo, motivación, y sobre todo su compañía que es lo más importante.

¡GRACIAS!

RESUMEN

Autor: Diana Natalhy Peraza Cardenas

Título: El *NETWORK MARKETING* como una oportunidad de negocio y generación de ingresos para las personas de la ciudad de Chetumal

Institución: Universidad de Quintana Roo

Grado: Licenciatura en Sistemas Comerciales

Año: 2018

El objetivo general es plantear la oportunidad de negocio en la ciudad de Chetumal a través de la industria del *Network Marketing* o marketing multinivel. Se abordó una investigación de tipo exploratoria a una muestra por conveniencia de la población chetumaleña mayores de 18 años que se encontraba laborando en este tipo de negocio.

El presente trabajo consta de una introducción y cuatro capítulos. el primer capítulo se desarrollan los fundamentos de *Network Marketing*, el segundo capítulo el *network marketing* como negocio, el tercer capítulo metodología de la investigación y el cuarto capítulo análisis de los resultados presenta los principales hallazgos obtenidos en la investigación.

ÍNDICE GENERAL

Introducción.....	9
a) Planteamiento del problema	10
b) Justificación del tema	11
c) Objetivos.....	12
d) Hipótesis.....	13
CAPÍTULO 1.- FUNDAMENTOS DEL <i>NETWORK MARKETING</i>.....	15
1.1 Conceptos del <i>network marketing</i>	16
1.2 Antecedentes del <i>network marketing</i> o multinivel.....	17
1.3 Aspectos legales	18
1.4 La asociación internacional de marketing multinivel.....	19
1.5 Sistema multinivel vs sistema piramidal	20
1.6 Sistema multinivel	20
1.7 Sistema piramidal.....	21
1.8 Principales empresas multinivel a nivel mundial	24
CAPÍTULO 2.- EL <i>NETWORK MARKETING</i> COMO NEGOCIO	26
2.1 Factores que componen a una empresa de multinivel	27
2.2 Formas de pago	29
2.3 Networker	30
2.4 Planes de compensación de multinivel	30
2.5 Esquema tradicional hacia nuevos sistemas de oportunidad	34
2.5.1 Ingreso línea vs ingreso residual	34
2.6 Cuadrante flujo de efectivo.....	35
CAPÍTULO 3.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.1 Tipo de investigación.....	39
3.1.1 Investigación correlacional.....	39
3.1.2 Investigación explicativa.....	39
3.2 Diseño de investigación.....	39
3.3 Muestra	40
3.4 Determinar la población.....	41
3.5 Recolección de datos e instrumento de medición	41

3.6 Enfoque cuantitativo	41
3.7 Fuente primaria	41
3.8 Herramientas y técnicas estadísticas	42
CAPÍTULO 4.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	43
4.1 Análisis descriptivo univariante	44
4.2 Análisis bivariante	53
Conclusiones.....	56
Recomendaciones.....	58
Bibliografía	59
Consulta en páginas electrónicas.....	61
Anexos	62
Anexo 1. Cuestionario	62

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1. Diferentes modelos de negocio	22
Figura 2. Plan de compensación UniNive.....	31
Figura 3. Plan de compensación Binario	31
Figura 4. Plan de compensación Matricial o Matriz Forzada	32
Figura 5. Plan de compensación por Ruptura o Breakaway	33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Principales empresas de multinivel a nivel mundial	25
Tabla 2. El cuadrante de flujo de dinero:	35

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Género	44
Gráfica 2. Edad.....	45
Gráfica 3. Además de dedicarse al Network Marketing, usted	46
Gráfica 4. Nivel educativo	46
Gráfica 5. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollándose en el ámbito del Network Marketing?.....	47
Gráfica 6. ¿A qué compañía de Network Marketing pertenece	48
Gráfica 7. ¿Qué productos y/o servicios ofrece su compañía?	48
Gráfica 8. ¿Cuántos percibe al mes, haciendo la actividad del Network Marketing?	49
Gráfica 9. ¿Conoce a alguien que ha iniciado este tipo de negocio en los últimos 6 meses?.....	50
Gráfica 10. Marque el nivel de acuerdo o desacuerdo que considera al Network Marketing como una buena opción de negocio	50
Gráfica 11. ¿El Network Marketing es una fuente de generación de ingresos? ...	51
Gráfica 12. ¿Hace uso de las tecnologías de información y comunicación para realizar su negocio?	51
Gráfica 13. ¿Hace uso de las redes sociales para promover su negocio?	52

Introducción

El objetivo general es plantear la oportunidad de negocio en la ciudad de Chetumal a través de la industria del *Network Marketing* o marketing multinivel. Esta industria con más de 70 años de existir, es conocida como el negocio del siglo XXI, por la tendencia que este toma en la nueva era económica, numerosas personas del mundo de las finanzas, el emprendimiento, la política o la educación de grado superior tales Como Warren Buffet, Robert Kiyosaki, Bill Clinton, Richard Poe, Paul Zane Pilzer, Barry Cartern, entre otros, han escrito y hablado sobre los beneficios y ventajas de este Modelo de Negocio, que hoy ya cuenta con 75 millones de personas ejerciendo la profesión de Distribuidor Independiente, denominados dentro de la Industria: *Networkers* (Jimenez, 2005).

A diferencia de los sistemas corporativos tradicionales en los que permiten sólo a una persona alcanzar el puesto más alto, el multinivel como afirma Richard Poe en su libro la ola 3, "ofrece una oportunidad de comenzar un negocio con un mínimo costo, y trabajar cómodamente desde sus casas en el seno de sus familias, y para unos pocos afortunados lograr riqueza rápida más allá de sus sueños más ambiciosos " (Poe, 2004).

Esta oportunidad de negocio, respecto al cuadrante de flujos que habla Robert Kiyosaki, implica de manera personal, cambiar de cuadrante de ser E (Empleado) o S (Auto-empleado), al cuadrante B (Dueño de Negocios) o I (Inversionista). Al igual de los grandes beneficios que brinda un buen multinivel es que se enfoca en desarrollar la inteligencia emocional tanto como las habilidades de negocios y la inteligencia financiera, esto a través de la capacitación continua y tiempo que invierta el *Networker* (RDrughieri, 2006).

Se abordará una exploración a la población chetumaleña mayores de 18 años que se encuentre en este tipo de industria, aunque en Latinoamérica es apenas en nuestros días que está tomando fuerza, según datos de 2010 del Wall Street Journal, América del Norte, Sudamérica y Asia son los mercados más potentes.

Europa es el continente emergente en esta fuerza de ventas, siguiendo inmediatamente a los países citados con Alemania, Francia, Rusia, Reino Unido e Italia. Es un negocio que brinda la oportunidad de que en la compañía de multinivel a la que pertenezca puedas hacer negocio incluso en los países que se encuentre la compañía.

a) Planteamiento del problema

Según Vidal (2015), de cada 100 personas que empiezan a trabajar a la edad de 25 años, a la edad de 65 años:

- 1% Es rico.
- 4% Tienen suficiente dinero para retirarse.
- 63% Dependen de la seguridad social o de la caridad.
- 29% Han fallecido.

Una de las estadísticas más desalentadoras es la siguiente:

- 95% De las personas, mayores de 65 años no puede permitirse el lujo de retirarse y se ven obligadas a trabajar hasta que mueren.

Analizando estos datos, solo unos cuantos logran absorber esta información de manera positiva buscando una solución, independientemente si es estudiante, cuente con alguna profesión, no haya estudiado o terminado sus estudios, pero para otros es algo tan desmotivante y alarmante, no ocupándose, quedándose en una zona de confort, siguiendo un rol donde si consiguen un empleo los sueldos son cada vez más bajos, inciertos, temporales, otros culpando al gobierno, sumándose a la delincuencia, negocios ilícitos, y un sinnúmero de problemas que cada país presenta.

Los habitantes de Chetumal carecen la gran mayoría, de oportunidades para poder generar ingresos, están limitados o siendo guiados a los trabajos tradicionales que la misma sociedad está acostumbrada, inculcándonos desde niños a ir a la escuela, sacar buenas calificaciones para buscar un trabajo seguro o en instancias

gubernamentales, la realidad es que al salir de la escuela se enfrenta con la gran realidad de que no hay empleo, o bien si lo obtienen continúan los datos ya mencionados.

No existe una cultura de preparación hacia temas de nuevas tendencias o industrias de oportunidades de negocio, de los cambios en la economía, de qué es lo que hablan los grandes economistas, de aquellas recomendaciones, opiniones y testimonios de personas que están convencidas optando por esta industria del *Network Marketing* y que en otros países también están surgiendo los nuevos millonarios, cambiando su estilo de vida, su salud, obteniendo su libertad financiera y logrando no solo un ingreso lineal si no, un ingreso residual a través del multinivel.

Es por ello que se realizará un estudio de aquellas personas mayores de 18 años que en la ciudad de Chetumal están optando por esta industria, testimonios de su ingreso y las oportunidades de negocio que brindan las principales compañías de *Network Marketing* en esta ciudad.

Pregunta de investigación: ¿El *Network Marketing* es una oportunidad de negocio y una fuente de generación de ingresos para las personas mayores de 18 años de la ciudad de Chetumal?

b) Justificación del tema

Hernández, et al., (2003), afirma que la justificación es la que “indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones”, (p.50).

Desde el inicio de la industria del *Network Marketing* en el siglo XIX, ha habido seis recesiones en el Mundo Occidental de diferentes grados.

Con cada recesión, la industria del *Network Marketing* ha experimentado un crecimiento significativo debido a que la antigua economía se va quedando, la red de comercialización es todo lo contrario. Por eso se atreven a decir que el *Network Marketing* esta aprueba de cualquier recesión.

En la actualidad nuestra economía está saliendo o entrando en otro período de recesión oficial, dependiendo de a quién le preguntes. Una vez más, los indicadores muestran que la industria de multinivel está empezando otra tendencia de crecimiento en los Estados Unidos y en Europa. Muchas compañías de multinivel, grandes y pequeñas han experimentado un crecimiento récord en las ventas totales y de patrocinio en los últimos tiempos. Por otra parte, muchas de esas mismas empresas están experimentando un crecimiento aún mayor mes a mes (Direct Selling Association, DSA).

Como podemos analizar, al elegir correctamente una empresa de multinivel te permite tener la seguridad de estar en un negocio creciente, una industria que permite cambiar la vida de miles de personas y familias, obteniendo una independencia económica, dejar un patrimonio para su familia, crecimiento personal, aportando y/o ayudando a la economía positivamente.

Las empresas de multinivel, le brinda a las personas, pertenecer con una mínima inversión (el pago de inscripción suele ser mínimo), de que sea su propio jefe, la posibilidad de manejar los horarios de trabajo, la posibilidad de iniciar un negocio fácil y de manera inmediata, no se requiere contar con conocimientos o experiencia en negocios ya que la empresa o los patrocinadores se encargan de brindar la capacitación necesaria continuamente.

Las personas deben invertir en un buen multinivel, que les apasione, estar realmente dispuestas a capacitarse y que el tiempo que le dediquen a su negocio sea eficiente, así lograr en su crecimiento personal, lo cual el multinivel te brinda muchas herramientas para lograr tus metas (Beas, (2007)).

c) Objetivos

Según Rojas, en Avila baray (2006), un objetivo es “un enunciado que expresa los resultados que se pretenden alcanzar al finalizar la investigación, entre las características que necesita cubrir se encuentran: debe ser factible y mensurable”. Para Hernández, et al., (2003), los objetivos “tienen la finalidad de

señalar lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio”, (p.44).

