

# **ESCUELA POLITÉCNICA NACIONAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**UNIDAD DE TITULACIÓN**

**ESTUDIO DEL SISTEMA DE NETWORK MARKETING COMO  
ALTERNATIVA AL DESEMPLEO DE LA POBLACIÓN FEMENINA  
EN QUITO.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE  
MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL MBA.**

**XIMENA NATALIA BURBANO RIOFRIO**

natiburbano1@gmail.com

**Director: Ing. Noé Milton Rivadeneira Vallejo. MBA.**

milton.rivadeneira@epn.edu.ec

**2016**

## DECLARACIÓN

Yo, Ximena Natalia Burbano Riofrío, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Escuela Politécnica Nacional puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**Ximena Natalia Burbano Riofrío**

## CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Ximena Natalia Burbano Riofrío, bajo mi supervisión.

---

**Ing. Milton Rivadeneira V. MBA**  
**DIRECTOR**

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a todas las personas que brindaron su tiempo, ayuda y apoyo al desarrollo de esta investigación.

A mi director, Ing. Milton Rivadeneira, quien me apoyo durante todo el desarrollo de este proyecto y me permitió expandir mis conocimientos como profesional.

Al lector del plan, Ing. Xavier Oña, por permitirme extender mi visión y buscar horizontes más altos.

A mi amado esposo, Andrés, quien siempre busca mi bienestar y es mi guía en mi camino personal.

A mis padres, quienes siempre han cuidado de mí y han estado en los momentos en los que más los he necesitado.

A Karla, por ser amiga y hermana, prestando siempre su ayuda cuando la he necesitado.

A mis queridos suegros, Carlos y Ximena, quienes siempre han intervenido con sabios consejos.

## DEDICATORIA

Dedico mi trabajo, esfuerzo y dedicación a mi familia, quienes representan el pilar de mi vida.

A Andrés, Karla y Ezio para que recuerden que lo que uno empieza debe terminarlo de la mejor manera.

A las mujeres luchadoras de este país, para recordarles que siempre hay una salida, que con trabajo y dedicación pueden cumplir sus sueños.

Tengan siempre presente esta frase inspiradora de Eleanor Roosevelt, un modelo a seguir para las mujeres luchadoras: *"El ayer es historia, el mañana es un misterio pero el día de hoy es un regalo. Por eso se llama presente."*

## INDICE DE CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS.....	viii
LISTA DE TABLAS.....	x
LISTA DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
1. INTRODUCCION .....	1
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO .....	3
1.3. OBJETIVOS .....	7
1.3.1. OBJETIVO GENERAL .....	7
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO .....	9
2.1. NETWORK MARKETING.....	9
2.1.1. ASPECTOS GENERALES.....	9
2.1.2. EVOLUCIÓN.....	10
2.1.3. PLANES DE COMPENSACIÓN .....	11
2.2. NETWORK MARKETING EN AMÉRICA LATINA .....	13
2.2.1. NETWORK MARKETING POR GÉNERO .....	13
2.2.2. NETWORK MARKETING: CRECIMIENTO EN VENTAS.....	14
2.2.3. NETWORK MARKETING: VENTAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO .....	15
3. METODOLOGÍA .....	16
3.1. MUESTREO CUALITATIVO.....	17
3.2. DISEÑO DE LAS ENTREVISTAS .....	18
4. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS .....	24
4.1. RESULTADOS ENTREVISTAS MUJERES MIEMBROS DEL NETWORK MARKETING .....	24
4.2. RESULTADOS ENTREVISTAS A MUJERES DESERTORAS DEL SISTEMA DE NETWORK MARKETING .....	30
4.3. RESULTADOS ENTREVISTAS A EXPERTOS .....	33
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
5.1. CONCLUSIONES.....	40
5.2. RECOMENDACIONES.....	41

REFERENCIAS .....	42
ANEXOS .....	45

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1.- Número de despidos en Ecuador .....	1
Figura 2.- Tasa de desempleo por género.....	2
Figura 3.- Ventas Directas América del Sur.....	3
Figura 4.- Tiempo dedicado en horas a la semana por género.....	4
Figura 5.- Tasa de empleo adecuado pro sexo a nivel urbano, marzo 2008 – 2015.....	5
Figura 6.- Tasa de empleo inadecuado por sexo a nivel urbano, marzo 2008 – 2015.....	6
Figura 7.- Tasa de empleo no remunerado por sexo a nivel urbano, marzo 2008-2015..	6
Figura 8.- Tasa de desempleo por sexo a nivel urbano, marzo 2008 – 2015.....	7
Figura 9.- Network marketing: evolución e historia.....	10
Figura 10.- Plan Binario Híbrido.....	11
Figura 11.- Plan Matricial.....	11
Figura 12.- Plan Uninivel.....	12
Figura 13.- Plan Escalonado.....	12
Figura 14.- Network Marketing por género.....	13
Figura 15.- Tasa de crecimiento compuesto de Ventas.....	14
Figura 16.- Ventas por categoría de producto.....	15
Figura 17.- Tamaños de muestras comunes en estudios cualitativos.....	17
Figura 18.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 1.....	24
Figura 19.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing detalle pregunta 1.24	24
Figura 20.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 2.....	25
Figura 21.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 3.....	26
Figura 22.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 4.....	26
Figura 23.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 3.....	27
Figura 24.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 6.....	28
Figura 25.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 7.....	28
Figura 26.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 8.....	29
Figura 27.- Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 9.....	29
Figura 28.- Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 1.....	30
Figura 29.- Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 2.....	31
Figura 30.- Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 3.....	31
Figura 31.- Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 4.....	32
Figura 32.- Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 5.....	32