Objetivo general:

Determinar si el *Network Marketing* en la ciudad de Chetumal, es una oportunidad de negocio y una fuente generadora de ingresos para las personas mayores de 18 años.

Objetivos específicos:

- Realizar una revisión de la literatura relacionada con el *Network Marketing*.
- Analizar las oportunidades de negocio en la industria del *Network Marketing* en la ciudad de Chetumal.
- Analizar las maneras de generar ingreso por parte de las personas de la ciudad de Chetumal en la industria del *Network Marketing*.

d) Hipótesis

Avila Baray (2006), hipótesis “se define como una respuesta probable de carácter tentativo a un problema de investigación y que es factible de verificación empírica. La hipótesis expresa la relación entre dos o más variables que son susceptibles de medición. Una hipótesis planteada correctamente debe poderse verificar o contrastar contra la evidencia empírica”. Por su parte, Hernández, et al., (2003), acotan que las hipótesis son “Explicaciones tentativas del fenómeno investigado que se formulan como proposiciones”, (p.140).

Hipótesis alternativas. “Son posibilidades diferentes o ‘alternas’ ante las hipótesis de investigación y nula”, Hernández, et al., (2003, p.160).

Hipótesis descriptivas. El investigador Avila Baray (2006), las define como “una situación relacional entre las variables que se someten a estudio. Se utiliza en investigaciones de tipo descriptivo, como pudieran ser los estudios por encuesta”.

Hipótesis alternativa:

El *Network Marketing* es una oportunidad de negocio que contribuye en la generación de ingresos de las personas mayores de 18 años de la ciudad de Chetumal.

Hipótesis nula:

El *Network Marketing* no es una oportunidad de negocio que contribuye en la generación de ingresos de las personas mayores de 18 años de la ciudad de Chetumal.

CAPÍTULO 1.- FUNDAMENTOS DEL *NETWORK MARKETING*

1.1 Conceptos del *network marketing*

Según Richard Poe (2014) en su libro la ola 3, El "*Network Marketing*" no está definido en ningún diccionario estándar de términos empresariales. Tampoco están de acuerdo los empresarios del *Network Marketing* en su significado. Por lo cual lo define como: "*Todo método de marketing que permita ventas independientes, auspiciar a otros representantes comerciales y obtener bonificaciones del movimiento de productos de esos auspiciados*" (pág. 7).

"Es un efectivo método por el que bienes y servicios pueden ser distribuidos sin los costes normales asociados a una compleja publicidad, promoción y marketing operacional. Basa su éxito en un principio muy simple: un gran número de vendedores vendiendo un modesto volumen de productos. Cada uno se beneficia y cada individuo tiene la misma oportunidad de ir tan rápido como su empeño y habilidad le permitan" (Carmichael, 1996).

Se establece que "*el Network Marketing es la forma en la que el fabricante introduce sus productos en el mercado bajo la forma de "Oportunidad de Negocio", una estrategia de venta directa de productos y/o servicios entre un fabricante y consumidor final a través de un único intermediario (distribuidor), recibiendo este último una comisión por cada venta realizada. Mediante la cual distribuidores independientes pueden asociar a otros distribuidores y obtener comisiones por el movimiento de esos productos dentro de su red*".

1.2 Antecedentes del *network marketing* o multinivel

El origen del multinivel tuvo sus inicios varias décadas atrás, es por eso que se abordará toda información recopilada sobre la transformación que ha tenido el *Network Marketing* hasta ser un sistema totalmente legalizado y respaldado.

En los años 30, en 1934, Carl Rehnborg crea la empresa California Vitamins, y desarrolla su primer producto multivitamínico y de suplemento mineral norteamericano. Por lo que en 1939 funda Nutrilite para distribuir su producto.

Por lo que los distribuidores de Nutrilite podían asociar más personas a ellos, de manera que recibirían también una comisión por las ventas realizadas por estos nuevos distribuidores asociados.

Fue así que apareció el primer plan de retribución de la industria del multinivel, por lo que en la década de los 40, comienza la historia de la distribución a través del multinivel.

En 1944, surge otra compañía bajo este sistema de multinivel Tupperware una marca registrada y patentada por el químico Earl Silas Tupper.

En 1956, DeVos y Van quienes eran descendientes de inmigrantes holandeses y distribuidores destacados de Nutrilite, fundan AMWAY, empresa industrial y comercial que surgía en el mercado con un único producto: un limpiador multiusos para usos domésticos lo cual era líquido y orgánico, llamado L.O.C. lo cual había comprado la patente a un químico de Detroit.

A finales de la época de los 60, AMWAY ya contaba con un catálogo de más de 200 productos, 700 empleados y 100.000 distribuidores independientes en los EEUU y Canadá. Con esta compañía empezaron a definirse las características de las compañías de *Network Marketing* en las siguientes décadas.

Por lo que la distribución en red era una forma de venta directa, pero también empezó a hacer una buena oportunidad de negocio para aquellos interesados en emprender una actividad empresarial independiente (Mancera, 2015).

Es así como tuvo sus primeros inicios esta industria del multinivel, a través de personas con visión más allá de que es el sistema tradición de mercadeo, generando oportunidades de crecimiento y fuentes de ingreso a través de la distribución en red.

1.3 Aspectos legales

El Network Marketing o el multinivel, a diferencia de lo que muchos creen partió con una filosofía basada en el apoyo a personas emprendedoras y no en acciones fraudulentas.

En la década de los 70, la distribución en red se expande con fuerza en EEUU, lo que origina controversia en la opinión pública tanto en la legalidad como en la regulación de esta industria, como punto de partida es acusada a ser un negocio ilegal con esquemas de Ponzi o bien un negocio piramidal.

En 1979, después de un trabajo de documentación y análisis durante 4 años, la Comisión Federal del Comercio de los EEUU (FTC), considera mediante sentencia, que el *Network Marketing* es un Legítimo Modelo de Negocio.

En 1978 se funda la *World Federation Direct Selling Associations* (WFDSA), que aglutina a las principales asociaciones de venta directa y marcara las directrices para la regulación del sector en todo el mundo.

En la década de los 80, ya se encontraban grandes compañías dedicadas exclusivamente a distribuir con este sistema de multinivel, por lo cual cuyos números de facturación se multiplicaban de año en año muy por encima de lo que estaba acostumbrado el sector de la distribución tradicional.

En la década de los 90, llegan las legislaciones específicas para muchos países europeos, a partir de entonces este modelo de negocio no ha hecho otra cosa que crecer. Por lo que una muestra clara de la solidez y seriedad de los profesionales de la industria y las entidades reguladoras y supervisoras es que, efectivamente, las

quejas o informaciones de empresas sospechosas se tramitan, investigan y se depuran responsabilidades penales llegadas el caso.

Según las cifras de la Asociación Internacional de Multinivel, el total de ventas por medio del *Network Marketing* supera ya los US\$70,000 millones y más de 20 millones de personas trabajando en más de 2000 compañías por todo el mundo, incluso hay varias compañías que cotizan en la Bolsa de Valores, como Citigroup o Herbalife.

Existen unos 150 países con legislación dedicada a la Distribución en Red y numerosas personas del mundo de las finanzas, el emprendimiento, la política o la educación de grado superior tales como Warren Buffet, Robert Kiyosaki, Bill Clinton, Richard Poe, Mark Yarnell, Paul Zane Pilzer, Tim Sales, Scott Rudolph, Barry Carter, etc., han escrito y recomendado el Modelo de Negocio (Mancera, 2015).

1.4 La asociación internacional de marketing multinivel

Otro gran respaldo a toda esta industria durante 31 años, “La Asociación Internacional de *Marketing Multinivel*” por sus singlas en ingles MLMIA, ha sido una fuerza importante en la definición de la ética, la legalidad y oportunidades en la comercialización de la red. El consejo de Administración MLMIA ha desarrollado, facilitado y nutrido fuertes relaciones entre la industria y las influencias externas que afectan sus operaciones, incluidas las agencias reguladoras, la comunidad jurídica excepcional, gestión de la empresa, desarrollando de software, los educadores, la prensa y el público en general.

La misión de la asociación es “fortalecer la red de comercialización en todo el mundo”. Mientras trae profesionalismo y credibilidad a la industria. El código de ética, el cual cada miembro se compromete a respetar, es el compromiso MLMIA a sus colegas diputados, otros vendedores de la red y el público que servimos. MLMIA se ha comprometido a mejorar la profesionalidad de sus miembros mediante el

establecimiento y la aplicación de la ética y los estándares de la industria, y para hacer de la educación una prioridad permanente.

MLMIA es reconocida como la principal fuente de datos de la industria de marketing de red y la información no sesgada por numerosas industrias, los negocios y las publicaciones generales (Wood, 2016).

Al nacer esta asociación internacional de *Marketing Multinivel*, fortalece cualquier inquietud por parte de personas externas que no confían en este sistema ya legalizado y respaldado, sobre todo si la compañía a la cual uno pertenece investigar si es una compañía registrada y aprobada por la MLMIA, ya que hay otras compañías que dicen llamarse multinivel, pero no lo son.

1.5 Sistema multinivel vs sistema piramidal

Una vez estudiado los aspectos legales del *Network Marketing* y su respaldo, diferenciaremos entre el sistema multinivel vs el sistema piramidal, comprobando una vez más que el sistema multinivel es totalmente legal y lo piramidal son situaciones fraudulentas, lo cual para todo *Networker* es importante saber diferenciar.

1.6 Sistema multinivel

Se establece que el *Network Marketing* es la manera en que un fabricante introduce sus productos en el mercado bajo una "Oportunidad de Negocio", una estrategia de venta directa entre un fabricante y un consumidor final, a través de un solo intermediario (distribuidor), recibiendo el distribuidor una comisión por cada venta directa realizada (Luis, 2004).

Por lo que al hablar que en el *Network Marketing* se crea un sistema de Distribución en Red, distribuidores independientes pueden asociar (inscribir) a otros

distribuidores que empiezan siendo clientes, creando su red de consumos, y así obtener comisiones por cada uno de ellos.

Al eliminar tantos intermediarios se produce un gran ahorro y este es la principal fuente del dinero a ser repartido entre los miembros del multinivel. Las empresas de multinivel les brindan a las personas, pertenecer con una mínima inversión, de ser su propio jefe, la posibilidad de manejar los horarios de trabajo, la posibilidad de iniciar un negocio fácil y de manera inmediata, no se requiere contar con conocimientos o experiencia en negocios ya que la empresa o los patrocinadores se encargan de brindar la capacitación necesaria.

1.7 Sistema piramidal

Carlo Ponzi, fue un famoso delincuente de origen italiano especializado en estafas, es conocido por ser el creador de la estafa llamada esquema Ponzi.

El sistema piramidal se caracteriza por no tener un producto a vender y por lo tanto termina siendo un fraude. El término "esquema Ponzi" fue determinado así por una estafa que Carlo Ponzi llevo a cabo, y que hoy en día también describe cualquier estafa que paga a los primeros inversores ganancias de los inversores posteriores.

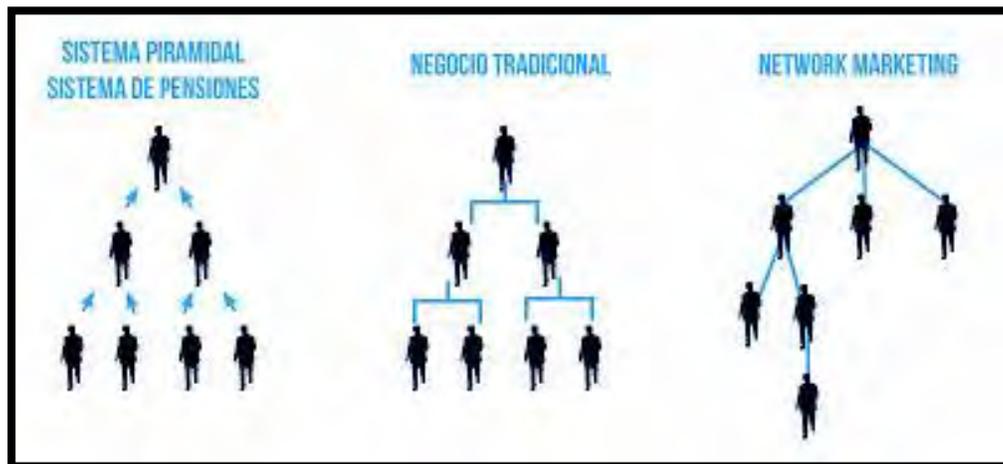
En 1919, Ponzi se dio cuenta que los cupones los inmigrantes italianos envían a sus familias, eran pobres por cuestiones de la guerra, y estos lo cambiaban por dinero y así poder responder a las cartas, lo cual él vio un fabuloso negocio. Lo cual conocidos decidieron unirse a esta idea y montó la empresa *Securities Exchange Company*. Esta estafa consistía en que Ponzi, prometía a sus clientes un 50% de beneficios dentro de un plazo de 45 días, o 100% dentro de 90 días, con el simple hecho de comprar cupones postales en otros países y redimiéndolos a su valor nominal en los EEUU, con una forma de arbitraje.

Esto se vino abajo cuando el analista financiero *Clarence Barron*, que los intereses que se pagan Ponzi no reinvertía ni un céntimo de sus beneficios en la empresa. Se calculó que para cubrir las obligaciones se necesitaban 160 millones de cupones, y

solo contaban con 27.000. Tras quejas y demandas fue ingresa a prisión. El 1 de noviembre de 1920, Carlo Ponzi fue declarado culpable de fraude y se condenó a prisión 5 años, salió tres años más tarde y le condenaron a nueve más. El sistema piramidal es un negocio por lo tanto ilegal, donde las personas que entraron primero ganaran más dinero que las que entraron después. En el multinivel las ganancias no dependen del nivel en que entro la persona, sino de la cantidad de bienes y servicios que su trabajo genere. Es por eso que la oportunidad de negocio será tan buena para una persona que se involucre hoy, como para una persona que se involucre dentro de uno o cinco años.

Antes de decir si el *Network Marketing* es o no un sistema piramidal, veamos los diferentes modelos de negocio que existen en la actualidad:

Figura 1. Diferentes modelos de negocio



Fuente: Marketing Multinivel Profesional (2013), <http://marketingmultinivelprofesional.blogspot.mx/>

Sistema piramidal

Como se analizó anteriormente es un negocio ilegal. Consiste en pedir prestado dinero a unos inversores para pagar a otros inversores, que a su vez pagan a otros inversores, sin un producto existente, las personas de la base de la pirámide ponen dinero para que las personas que están en niveles por encima se beneficien de esa inversión. Para que estos puedan ganar dinero, tienen que engañar a más personas

para que hagan lo mismo que ellos. Para que este sistema funcione, cada vez tiene que haber más gente en la base de la pirámide.

Veamos cómo funciona el Sistema de Pensiones: Los jóvenes trabajan y pagan con sus impuestos a los ancianos. Cuando estos jóvenes sean ancianos, cobrarán el dinero de los impuestos de los nuevos jóvenes. Hasta que el sistema explote, porque para que esto funcione, igual que ocurre con los sistemas piramidales, cada vez tiene que haber más jóvenes cotizando y lo que ocurre es justamente lo contrario.

Negocio tradicional:

El organigrama de un negocio tradicional también es una pirámide. Las personas de la base de la pirámide (trabajadores) invierten su tiempo para que la persona que está en la cima se lucre a cambio de un salario. Años atrás este modelo de negocio ofrecía una cierta seguridad laboral que al día de hoy es inexistente. Por no hablar de las pocas posibilidades para crecer y promocionarse.

Sistema Multinivel o Network Marketing:

El *Network Marketing* se basa en consumir un producto a cambio de un porcentaje de dinero en base a tu facturación. Cuanto mayor sea esta facturación, mayor será el dinero que recibe el consumidor a cambio. La gran ventaja de un Sistema Multinivel o *Network Marketing* es que se puede conseguir la libertad financiera.

¿Cómo conseguir la libertad financiera con el Marketing Multinivel? recomendando a otras personas que se beneficien de la oportunidad de consumir unos productos que les dará rentabilidad. La facturación que estos hagan se sumará al de la persona que les recomendó, haciendo que el porcentaje de beneficios sea cada vez mayor.

1.8 Principales empresas multinivel a nivel mundial

Expondremos solo 10 de las 100 empresas que están en el ranking de empresas multinivel más exitosas, esta lista se basa en ingresos anuales, por lo tanto, solo aparecen las compañías de MLM que más ingresos generan anualmente a nivel mundial en la venta directa.

Desde hace 8 años Direct Selling News (DSN) ha venido clasificando a los mejores multiniveles para reconocer los logros y esfuerzos de estas compañías de redes de mercadeo exitosas. *Direct Selling News*, es una revista comercial mensual a todo color que se centra en la comercialización multinivel y dirigida a ejecutivos de esa industria. El editor actual de *Direct Selling News* es John Fleming. Cada año, en junio, la revista publica su lista anual "DSN Global 100".

La clasificación de las Top 100 MLMs está basada en los ingresos netos, antes de abonar comisiones y sin ningún tipo de impuesto al valor agregado.

En un esfuerzo por apoyar la transparencia y verificar la autenticidad, DSN requiere que cada empresa presente un formulario de Certificación de Ingresos, conocido como RCF, por sus siglas en inglés, firmado por el CEO y el director de finanzas o el agente designado.

Tabla 1. Principales empresas de multinivel a nivel mundial

POSICIÓN	COMPAÑIA	INGRESOS
1	AMWAY	\$8.80 billion
2	AVON	\$5.70 billion
3	HERBALIFE	\$4.50 billion
4	VORWERK	\$4.20 billion
5	MARY KAY	\$3.50 billion
6	INFINITUS	\$3.41 billion
7	PERFECT	\$3.06 billion
8	QUANJIAN	\$2.89 billion
9	NATURA	\$2.26 billion
10	TUPPERWARE	\$2.210 billion

Fuente: Direct Selling News (2017)

CAPÍTULO 2.- EL *NETWORK MARKETING* COMO NEGOCIO

2.1 Factores que componen a una empresa de multinivel

Empresa

La empresa como punto de partida tiene que ser reconocida dentro del *Network Marketing*, es decir que cuente con un sustento real y proporcione toda información a las personas interesadas a pertenecer a dicha empresa. Es importante saber que como cualquier otro negocio existen empresas de multinivel que nacen y mueren, pero existen compañías que han superado pruebas de tiempo y que tienen presencia en otros países, así teniendo la certeza de que la empresa que elija pertenecer es legal y no existe riesgo alguno de perder dinero.

Producto

El producto juega un papel clave para desarrollar tu negocio dentro del multinivel, ya que existen productos y/o servicios que son un poco más difíciles de vender que otros, es decir el nicho de mercado es complicado, más aun si las costumbres de la localidad son otros a la procedencia de la compañía, por ejemplo si la compañía es de origen alemana y sus productos son complicados vender en México. Es por eso que a la empresa de multinivel que uno decida pertenecer debe tener una amplia línea de productos y que puedan cubrir una necesidad en el mercado o bien sea factible distribuirlo.

Venta directa

La venta directa fue la idea principal para dar inicio al *Network Marketing*, la venta directa es la comercialización de productos entre un fabricante (compañía) y un consumidor final, a través de un único intermediario (distribuidor), por lo que el distribuidor al realizar esta venta recibe una comisión ya que es la diferencia entre el precio distribuidor y precio a cliente.

Distribuidor

El distribuidor tiene varias funciones como lo es guiar a su equipo o a sus distribuidores, por lo que recibe el nombre de patrocinador, coach, *Networker*, entre otros. El patrocinador debe elaborar equipos y crear redes de consumo y venta, y enseñar a los demás a realizar esta misma labor. Así poder asegurar una buena organización, fuerte, preparada, generando ganancias personales por las ventas realizadas, y comisiones por todas las ventas grupales o dicho de otra manera en su red, además de poder crecer y recibir más ganancias en la compañía que pertenece.

Esto te dará el estilo de vida esperando, independencia económica, logrando el éxito haciendo que otros también tengan éxito, es por eso que el *Network Marketing* es gente ayudando gente, a ayudarse a sí mismos (Rivera, 2014).

Sistema de entrenamiento

Cuando una persona ingresa a una compañía de multinivel, carece de conocimientos. Un sistema de entrenamiento los formara y capacitara para poder ejercer correctamente el negocio, sin un sistema de entrenamiento su fracaso está casi garantizado.

El no pertenecer a un sistema de entrenamiento crea malas experiencias dentro del multinivel o de la compañía a la que uno invierta, ya que las personas no ven el resultado esperado, muchas veces es porque ellos mismos que no se quieren capacitan o entran a una compañía sin un patrocinador que los guie o un sistema de entrenamiento que los apoye dándoles herramientas de trabajo. Es por eso que es fundamental que antes de invertir en un multinivel sepa que empresa ofrece herramientas de trabajo fuertes, accesibles, personas con la cual pueda interactuar, compartir opiniones y poder desarrollar su negocio.

2.2 Formas de pago

Al hablar de las formas de pago o formas de recibir ingresos en el multinivel es importante tener en claro que esta industria se mueve por dos razones principales: consumo diario y patrocinio, no solo es poderosa por la venta directa, si no por el consumo diario (Luna, 2015)

Un distribuidor frente a un cliente

En esta forma de pago el distribuidor le lleva un producto a una persona que es su cliente, y se genera una venta directa, y sus ingresos van desde el precio del distribuidor con el precio del cliente, la diferencia de precio es su ganancia.

Asociar personas

Otra forma de pago es cuando asocias a personas a la compañía que uno pertenece, es decir adquieren una membresía, lo cual tú ya no les vendes directamente a ellos si no que pueden ir directamente a la fábrica a realizar sus compras. El patrocinador o bien el que asocio a una nueva persona, recibe una comisión por la compra que haya hecho su asociado.

Esta comisión varía por el nivel en que tú te encuentres, el descuento que tu tengas dentro la compañía, o bien al plan de compensación que ofrezca la compañía a la cual perteneces, es por eso que el autor Eduardo Luna afirma que pagan más por el consumo diario que por la venta directa ya que podrás hacer una red de distribuidores que no solo consuman el producto si no también que se encarguen de distribuir los productos y crear una red de consumos diarios lo cual también genera ventas directas. Es por eso que un patrocinador debe enseñar a enseñar a sus nuevos distribuidores o asociados a hacer el negocio correctamente.

2.3 Networker

El Networker es un profesional en la red de mercadeo, un buen patrocinador o un coach como en algunos casos se les llaman. La parte más importante de ellos no es solo hacer ventas directas, distribuir productos, o consumir productos, si no generar redes de mercadeo (Luna, 2015). Haciendo que su red se vaya duplicando, enseñando a que consuman el producto y a ser buenos patrocinadores.