## LISTA DE TABLAS

Tabla 1.- Parámetros de Segmentación.....	18
Tabla 2.- Mujeres entrevistadas que pertenecen a una empresa de network marketing..	18
Tabla 3.- Instrumento de recopilación de información: Entrevista dirigida a Mujeres que se encuentren participando en una empresa de network marketing.....	19
Tabla 4.- Mujeres entrevistadas que abandonaron la empresa de network marketing a la que pertenecían.....	20
Tabla 5.- Instrumento de recopilación de información: Entrevista dirigida a mujeres que hayan abandonado la empresa de network marketing en la que laboraban.....	21
Tabla 6.- Expertos entrevistados.....	22
Tabla 7.- Instrumento de recopilación de información: Entrevista dirigida a expertos..	22
Tabla 8.- Análisis de la entrevista realizada a expertos.....	33

## LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1.- Guía de la entrevista a mujeres que participan en una empresa de network marketing.....	46
ANEXO 2.- Guía de la entrevista a mujeres que desertaron una empresa de network marketing.....	49
ANEXO 3.- Guía de la entrevista a expertos.....	51
ANEXO 4.- Registros fotográficos.....	52

## RESUMEN

La presente investigación busca estudiar el sistema network marketing como una alternativa para afrontar el desempleo de la población femenina en Quito. El resultado de este trabajo permite conocer los puntos de vista de mujeres que son o han sido parte de este sistema, mediante análisis estadísticos que, revelan la realidad vivida en el medio. Se manifiestan también, opiniones de expertos sobre los factores críticos a tomar en cuenta, para tener éxito en las redes de mercadeo como nueva alternativa al desempleo femenino.

Palabras clave: network marketing, redes de mercadeo, desempleo femenino, alternativa al desempleo.

## **ABSTRACT**

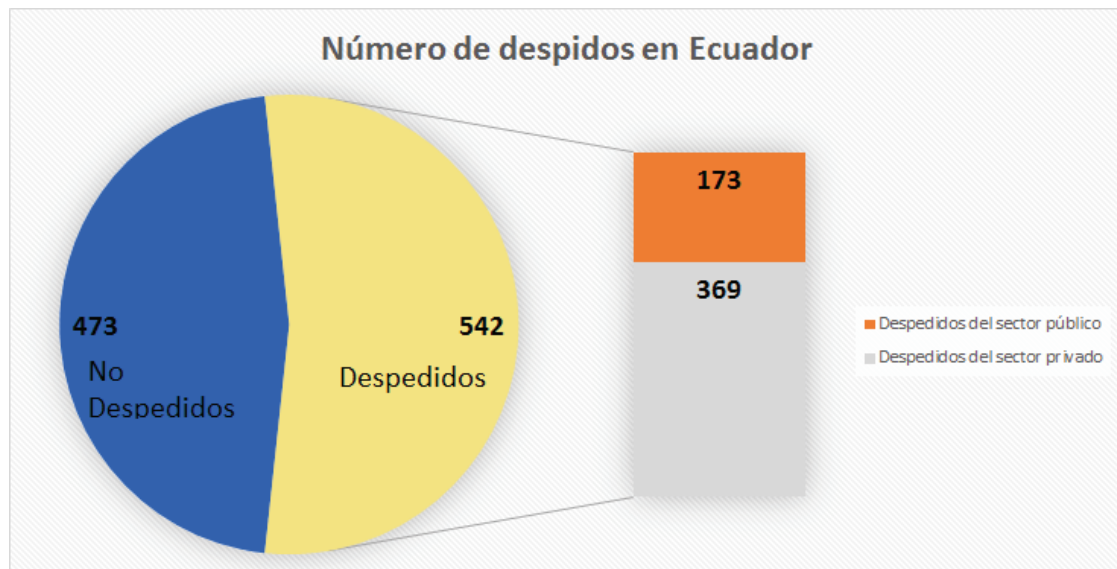
The following research pursues the study of the network marketing as an alternative to face unemployment of female population in Quito. The result of this work allows to know the point of view of women who are or have been part of this system, through statistical analysis, it reveals the reality lived in this medium. Experts' opinions are manifested, focused on critic factors to take into account to have success in network marketing as a new alternative to the female unemployment.

Key words: network marketing, female unemployment, alternative to unemployment.