Ahí la importancia de elegir una compañía en el cual para producto exista un mercado, una necesidad para poder distribuirlo, y sobre todo tú como *Networker* te apasione el negocio o el giro de la compañía a la cual pertenezcas.

2.4 Planes de compensación de multinivel

Existen diferentes planes de compensación dentro del multinivel, y cada compañía debe especificar tanto la cantidad de trabajo que debe realizar un distribuidor como los ingresos y/o comisiones que ellos vayan teniendo.

Es importante saber que una empresa multinivel debe diseñar equilibradamente márgenes para lograr sobrevivir a largo plazo, ya que si la empresa paga comisiones demasiado bajas es posible desmotivar a la fuerza de ventas por lo tanto no sobrevivirá, como también si pagan cantidades muy altas es posible que distribuidores como la empresa ganen mucho durante un lapso de tiempo, pero sus clientes minoristas van a sufrir.

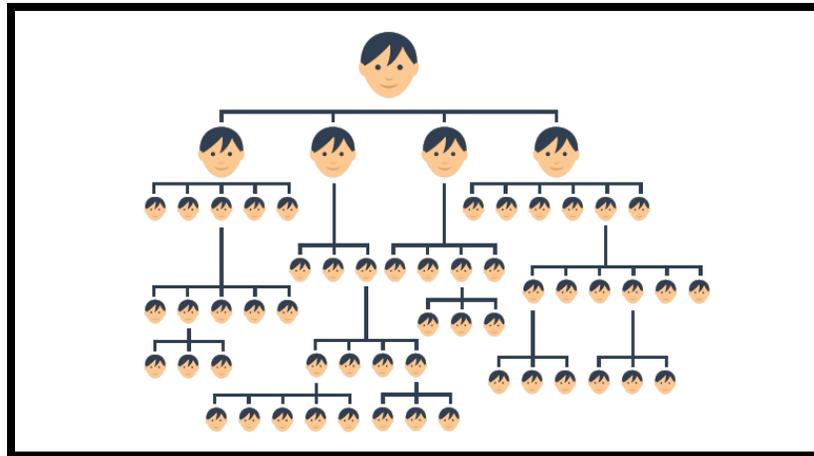
Plan de compensación UniNivel

En un plan de compensación UniNivel no existe límites, se debe trabajar tanto en lo ancho como en la profundidad. Esto significa que a lo ancho o en tu primer nivel puedes asociar a cuantos quieras, y esto es positivo, ya que mientras más tengas a lo ancho más estable será tu negocio.

Al hablar de la profundidad se refiere a que tanto tú como tu equipo o tu organización, pueden colocar a otros asociados en los distintos niveles en los que

se va expandiendo el equipo. Los beneficios que puede tener el *Networker* del volumen generado en los distintos niveles que están por debajo de él pueden estar en torno al 2% y al 5% aproximadamente. Estos constituyen los ingresos residuales, tan deseados por los Networker (Perez, 2012)

Figura 2.Plan de compensación UniNive

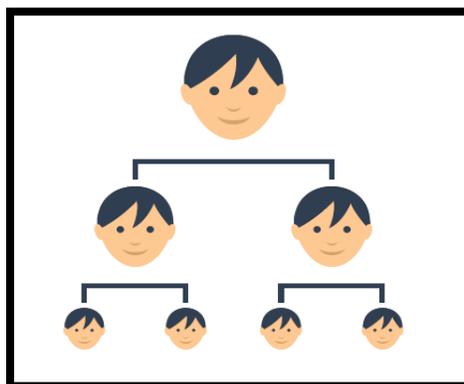


Fuente: NPC, <https://negociosparacasa.com/blog/planes-de-compensacion/>

Plan de compensación Binario

En el plan de compensación binario se tienen dos equipos o dos patas, los nuevos asociados se van colocando generalmente de forma alternada en cada una de las patas: izquierda, derecha, izquierda derecha, así sucesivamente.

Figura 3.Plan de compensación Binario

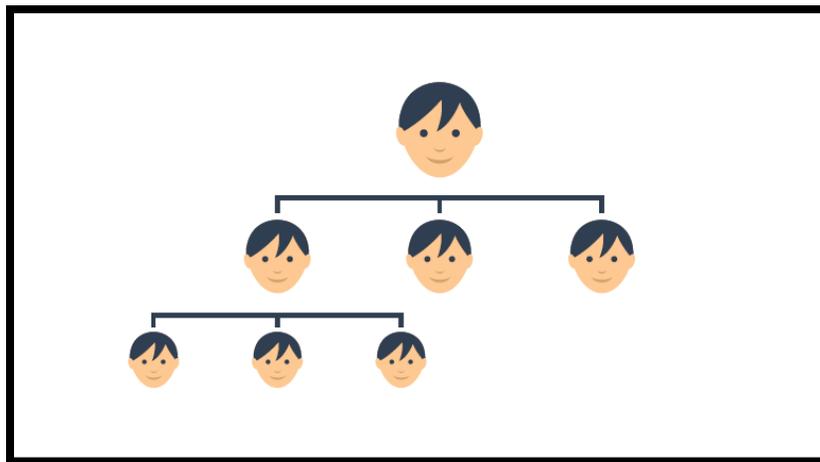


Fuente: NPC, <https://negociosparacasa.com/blog/planes-de-compensacion/>

Plan de compensación Matricial o Matriz Forzada

El plan de compensación Matricial se basa en forma de matriz con dimensiones que pueden variar por ejemplo hay matrices 2x9, 2x12, 3x9, 4x7, 5x7, 7x2, etc. El primer número indica lo ancho y el segundo la profundidad. Tan solo viendo las dimensiones vemos las limitaciones en cuanto a crecimiento de este plan de compensación matricial (Perez, 2012).

Figura 4. Plan de compensación Matricial o Matriz Forzada



Fuente: NPC, <https://negociosparacasa.com/blog/planes-de-compensacion/>

Plan escalonado o ruptura (*Breakaway*)

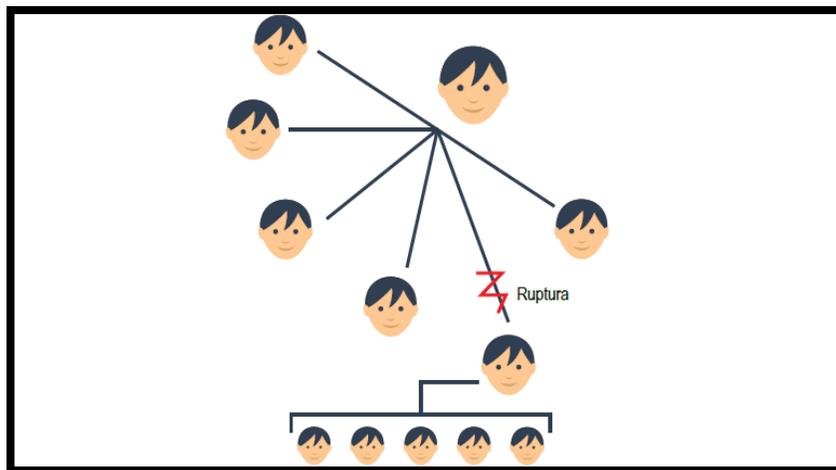
Es el primer plan de compensación que se creó y el más utilizado, sobre todo por las empresas de más antigüedad. En este plan el distribuidor además de ganar una comisión por la venta personal y directa del producto gana de las ventas de su red de distribución hasta que lo igualen en el escalón o nivel en el que se encuentre, que es cuando se lleva a cabo una ruptura o *breakaway*; de ahí su nombre.

La principal característica es que el pago de comisiones se basa en diferenciales o escalones. Cada nivel de liderazgo tiene un porcentaje distinto del volumen que se haga en la red, y lo que el distribuidor recibirá será la diferencia con el de sus *downlines*. No tiene ningún tipo de limitación en cuanto a la frontalidad o número de personas que están en un primer nivel, pero en cambio sí existen limitaciones en

cuanto a las bonificaciones en profundidad; sobre todo cuando se produce el *breakaway*.

Se llega al punto de ruptura cuando un asociado iguala o supera en rango a su upline; es cuando sus porcentajes de ganancias pasan a ser una cantidad fija de la red creada en vez del plan escalonado establecido por la compañía. Las empresas MLM que reconocen la pérdida para los *uplines* debido al *breakaway*, suelen desarrollar bonos especiales que recompensan el liderazgo.

Figura 5.Plan de compensación por Ruptura o Breakaway



Fuente: NPC, <https://negociosparacasa.com/blog/planes-de-compensacion/>

2.5 Esquema tradicional hacia nuevos sistemas de oportunidad

En este apartado abordaremos unos temas que darán un mayor sustento al realizar un negocio en el multinivel.

2.5.1 Ingreso línea vs ingreso residual

Ingreso línea

Más del 90% de las personas alrededor del mundo, están acostumbradas a que la única fuente de ingresos conocido como ingreso lineal es cambiar tiempo por dinero. Es decir que recibirás un salario basado en la cantidad de trabajo y/o tiempo que tú vas a hacer. Lo que significa que, si dejas de trabajar, tus ingresos se detienen. Es por eso que la mayoría de la que la gente no es financieramente independiente.

Poe (2004) lo establece como: un salario fijo o un valor por hora en función directa con la cantidad de tiempo que dedicaban a su trabajo. Por supuesto, usted puede hacer buen dinero mediante ingresos lineales. Algunos consultores cobran cientos e incluso miles de dólares la hora. ¡Pero deben trabajar esa hora para conseguirlos! Y si se enferman, mejor que no les dure mucho. Nadie paga un consultor por quedarse en cama.

Ingreso residual

El ingreso residual es las más poderosas y rentables fuentes de ingresos, conocido hoy en día como el ingreso de los ricos. En el ingreso residual uno realiza su trabajo una sola vez, lo que significa que incluso cuando no esté trabajando estas recibiendo dinero a través de regalías, esto es mayormente conocido a través de cantantes, escritores, que hacen su trabajo una sola vez y reciben regalías heredables tras generaciones. La diferencia es que a través del ingreso lineal uno vive día a día y con el ingreso residual uno forma un patrimonio para su familia.

Hoy en día estamos siendo educados y guiados al trabajo tradicional o bien que la única manera de generar ingresos es a través de la vía línea, no nos hablan de las oportunidades que existen a través del ingreso residual. En el multinivel también

puedes generar ingresos residuales después de haber logrado una organización ésta genera regalías heredables, es muy importante que como *Networker* te informes del plan de compensación que ofrece la compañía a la cual pertenecerás, para así poder ser parte de una empresa que ofrezca la oportunidad de ganar regalías y trabajar de manera inteligente dejando un patrimonio familiar.

Y algo muy importante es que el ingreso residual no es hacerse rico rápidamente, requiere dedicación, esfuerzo, disciplina especialmente al comienzo del negocio.

2.6 Cudrante flujo de efectivo

Cuadrantes de flujo de efectivo

Se desarrollará esta teoría con la base que el experto financiero, educador, inversor exitoso y autor del *Best Seller*, Robert Kiyosaki. Que después del éxito de su libro “padre pobre, padre rico” ha escrito varios libros más, uno de ellos se llama el “cuadrante de flujo de dinero”, del cual abordaremos.

Robert Kiyosaki dice: “si puedes cambiar tú perfectiva, cambiar algunos valores y cambiar tus reglas, encontraras que hay otro grupo de reglas, que son más efectivas para las personas que quieren ser ricas.