## 1. INTRODUCCION

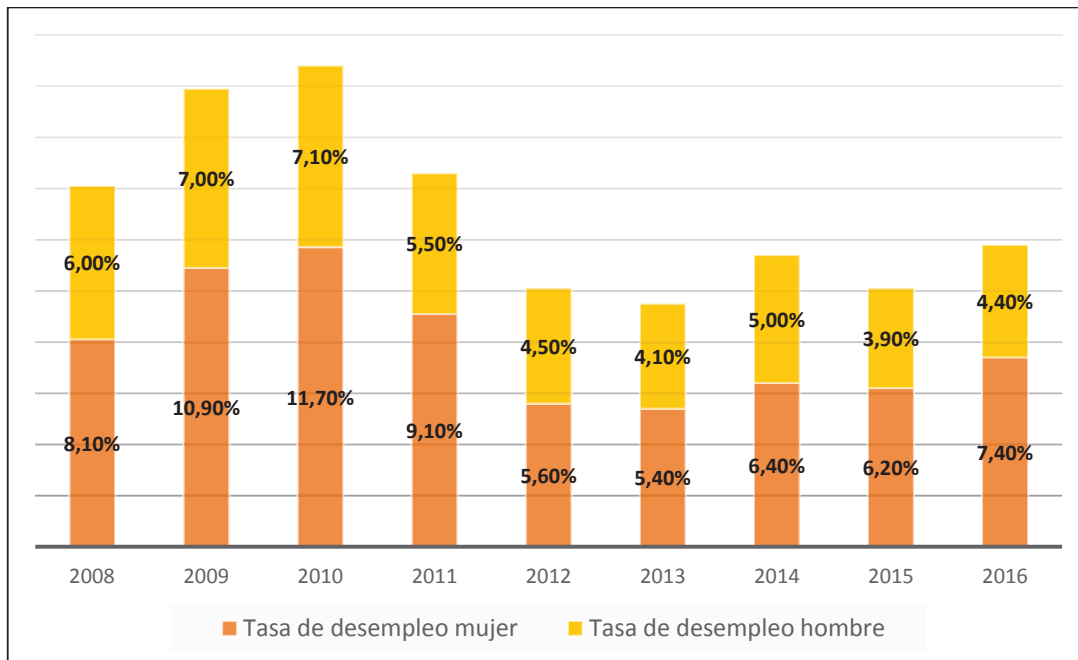
### 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ecuador, se ha registrado en marzo del 2016 una tasa de desempleo del 5,7%, en comparación al 3,8% de marzo del 2015. (Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, 2016).



**Figura 1.-** Número de despidos en Ecuador (El Comercio, 2016)  
Elaborado por: Autor (2016)

Según estudio realizado por diario El Comercio (2016), del 11 de Diciembre de 2015 al 13 de enero de 2016 a una muestra de 1015 personas, más de la mitad han sido despedidas, y de ellas el mayor número pertenecen al sector privado. (Ver figura 1).



**Figura 2.-** Tasa de desempleo por género (INEC, 2015)  
Elaborado por: Autor (2016)

La mujer tiene la tasa de desempleo más alta en comparación al hombre, así como una mayor variación entre los años 2008 al 2016. Existe una diferencia significativa entre ambos géneros. (INEC, 2016). (Ver figura 2)

Los derechos de las trabajadoras aseguran el empleo asalariado y la protección por maternidad; dentro del mercado laboral, ser madre es un obstáculo y las obliga a trabajar en la informalidad. (Zea Dávila, 2010)

Las empresas replantean la opción de contratar mujeres jóvenes que pueden embarazarse, debido a que la Ley de Justicia Laboral, emitida el 2016, las protege; prefieren despedirlas, a enfrentar los beneficios de ley para la mujer en caso de quedar encinta. (El Mercurio, 2016).

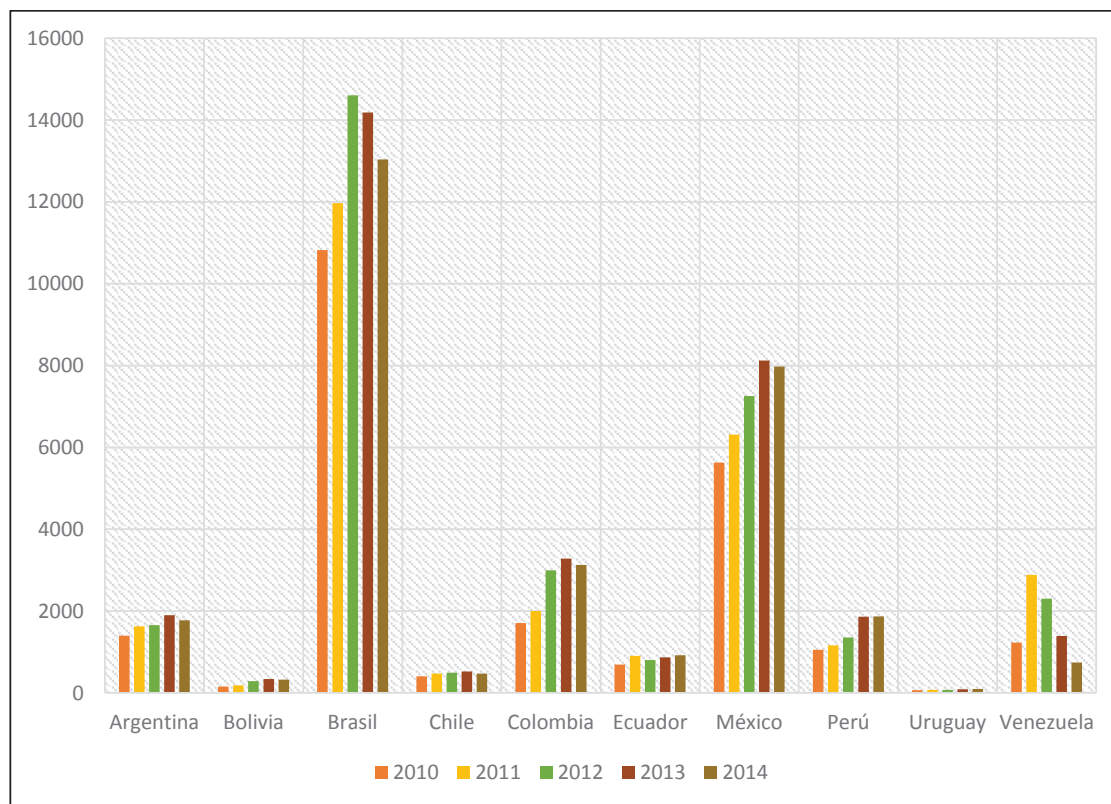
La población femenina busca alternativas innovadoras a la alta tasa de desempleo, que responda al requerimiento de flexibilidad de tiempo y satisfaga sus necesidades económicas.