Tabla 2.El cuadrante de flujo de dinero:

E Empleado	D Dueño de negocio
A Auto-empleado	I Inversionista

Fuente: Kiyosaki, R. (2012). El cuadrante de flujo de dinero.

El cuadrante de flujo de efectivo está compuesto por 4 tipos de personas, que componen el mundo de los negocios. En el primer cuadrante están los **E**

(empleados), un empleado ya sea el presidente o el conserje de la empresa, siempre dirá la misma palabra; “Yo busco un empleo seguro con beneficios”. Eso es lo que hacen los empleados porque sus valores son los de la seguridad.

Otro de los cuadrantes es la **S** (auto empleados) sus valores los van a hacer usar las mismas palabras: “si quieres que algo salga bien, hazlo tú mismo”. Las **S** también significan solas, normalmente una persona que trabaja sola, opera por sí misma.

El lado derecho del cuadrante esta la **B**, representa a los grandes negocios como Bill Gates, las define a un negocio grande como uno con más de 500 empleados, y sus palabras son diferentes, ellos dicen: “Estoy buscando un sistema, una red, y las personas más inteligentes que me ayuden a manejar mi negocio.

En el cuarto cuadrante es la **I** (Inversionista), estas personas tienen el dinero trabajando duro por ellos, los **B** tienen personas trabajando duro para ellos, y los **E** y los **S** son los que trabajan duro para los ricos.

Robert Kiyosaki dice: cuando era niño mi padre pobre siempre me decía, hijo ve a la escuela para que consigas un empleo bien pagado. Así que el valor central de mi padre pobre era el de ser un empleado, con seguridad laboral, con asensos, un cheque de pago constante y todo eso. Y mi padre rico me decía Robert, si realmente quieres ser rico, aprende a construir negocios, tenía más sentido para él, trabajar duro para construir un negocio, algo que fuera tuyo y que puedas pasar de generación en generación, hasta tus hijos. Mientras que mi padre pobre me decía “trabaja duro”, mi padre rico me decía “por que trabajar duro por algo que nunca será tuyo y donde te pueden despedir en el momento que quieran” (Kiyosaki, 2012).

En el lado derecho del cuadrante están las personas que trabajan por seguridad, y por dinero, también. Del lado izquierdo el valor clave es la libertad, ya que ellos no quieren por el resto de sus vidas. No dice no es el dinero lo que te hace rico, son las habilidades de negocio y es por eso que es el negocio perfecto, se tomara el

tiempo que sea necesario, para que obtenga las habilidades para hacer el dinero, y esa es la habilidad para toda la vida.

Robert Kiyosaki dice: "Y que para aquellos que quieren hacer el cambio al cuadrante B, que es lo que él recomienda para las personas, una de las bellezas de una compañía de red de mercadeo es que puedes hacer eso por un precio muy bajo. Y es por eso que habla con las personas para que consideren las redes de mercadeo. Si quisieras construir un Microsoft te tomaría cientos de millones de dólares, pero las redes de mercadeo te permiten empezar a un bajo costo, serán pacientes contigo y se tomaran el tiempo necesario para hacer la transición, y la razón por la que el tiempo es tan importante para la mayoría de las personas es que necesita tiempo para cambiar esos valores, y lo más importante es que una vez que te tomas el tiempo, digamos que te toma 1 año, 2 años, 5 años, lo que sea que te tome, una vez que ves el valor o los valores fundamentales del lado B o del lado I, eres imparables" (Kiyosaki, 2012).

CAPÍTULO 3.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El objetivo fundamental de esta tesis es comprobar que el *Network Marketing* es una oportunidad de negocio que contribuye en la generación de ingresos de las personas mayores de 18 años de la ciudad de Chetumal.

Para el proceso de esta investigación se desarrollaron tipos de investigación que permitieron analizar los resultados obtenidos.

3.1.1 Investigación correlacional

Hernández, et al., (2003), afirman que en esta modalidad investigativa se “tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más variables o conceptos”, (p.122).

Se ha utilizado este tipo de investigación ya que es importante medir el grado de relación entre las variables, para poder llegar a una conclusión más precisa.

3.1.2 Investigación explicativa

En la investigación explicativa se pretenden conocer o comprender el objeto de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

Se busca establecer las causas que se encuentran detrás de éste. En otras palabras, la Investigación Explicativa se basa principalmente en establecer el por qué y el para qué de un fenómeno, explica el porqué de un fenómeno o hecho determinado.

Es un tipo de investigación que permite analizar y dar una respuesta de lo que se centra nuestra investigación y así en conjunto poder dar un mejor resultado.

3.2 Diseño de investigación

Para Sabino (1992), el diseño se refiere a una estrategia general, que tiene como objeto proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de un plan de trabajo que permita al investigador determinar las operaciones necesarias para hacerlo. Hernández, et al., (2003), lo definen como

el “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación”, (p.185).

Se ha utilizado un diseño transversal en este caso el objetivo es el estudio de diferentes grupos de sujetos de diferentes edades (intersujeto), por ejemplo, un grupo de sujetos de 40, otro de 50, otro de 60 y otro de 70 años. Este tipo de estudio requiere menos tiempo, por lo que es más frecuente que el longitudinal, pero tiene el hándicap del efecto de generación, que supone que ciertos aspectos de las conductas están influidos por acontecimientos y condiciones experimentadas por su generación.

3.3 Muestra

Sabino (1992), la define **muestra** como la “parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo”. Tiene diferentes definiciones según el tipo de estudio que se esté realizando. Para los estudios cuantitativos, no es más que un “subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población”. Para las investigaciones cualitativas, son la “unidad de análisis o conjunto de personas, contextos, eventos o sucesos sobre el (la) cual se recolectan los datos sin que necesariamente sean representativo (a) del universo”, (p.302).

Se determinó la muestra por conveniencia ya que es una técnica de muestreo no probabilístico, donde los sujetos son seleccionados dados la accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. Se utilizó una muestra de 5 empresas de multinivel que laboran en la ciudad de Chetumal Quintana Roo y de esas 5 empresas se entrevistarán a 10 personas de cada empresa multinivel.

Hernández, et al., (2003), acota que es el “subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad sino de las características de la investigación”, (p.306).

3.4 Determinar la población

Para Arnau, referido por Hurtado (2000), la **población** se define “como el conjunto de elementos, seres o eventos concordantes entre sí en cuanto a una serie de características, de las cuales se desea obtener alguna información”. Hurtado (2000), afirma que es “el conjunto de seres en las cuales se va a estudiar variable o evento, y que además comparten, como características comunes, los criterios de inclusión”. Según Selltiz, en Sampieri (2003), “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”, (p.303).

Se determinó una población con los Habitantes de la ciudad de Chetumal Quintana Roo como requisito que sean mayores de 18 años.

3.5 Recolección de datos e instrumento de medición

Instrumentos de medición. Hernández, et al., (2003), sugieren que éstos son un “recurso que utiliza el investigador para registrar informaciones o datos sobre las variables que tiene en mente”, (p.346).

Instrumento de recolección de datos. Sabino (1992), plantea que es “cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información”. **(Ver Anexo 1)**

3.6 Enfoque cuantitativo

Se cuenta con un enfoque cuantitativo ya que se requiere examinar datos, números y estadísticas además que se recogen y analizan esos datos cuantitativos sobre variables de estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.7 Fuente primaria

La fuente primaria “Constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica en la revisión de la literatura y ofrecen datos de primera mano”, Hernández, et al., (2003, p.70).

Según afirma Avila Baray (2006), la encuesta “se utiliza para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia.

Se obtuvieron los resultados a través de encuestas y unas pequeñas entrevistas para conocer su opinión al pertenecer a una compañía de *Network Marketing*.

3.8 Herramientas y técnicas estadísticas

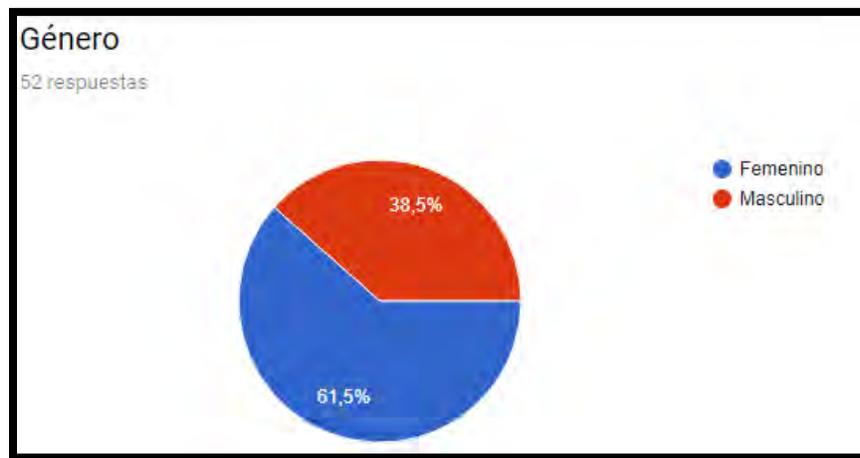
Se utilizó como herramienta para análisis de datos el programa informático, Google drive, Excel, SPSS, así como diversas técnicas estadísticas como tablas de contingencia, análisis univariante y bivariante. Principalmente se calcularon estadísticos descriptivos y técnicas de análisis estadístico no paramétrico.

CAPÍTULO 4.- ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo univariante

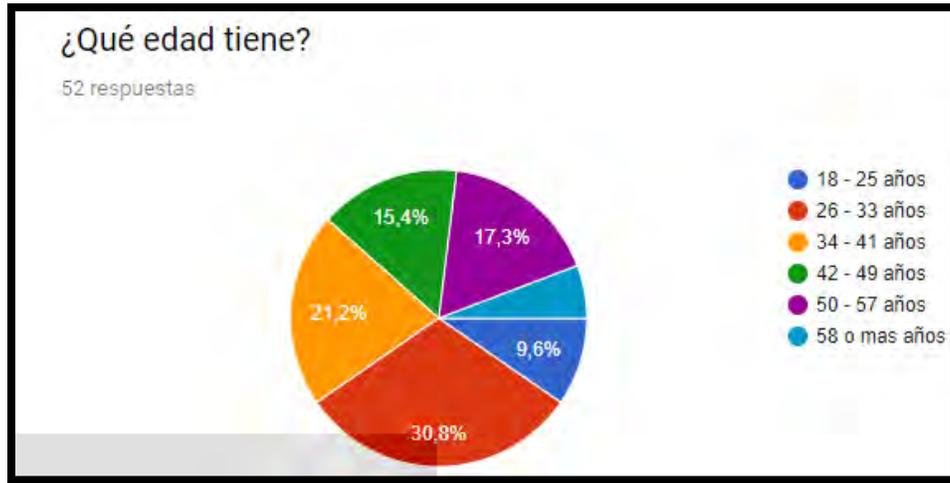
A continuación, se describen los aspectos abordados a lo largo de la investigación realizada, los resultados obtenidos y su análisis. Fueron seleccionadas 5 empresas de *Network Marketing* que laboran en la ciudad de Chetumal Quintana Roo. De cada empresa encuestamos a 10 personas.

Gráfica 1. Género



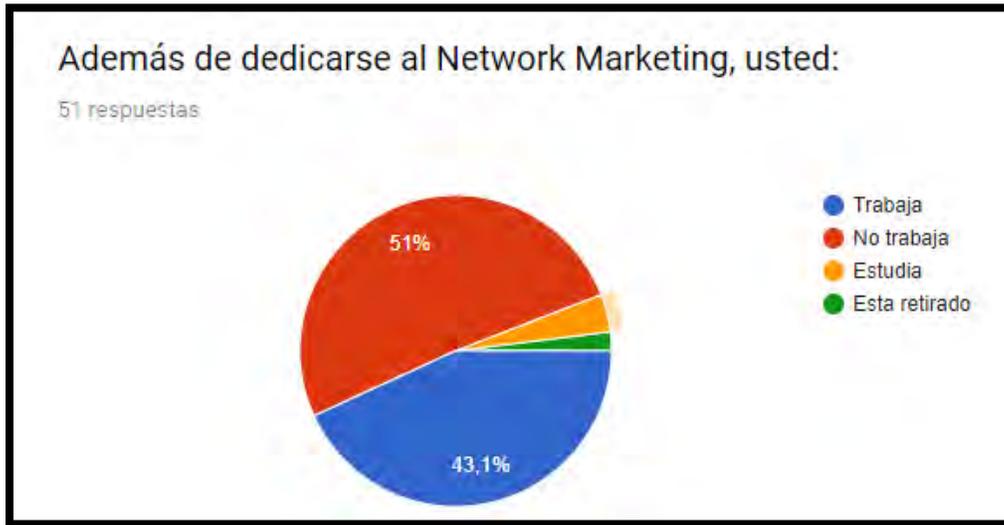
En el gráfico 1, se muestra el porcentaje que más predominó en cuanto al género femenino y masculino, lo cual se demuestra que hay un 61.5% más participación en el Network Marketing por parte de las mujeres que de hombres.

Gráfica 2. Edad



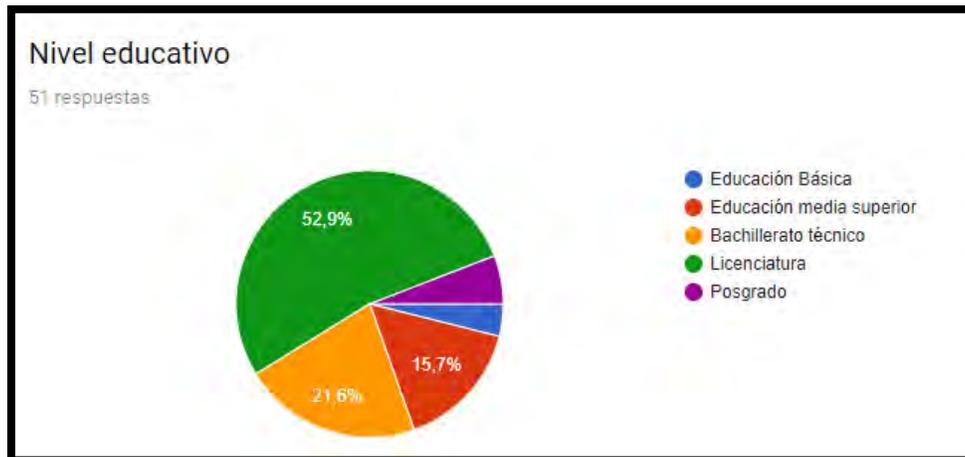
En el gráfico 2, se puede observar que un 30.8% de los encuestados se encuentran entre 26 a 33 años desarrollando el negocio, lo cual es un grupo de gente joven que inicia con este negocio. Por lo que podemos determinar que no existe algun rango de edad para desarrrlar esten negocio, solo ser mayor de edad.

Gráfica 3. Además de dedicarse al Network Marketing, usted



En el gráfico 3, podemos observar que el 51% de los encuestados no trabaja, lo que nos indica que esta 100% dedicado al negocio de *Network Marketing*. Lo cual el otro 50% desarrolla el negocio de manera parcial, generando ingresos por medio de este negocio.

Gráfica 4. Nivel educativo



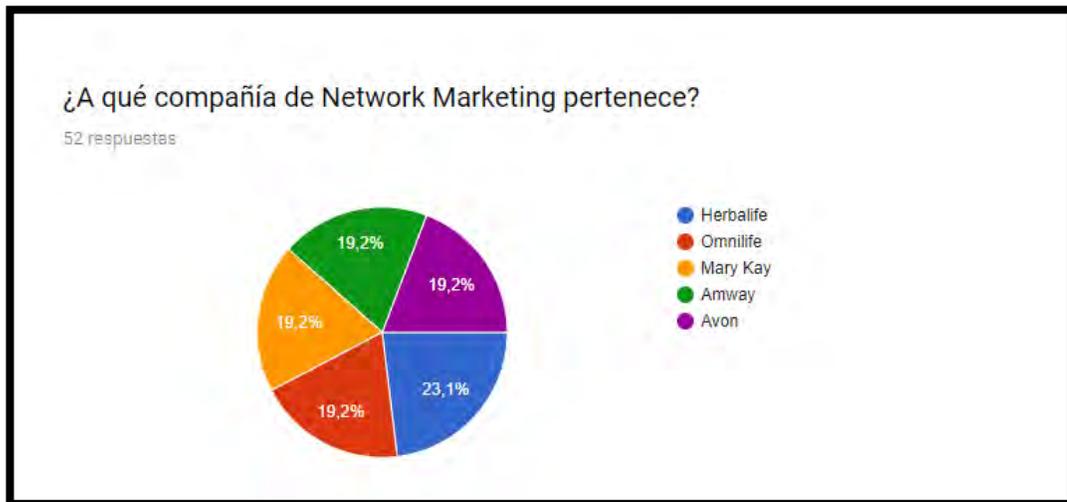
En el gráfico 4, en cuanto al nivel educativo el 52,9% ha llegado a estudiar hasta el nivel superior. Lo cual afirma que no se necesitan niveles de estudio para poder iniciar con esta actividad.

Gráfica 5. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollándose en el ámbito del Network Marketing?



En el gráfico 5, el 59,6% casi el 60% lleva 1 a 5 años desarrollando el negocio, lo cual nos demuestra que apenas en los últimos años ha venido tomando fuerza esta industria en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo.

Gráfica 6. ¿A qué compañía de Network Marketing pertenece



En el gráfico 6, podemos ver las 5 empresas que se eligieron de multinivel que están dentro la ciudad de Chetumal Quintana Roo.

Gráfica 7. ¿Qué productos y/o servicios ofrece su compañía?



En el gráfico 7, se muestran las empresas de multinivel que seleccionamos, los productos que mas predominaron son los de la nutrición, estan mas enfocados a la industria de la salud/bienestar y en segundo lugar a productos de belleza.

Gráfica 8. ¿Cuánto percibe al mes, haciendo la actividad del *Network Marketing*?



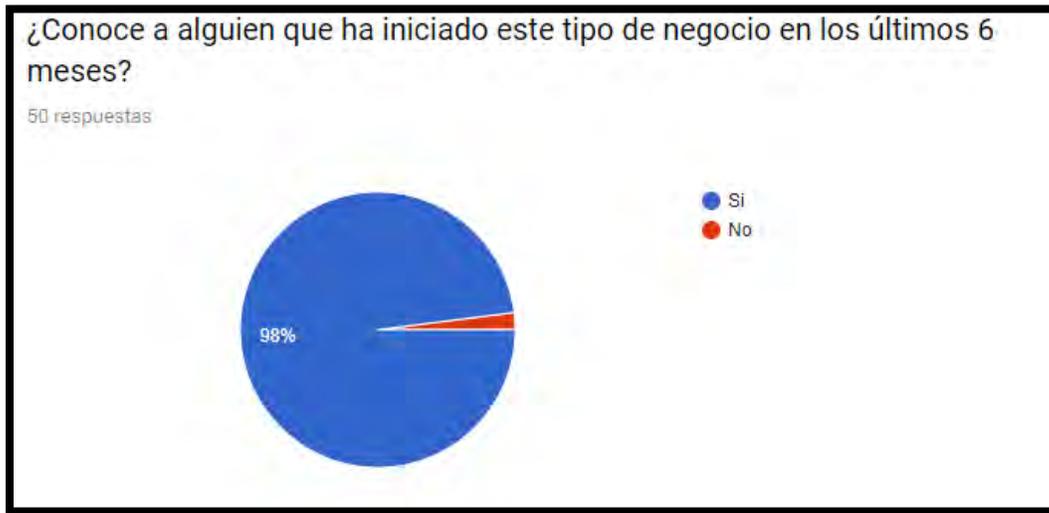
En el gráfico 8, se muestran los ingresos que las personas perciben al desarrollar la actividad, por lo que 35,3% la gran mayoría esa entre los 5,000 pesos y los 20,000 pesos al mes.

Gráfica 9. ¿Cuánto tiempo lleva desarrollándose en el ámbito del *Network Marketing*?



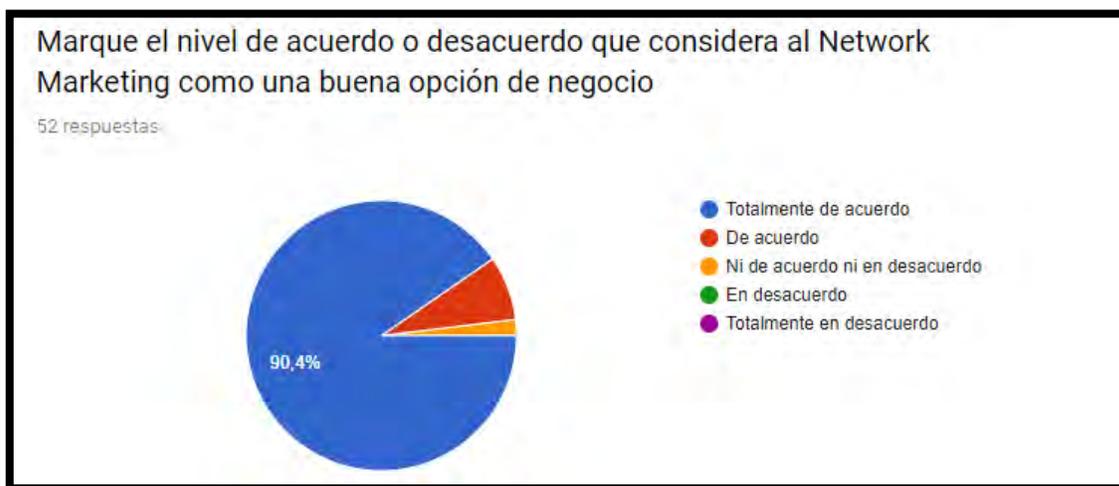
En el gráfico 9, nos muestra el tiempo en que los encuestados llevan en esta industria el 59,6% lleva de 1 a 5 años, lo cual es un tiempo razonable para poder ver resultados en el negocio.

Gráfica 10. ¿Conoce a alguien que ha iniciado este tipo de negocio en los últimos 6 meses?