## 1.2. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Las mujeres deben buscar nuevas opciones para enfrentar el desempleo laboral a causa de su maternidad. El network marketing es una nueva tendencia comercial con apertura de género.

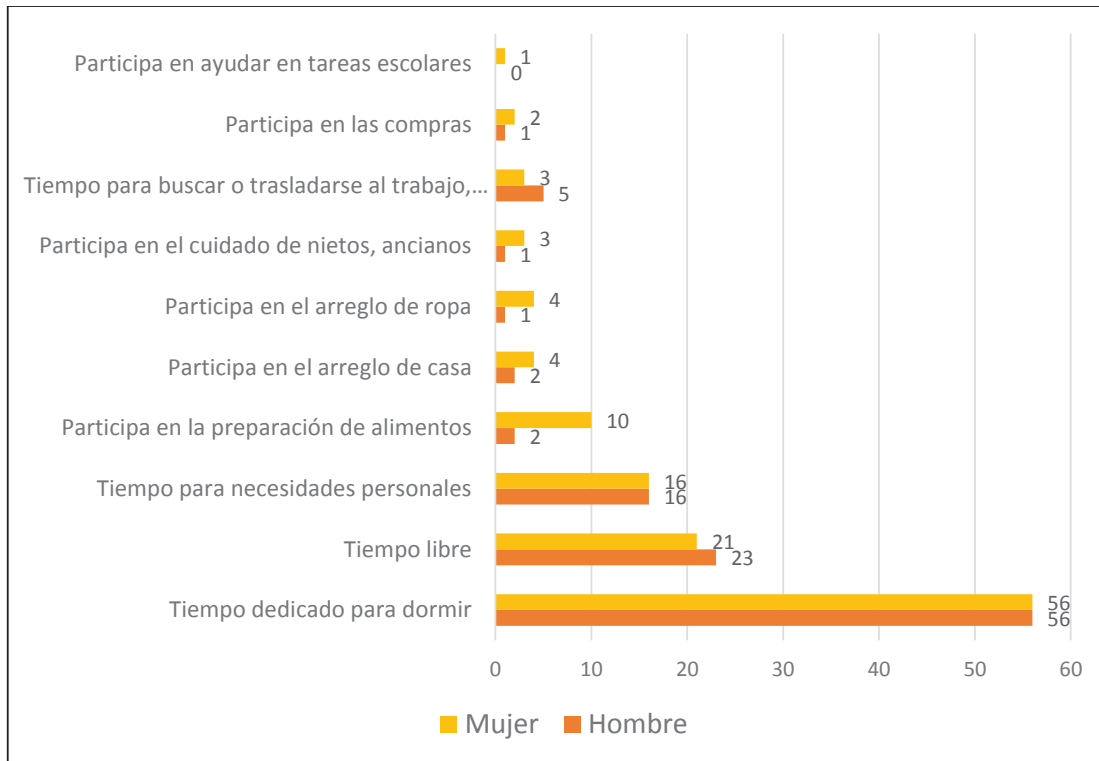
El network marketing, conocido también como multinivel, red de mercadeo o venta directa; es una estrategia de comercialización de productos. Distribuidores independientes pueden asociar a más distribuidores y obtener comisiones por el movimiento de la mercancía dentro de su red. (Cabrera Huerta, 2012)

Los negocios multinivel han crecido en el año 2015 un promedio de 7,5% en Colombia y a nivel mundial cerca del 10,4%. Aproximadamente 1,5 millones de personas, reciben ingresos bajo esta modalidad (Hernández A. & Hernández, 2015). Es una opción real de generación de ingresos para enfrentar el desempleo femenino en Ecuador.



**Figura 3.-** Ventas Directas América del Sur en Millones de dólares (World Federation of Direct Selling Association 2011 a 2015)  
Elaborado por: Autor (2016)

El dinero que mueve el network marketing en países latinoamericanos ha tenido pocas variaciones, conservándose estable durante un período quinquenal; el canal de distribución funciona, durante los años 2010 al 2014 se han mantenido las ventas de este sistema en Ecuador. El network marketing es una alternativa de emprendimiento viable para la población femenina de Quito. (Ver figura 3)



**Figura 4.-** Tiempo dedicado en horas a la semana por género (INEC, 2012)  
Elaborado por: Autor (2016)

La mujer participa la mayoría de horas a la semana en tareas del hogar, por lo que requiere de un trabajo flexible en tiempo, para cumplir sus responsabilidades laborales y familiares. (Ver figura 4)