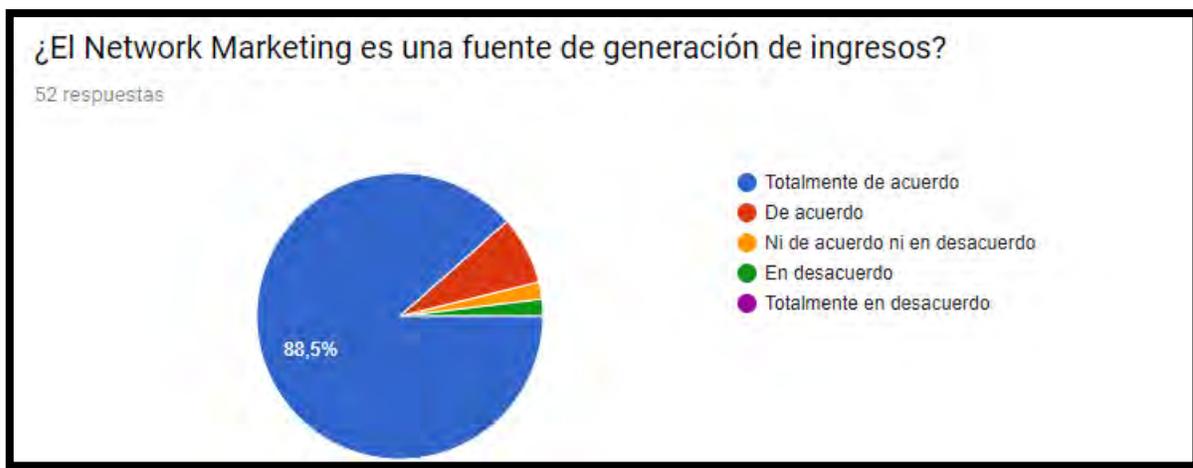
En el gráfico 10, se observa que de las personas encuestadas solo 1 respondió que no conoce a alguien que ha ingresado al multinivel en los últimos 6 meses.

Gráfica 11. Marque el nivel de acuerdo o desacuerdo que considera al Network Marketing como una buena opción de negocio



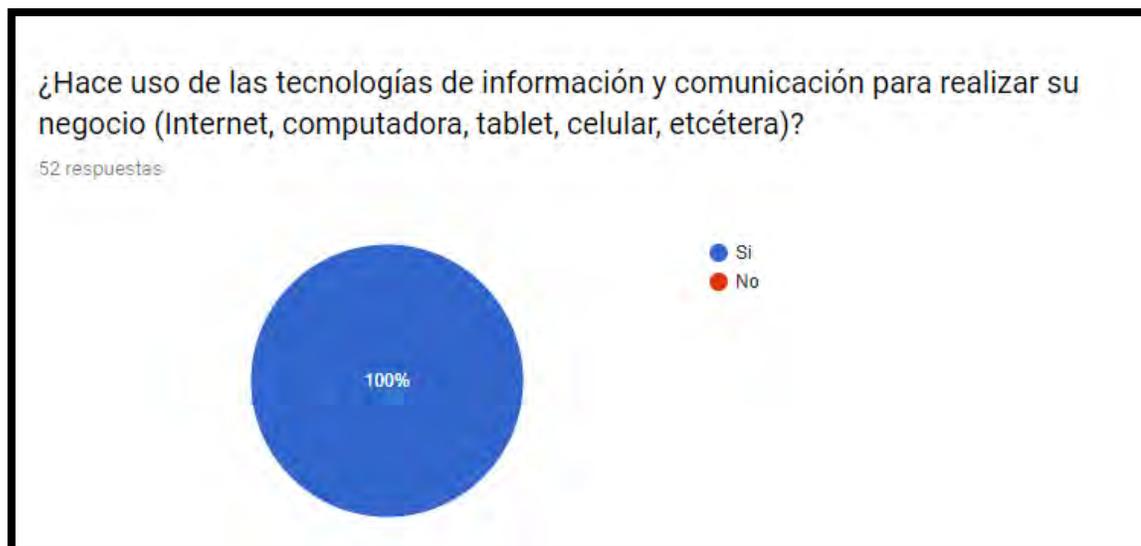
En el gráfico 11, se muestra que el 90,4% está totalmente de acuerdo en que el network marketing es una buena opción de negocio.

Gráfica 12. ¿El Network Marketing es una fuente de generación de ingresos?



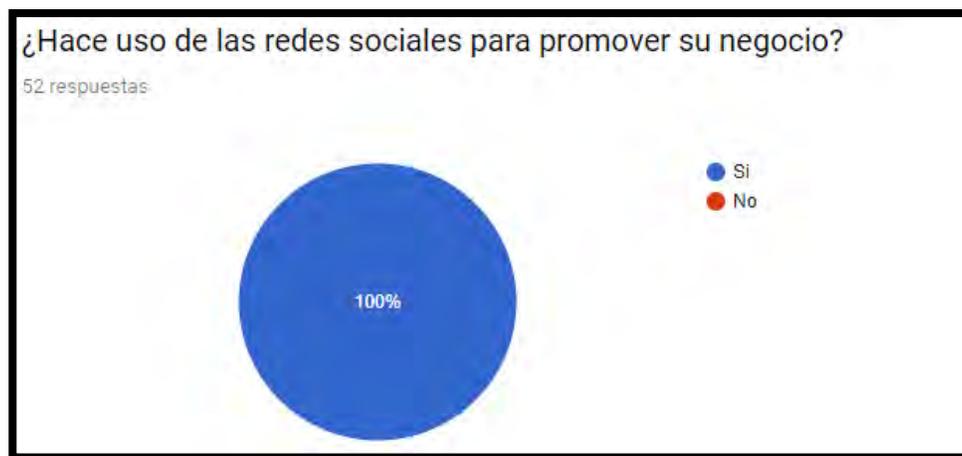
En el gráfico 12, se muestra que el 88,5% está totalmente de acuerdo en que el Network Marketing sea una fuente de ingreso.

Gráfica 13. ¿Hace uso de las tecnologías de información y comunicación para realizar su negocio?



En el gráfico 13 se muestra que el 100% de los encuestados hace uso de las TIC para poder desarrollar su negocio, lo cual dentro esta industria juega un papel importante el uso de las TIC.

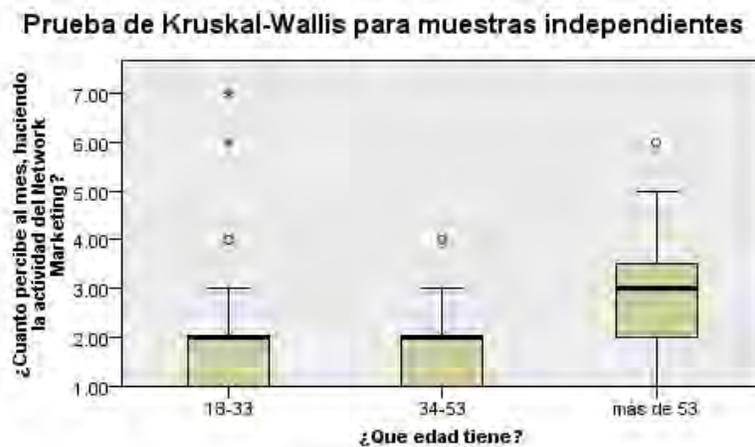
Gráfica 14. ¿Hace uso de las redes sociales para promover su negocio?



En el gráfico 14 se muestra que el 100% de las personas que desarrollan el negocio hace uso de las redes sociales para promover su negocio de manera efectiva.

4.2 Análisis bivariante

Para comprobar la hipótesis planteada al inicio del presente trabajo, se realizaron pruebas no paramétricas en virtud de que la muestra obtenida fue de 52 observaciones. Se ejecutaron estadísticos como la prueba de Kruskal-Wallis, a fin de determinar si la actividad de *Network Marketing* es una oportunidad de negocio que contribuye en la generación de ingresos de las personas mayores de 18 años de la ciudad de Chetumal (H_1). En los resultados que se muestran a continuación, se puede observar que las personas entre la edad de 18 a 33 años son las que perciben un mejor ingreso mensual ($p < 0.05$). Con esto se puede comprobar la hipótesis (H_1).

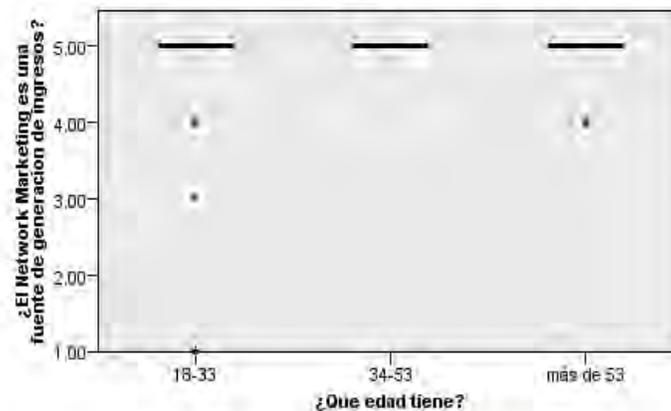


N total	52
Estadístico de prueba	7.669
Grados de libertad	2
Significación asintótica (prueba bilateral)	.022

) Los estadísticos de prueba se ajustan para empates.

Sin embargo, la prueba se realizó considerando la edad y si el *network marketing* es una fuente de generación de recursos. Los resultados de comparación entre rango de edades y el nivel de percepción no arrojaron datos significativos. Pero se observa que la mayoría respondió que están en total acuerdo.

Prueba de Kruskal-Wallis para muestras independientes

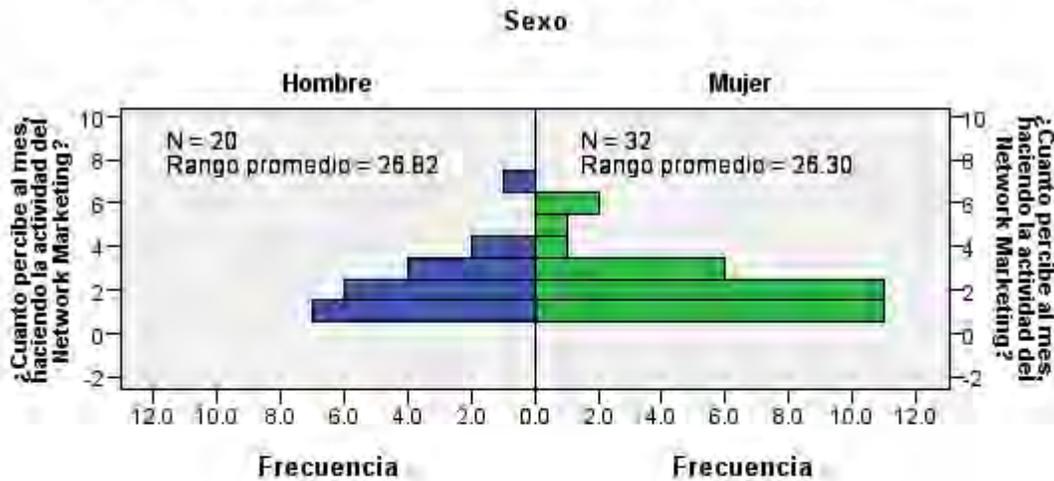


N total	52
Estadístico de prueba	3,901
Grados de libertad	2
Significación asintótica (prueba bilateral)	,142

1. Los estadísticos de prueba se ajustan para empates.
2. No se realizan múltiples comparaciones porque la prueba global no muestra diferencias significativas en las muestras.

Respecto al sexo del personal que realiza actividades de *network marketing* y el nivel de percepción económica mensual, se aplicó la prueba U de Mann-Whitney como una extensión de la prueba anterior. No se encontraron resultados significativos, sin embargo, se puede apreciar a nivel descriptivo que las mujeres son las que perciben mayores ingresos que los hombres.

Prueba U de Mann-Whitney para muestras independientes



N total	52
U de Mann-Whitney	313.500
W de Wilcoxon	841.500
Estadístico de prueba	313.500
Error estándar	50.900
Estadístico de prueba estandarizado	-.128
Significación asintótica (prueba bilateral)	.898

Conclusiones

De acuerdo con el análisis de la encuesta aplicada los resultados que se obtuvieron como conclusión fueron los siguientes:

Se comprueba la hipótesis (H_1): El *Network Marketing* es una oportunidad de negocio que contribuye en la generación de ingresos de las personas mayores de 18 años de la ciudad de Chetumal. El 100% de los encuestados obtienen ingresos diferentes, pero el 35% oscila entre los 5,000. De igual manera, los resultados del análisis no paramétrico muestran que las personas entre la edad de 18 a 33 años son las que perciben un mejor ingreso mensual.