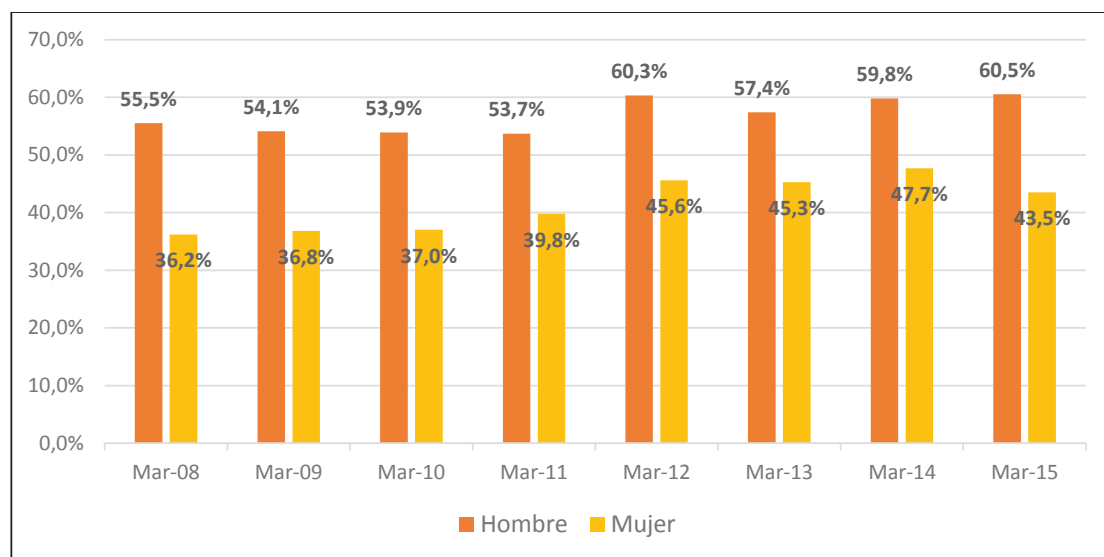
Según Sinnot (2015), varias ventajas del network marketing son:

- Es un negocio comprobado.
- No existe límite de crecimiento.
- La marca es reconocida globalmente.
- La inversión es baja.



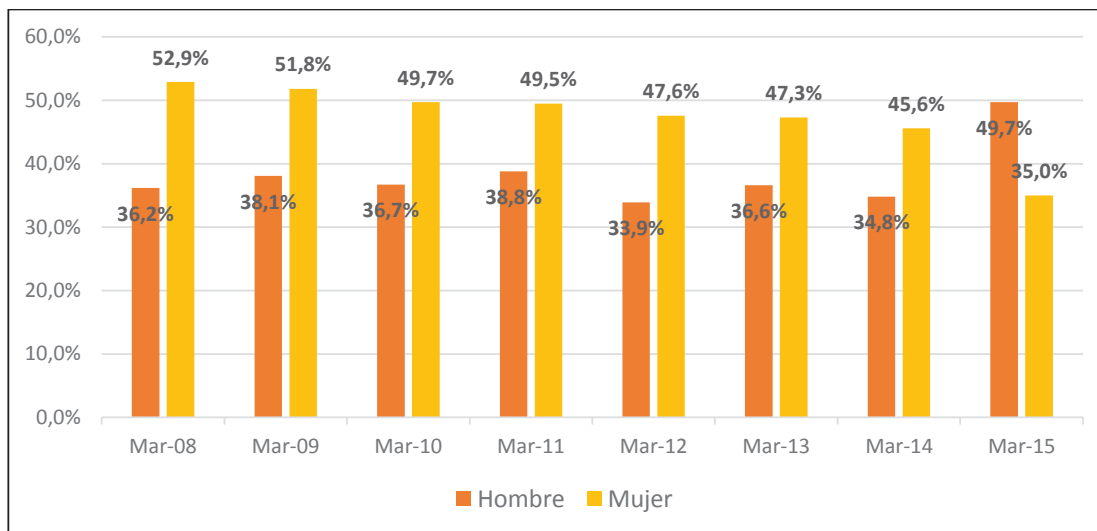
- No se tiene jefes, es su propio empresario.
- No hay un horario de trabajo.
- Se recibe capacitación y consultorías.

El éxito del network marketing radica en combatir la discriminación, ofrecer oportunidades laborales a personas discapacitadas, permitir a personas jubiladas permanecer en actividad y equilibrar las demandas familiares y profesionales. (King & Robinson, 2006)



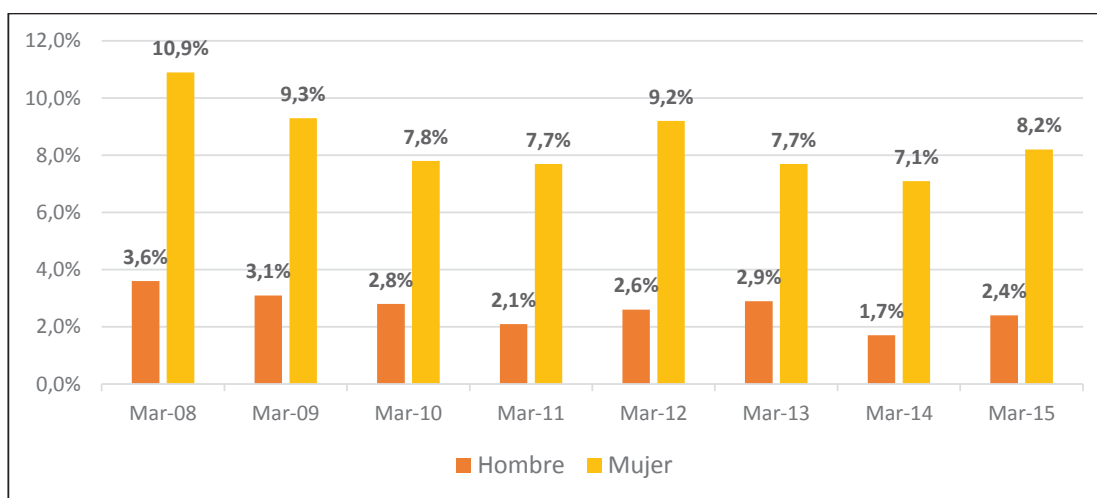
**Figura 5.-** Tasa de empleo adecuado por sexo a nivel urbano, marzo 2008 – 2015, (INEC, 2015)

Elaborado por: Autor (2016)



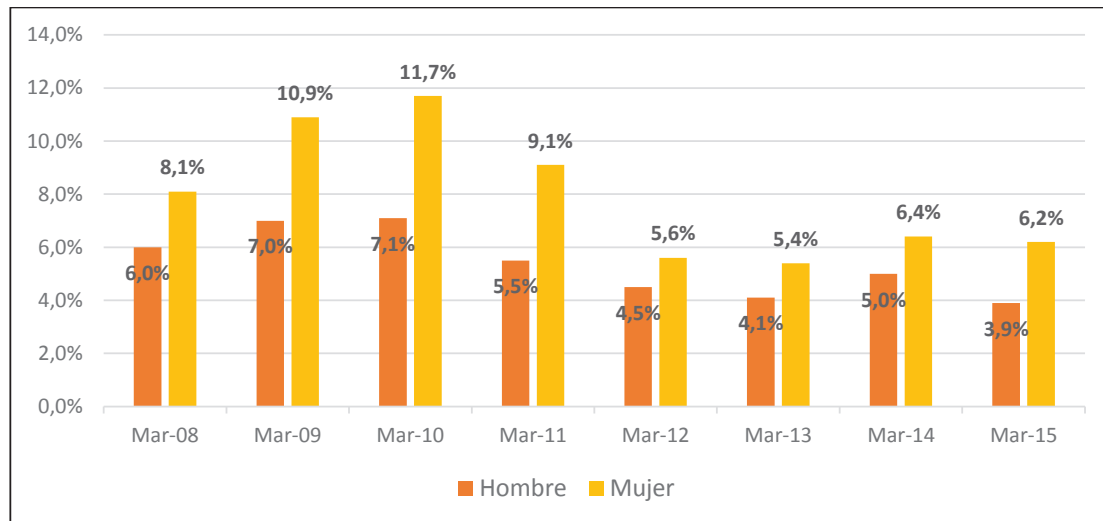
**Figura 6.-** Tasa de empleo inadecuado por sexo a nivel urbano, marzo 2008 – 2015, (INEC, 2015)

Elaborado por: Autor (2016)



**Figura 7.-** Tasa de empleo no remunerado por sexo a nivel urbano, marzo 2008 – 2015, (INEC, 2015)

Elaborado por: Autor (2016)



**Figura 8.-** Tasa de desempleo por sexo a nivel urbano, marzo 2008 – 2015  
(INEC, 2015)

Elaborado por: Autor (2016)

El estudio investiga al network marketing, como una alternativa al nivel de desempleo, empleo inadecuado y no remunerado femenino que desde el año 2008 al 2015, su porcentaje se ha mantenido superior al masculino, contrastando con la tasa de empleo adecuado, que en el caso del género masculino, es superior. Se busca presentar al network marketing como apoyo a la mujer: madre, esposa y profesional, a cumplir con sus expectativas económicas utilizando esta nueva opción de negocio poco explorada en Ecuador. (Ver figuras 5, 6, 7 y 8).

### 1.3. OBJETIVOS

#### 1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Estudiar el sistema de network marketing como alternativa al desempleo de la población femenina en Quito.

#### 1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la situación ocupacional actual de las mujeres en Ecuador.
- Fundamentar de manera teórica el sistema de network marketing y su desarrollo en Latinoamérica.

- Investigar el escenario actual de las redes de mercadeo en Quito.
- Presentar los resultados por las cuales el network marketing puede ser una opción al desempleo de la población femenina en Quito.
- Desarrollar conclusiones y recomendaciones del estudio realizado.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1. NETWORK MARKETING**

#### **2.1.1. ASPECTOS GENERALES**

Network marketing es un sistema de comercialización que maneja redes de distribuidores independientes, quienes entregan un producto al consumidor final. Existen auspiciantes que involucran, capacitan y apoyan a posibles miembros en este negocio. (Bastide & Walker, 2008).

Datos de la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa (2015), muestran que, el 95% de las personas pertenecientes al sistema de network marketing en Ecuador son mujeres, 82% de ellas, son madres de familia.

Tibble (2012), recomienda tener en cuenta los siguientes criterios para pertenecer a una red:

- Seguridad: buscar un negocio con crecimiento futuro.
- Liderazgo corporativo: el negocio debe tener seguridad financiera, experiencia previa, utilizar varios medios de comunicación, acceso a productos impactantes de penetración y reputación.
- Liderazgo de equipo en el campo: existe un equipo de trabajo que apoye personalmente a quienes necesitan asesoría.