Tal y como se analizó en la justificación y fue comprobado con el análisis y los resultados obtenidos es que no se necesita de algún nivel de estudio, preferencia en ser hombre o mujer, la oportunidad de negocio está abierta para cualquier persona.

De igual manera el tiempo no determina los ingresos, como se planteó en el capítulo 2 es el tiempo que se le dedique a su negocio y el apoyo de su sistema o equipo de trabajo. También el tipo de compañía en la cual se pertenece, los ingresos tienen mucha relación, como también podría influir el tipo de producto y/o servicio que se comercialice en la compañía de multinivel. Entre ellos los productos que más se comercializan son el de belleza y productos de nutrición como suplementos alimenticios. Lo cual como se estudió en el marco teórico, es importante que al momento de iniciar este negocio se analice que realmente sea una necesidad en la población, y poder desarrollar el negocio que se promete.

Al interactuar con los encuestados tras su experiencia en la industria, la gran mayoría coincidió en 3 cosas, libertad de tiempo, desarrollo personal y libertad financiera. Algunos de los comentarios que sobresalieron en las encuestas se encuentra la directora de Mary Kay de cuál ha sido su experiencia dentro esta industria: *“La más satisfactoria, soy mi propia jefa, tengo libertad financiera, tiempo para la familia, ingresos ilimitados además de ofrecerme una carrera empresarial”*.

Distribuidor de Herbalife al compartirnos su experiencia en el negocio: *Increíble, el aprendizaje y desarrollo hasta ahora ha sido bastante radical, desarrollo personal, educación financiera, cambio de mentalidad de empleado a empresario, lo que lo hace un negocio tan completo.*

Dentro de las limitaciones que tiene el presente trabajo, se puede mencionar el tiempo y mínimo presupuesto para llevar a cabo esta investigación, sin embargo, como futuros trabajos que se pueden desprender de éste, se puede mencionar realizar el estudio a una muestra más representativa tanto a nivel estatal como nacional incorporando otras variables relevantes para comprender con mayor precisión este tema tan interesante.

Recomendaciones

Dentro de un negocio *Network Marketing* que es en los últimos años que ha ido agarrando fuerza, siempre se busca que haya más investigación al respecto, más claridad, comprensión, resultados, para aquellos que desean unirse a esta industria.

Por lo tanto, se recomienda a futuros estudiantes que tengan interés en el tema o proyecto, la investigación de las compañías que laboran en Chetumal, bajo qué plan de compensación trabajan y hasta donde puede un distribuidor crecer en manera de ingresos con dicho plan de compensación.

Otra recomendación sería si al incluir estrategias o el uso eficiente de las redes sociales dentro la actividad, cuál sería su impacto en cuanto al crecimiento en su negocio y cuáles serían esas estrategias que les ha resultado a personas exitosas en el negocio.

De igual manera como última recomendación, para estudiantes, empresarios o distribuidores dentro de la industria, poder unir la fuerza de las compañías de multinivel dentro la ciudad y poder dar más información de lo que son las redes de mercadeo, y como poder generar ingresos dentro esta industria.

Bibliografía

Bastide, J. (2008). *Navigating the world of network marketing*. United States of America: acid-free paper.

Beas, M. (2007). *Millonarios por multinivel*. The UK: TRAFFORD

Boado, H. (2013). *Introducción al análisis multinivel*. Montalbán, Madrid: CIS

Boyer, D. (2006). *The power of mentorship*. California: Real life teaching.

Carmichael, A. (1996). *Marketing Multinivel y Marketing directo de red*. Ediciones OBELISCO

Christensen, M. (2008). *Be a recruiting superstar*. Broadway, New York: AMACON

Christensen, M. (2001). *Make Your First Million In Network Marketing*. The United States of America: Adams Media.

Christensen, M. (2007). *Be a network marketing superstar*. Broadway, New York: AMACON

De los ríos, G. (2009). *A millonario con 100 dólares*. Medellín, Colombia: Librex Editores.

Goh, D. (1999). *52 ways to make more money in network marketing*. New Delhi: A sterling paperback.

Graham, G. (2013) *Success in MLM Network Marketing and Personal Selling*. Bloomington: Booktango.

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill

Jimenez, A. M. (2005). *Networker Factory*. Obtenido de <http://networkerfactory.com/historia-del-network-marketing-mlm>

Jimenez, A. M. (2015). *Networker Factory*. Obtenido de <http://networkerfactory.com/historia-del-network-marketing-mlm/>

Kiyosaki, R. (2009). *El negocio del siglo XXI*. United States of America: AGUILAR

Kaeter, M. (2003). *The Everything Network Marketing Book: How Anyone Can Achieve Easy Success, Earn a Great Income, and Enjoy a Relaxing Lifestyle*. Universidad Estatal de Pensilvania: Adams Media Corporation.

- Kiyosaki, R. (2012). *El cuadrante de flujo de dinero* . New York: AGUILAR
- Lee, D. (s.f.). *Make network marketing work*. United States of America: Creative book publishers.
- Poe, R. (1995). *Wave Three: The New Era in Network Marketing*. New York: Prima Pub.
- Poe, R. (2004). *La ola 3*. Buenos Aires: TIME & MONEY NETWORK EDITIONS.
- Powers7, K. (2011). *The Art of Social-Network Marketing*. Washington: Charles k. Powers.
- Rivera, H. (8 de agosto de 2014). *Hugo Rivera MLM*. Obtenido de http://hugoriveramlm.blogspot.mx/2014_08_01_archive.html
- Rubino, J. (2005). *The 7-Step System to Building a \$1,000, 000 Network Marketing Dynasty*. Hoboken, New jesity: John Wiley & sons, Inc.
- RDrughieri (2006). *Venta directa*. Obtenido de <https://ventadirecta.wordpress.com/2006/06/23/el-multinivel-de-acuerdo-con-robert-kiyosaki/>
- Street, J. (2008). *The Secrets to Succeeding in Network Marketing Offline and Online*. Atlantic: publishing group, Inc.
- Sánchez, M. (2004). *Marketing Multinivel*. Madrid: ESIC EDITORIAL
- Taylor, C. (2010). *The Formula for Success in Network Marketing*. The UK: Filament publishing Ltd.
- Tribble, T. (2012). *Double your income with network marketing*. New Jersey: John Wiley & sons, Inc.
- Vass, D. (2008) *Breakthrough Network Marketing Strategies for the Internet Age*. United States of America.
- Vidal, D. (s.f.). *No limits*. Obtenido de <http://davidvidalnet.com/estadisticas-del-network-marketing/>
- Widener, C. (2014). *Jim Rohn's 3 Philosophies for network marketing suceses*. United States of America: Made for success publishing.
- Ziglar, Z. (2006). *Network Marketing for Dummies*. Indianapolis, Indiana: Wiley Publishing, Inc.

Consulta en páginas electrónicas

<https://ventadirecta.wordpress.com/2006/06/23/el-multinivel-de-acuerdo-con-robert-kiyosaki/>

<http://www.multinivelconfuturo.com/que-es-network-marketing-2/>

<http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/handle/123456789/4375>

<http://www.taringa.net/comunidades/multinivel/4067727/Que-es-Network-Marketing.html>

http://teamelitelatino.com/Descargas/libros/La_Revolucion.pdf

<http://networkerfactory.com/historia-del-network-marketing-mlm/>

<http://davidvidalnet.com/estadisticas-del-network-marketing/>

<http://mercadeoenred.net/ingreso-residual-vs-ingreso-lineal/>

http://ingresoextra.mex.tl/174727_SALARIO-CONTRA-INGRESO-RESIDUAL.html

<http://www.gestiopolis.com/que-es-network-marketing-o-mercadeo-multinivel/>

http://teamelitelatino.com/Descargas/libros/La_Revolucion.pdf

<http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/132.248.52.100/3897/padillayala.pdf?sequence=1>

http://hugoriveramlm.blogspot.mx/2014_08_01_archive.html

<https://drive.google.com/file/d/0BwXAWtwKOIHFWWZJN0xuMIRIaEE/edit?pli=1>

<http://www.amazon.es/CUADRANTE-FLUJO-DINERO-FORMATO-GRANDE/dp/8466324100>

<http://compartenetwork.blogsgo.com/wp-content/uploads/sites/344/2014/08/6-Marketing-Multinivel-Allen-Carmichael.pdf.pdf>

<https://espaciovirtual.wordpress.com/2007/08/11/101-terminos-de-investigacion-cientifica/>

<http://marketingmultinivelprofesional.blogspot.mx/2013/10/es-el-marketing-multinivel-un-negocio.html>

<https://negociosparacasa.com/blog/planes-de-compensacion/>

Anexos

Anexo 1. Cuestionario

Network Marketing

La Universidad de Quintana Roo a través de la División de Ciencias Económicas y Administrativas, agradece su participación en este estudio, cuyo objetivo fundamental es saber si el Network Marketing es una oportunidad de negocio y una fuente de generación de ingresos para las personas mayores de 18 años de la ciudad de Chetumal. Así mismo, nos permitimos garantizarle la confidencialidad de la información proporcionada.

1.- Género

Femenino

Masculino

2.- ¿Qué edad tiene?

18 - 25 años

26 - 33 años

34 - 41 años

42 - 49 años

50 - 57 años

58 o más años

3.- Además de dedicarse al Network Marketing, usted:

Trabaja

No trabaja

Estudia

Esta retirado

4.- Nivel educativo

Educación Básica

Educación media superior

Bachillerato técnico

Licenciatura

Posgrado

5.- ¿Cuánto tiempo lleva desarrollándose en el ámbito del Network Marketing?

Menos de 1 año
De 1 a 5 años
De 6 a 10 años
De 16 años a más

6.- ¿A qué compañía de Network Marketing pertenece?

Herbalife
Omnilife
Mary Kay
Amway
Avon

7.- ¿Qué productos y/o servicios ofrece su compañía?

Productos de nutrición
Productos de belleza / uso personal
Productos para el hogar / interiores
Todos los anteriores
Otros

8.- ¿Cuál ha sido su experiencia en este negocio?

9.- ¿Cuánto percibe al mes, haciendo la actividad del Network Marketing?

Hasta \$5,000
\$5,001 a \$20,000
\$20,001 a \$40,000
\$40,001 a \$60,000
\$60,001 a \$80,000
\$80,001 a \$100,000
Más de \$100,000

10.- ¿Conoce a alguien que ha iniciado este tipo de negocio en los últimos 6 meses?

Si
No

11.- Marque el nivel de acuerdo o desacuerdo que considera al Network Marketing como una buena opción de negocio

Totalmente de acuerdo
De acuerdo
Ni de acuerdo ni en desacuerdo
En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo

12.- ¿El Network Marketing es una fuente de generación de ingresos?

Totalmente de acuerdo
De acuerdo
Ni de acuerdo ni en desacuerdo
En desacuerdo
Totalmente en desacuerdo

13.- ¿Hace uso de las tecnologías de información y comunicación para realizar su negocio (Internet, computadora, tablet, celular, etcétera)?

Si
No

14.- ¿Hace uso de las redes sociales para promover su negocio?

Si
No