## 2.1.2. EVOLUCIÓN

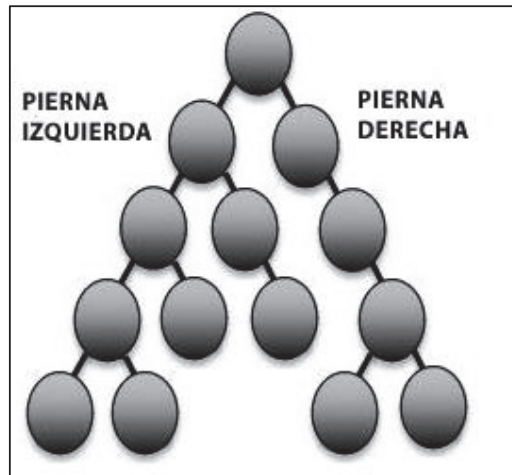


**Figura 9.-** Network marketing: evolución e historia (Mancera, 2015)  
Elaborado por: Autor (2016)

El network marketing es un negocio que lleva tiempo en el mercado, la legalidad de este sistema ha sido comprobada, ha funcionado cerca de nueve décadas. Se demuestra la seguridad del negocio y su desempeño. (Ver figura 9).

## 2.1.3. PLANES DE COMPENSACIÓN

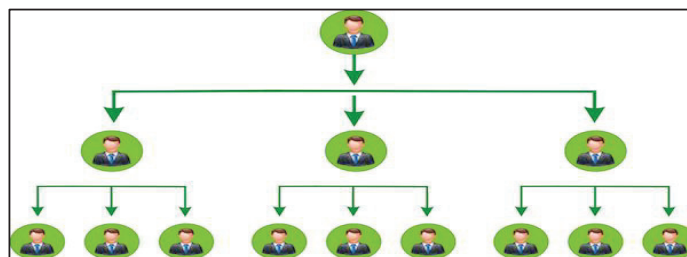
### 2.1.3.1. PLAN BINARIO



**Figura 10.-** Plan Binario Híbrido, (Planes de Compensación, 2015)

El plan binario se conforma por dos piernas en cada etapa, no tiene límite de profundidad y las comisiones se pagan semanalmente sobre el volumen de producto de la sección más débil. Se deben equilibrar ambas partes, teniendo un número de equipos similares en ambos lados. (New Thrive Learning Institute, 2014). (Ver figura 10).

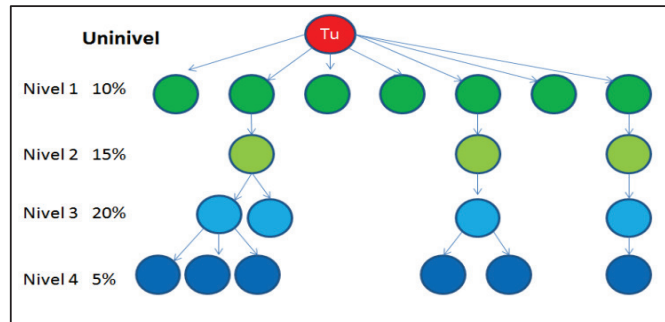
### 2.1.3.2. PLAN MATRICIAL



**Figura 11.-** Plan Matricial, (Calvo, 2012)

Se encuentra limitado en frontalidad, hay un máximo de personas en el primer nivel, si se agrega a más del cupo existente, las demás deberán incorporarse en el segundo nivel. La profundidad tiene un límite, se gana comisión hasta el último nivel permitido. (Planes de Compensación, 2015). (Ver figura 11).

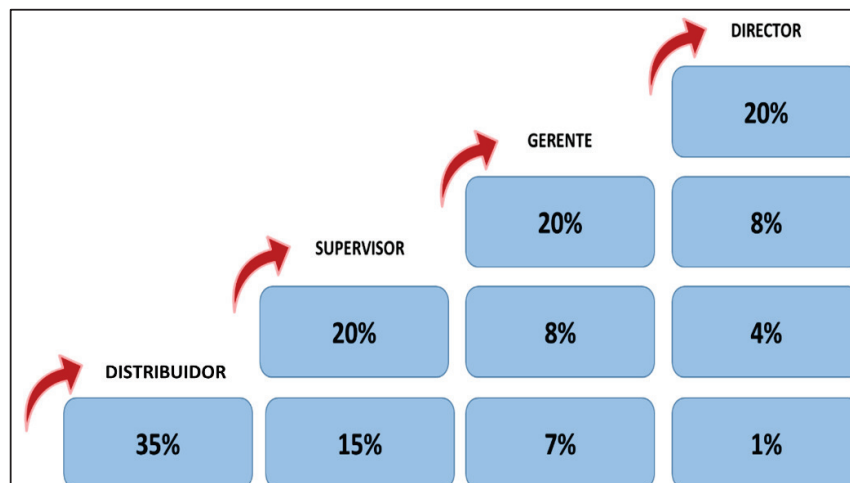
### 2.1.3.3. PLAN UNINIVEL



**Figura 12.-** Plan Uninivel, (Churaira, 2014)

Es ilimitado en su frontalidad, no hay un número máximo de miembros en el primer nivel. Se gana un porcentaje diferente por cada escalón, la mayor comisión por consumo recae en el segundo y tercero para incentivar el crecimiento de la red. Puede tener profundidad limitada, ganando hasta el nivel permitido, en caso de no tener este obstáculo, se tiene una comisión mínima a partir del punto de superación de la frontera. (Alfau, 2011). (Ver figura 12).

### 2.1.3.4. PLAN ESCALONADO



**Figura 13.-** Plan Escalonado, (Calvo, 2012)  
Elaborado por: Autor (2016)

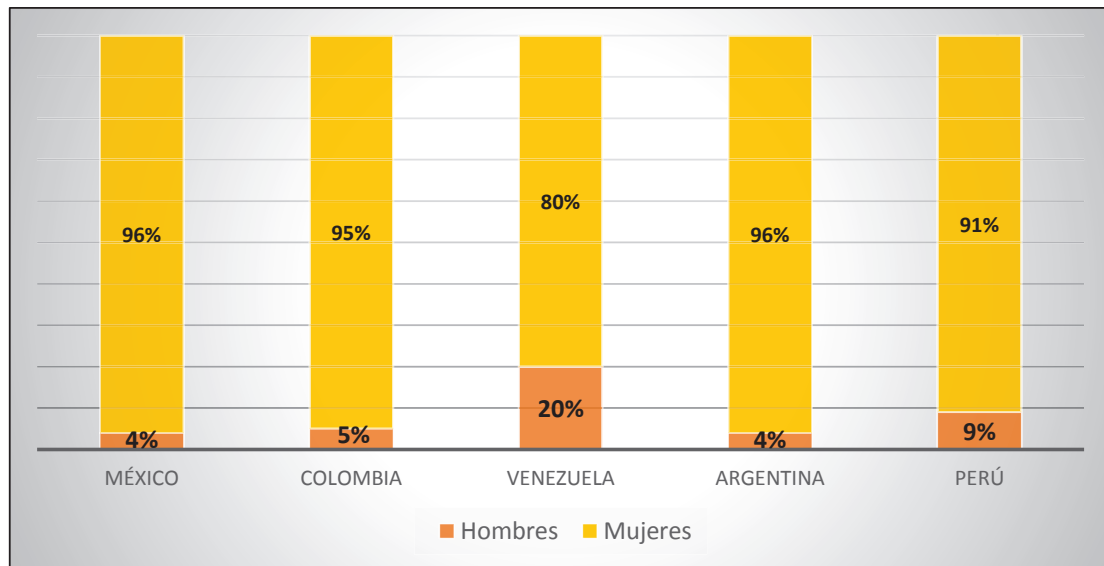
Se enfoca en la venta y compra de productos. Recluta a las personas en la frontalidad, no se incentiva a crear una red. La compañía ofrece un porcentaje de



descuento en los pedidos y aumenta según el incremento en ventas. (Tus Negocios y Dinero, 2012). (Ver figura 13).

## 2.2. NETWORK MARKETING EN AMÉRICA LATINA

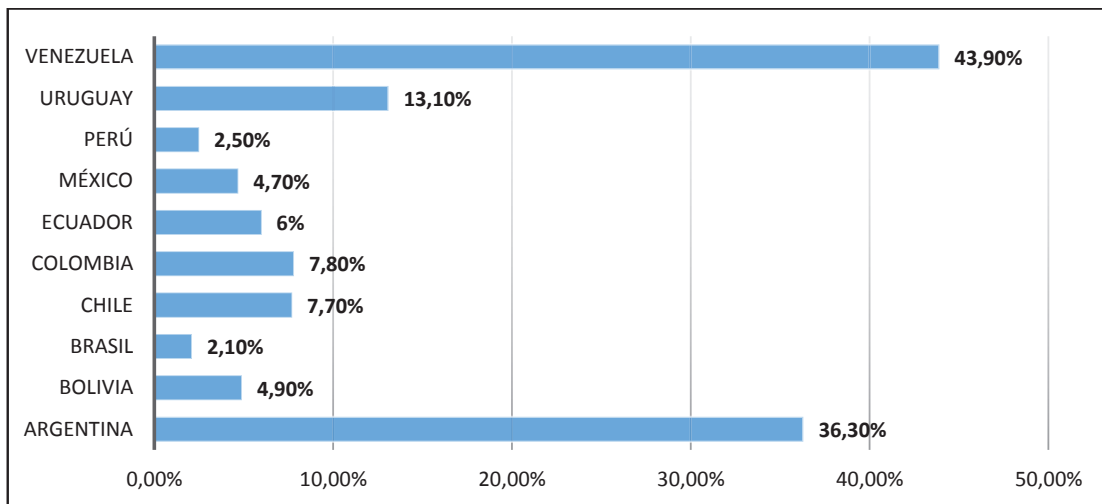
### 2.2.1. NETWORK MARKETING POR GÉNERO



**Figura 14.-** Network Marketing por género en Latinoamérica 2012 (WFDSA, 2013)  
Elaborado por: Autor (2016)

Los datos revelan que el género femenino lidera en cifras, dentro del network marketing en Latinoamérica. La mujer busca generar sus propios ingresos, este sistema le permite cumplir con esta meta y a la vez acoplarse a su estilo de vida de emprendedora, madre y esposa. (Ver figura 14).

## 2.2.2. NETWORK MARKETING: CRECIMIENTO EN VENTAS

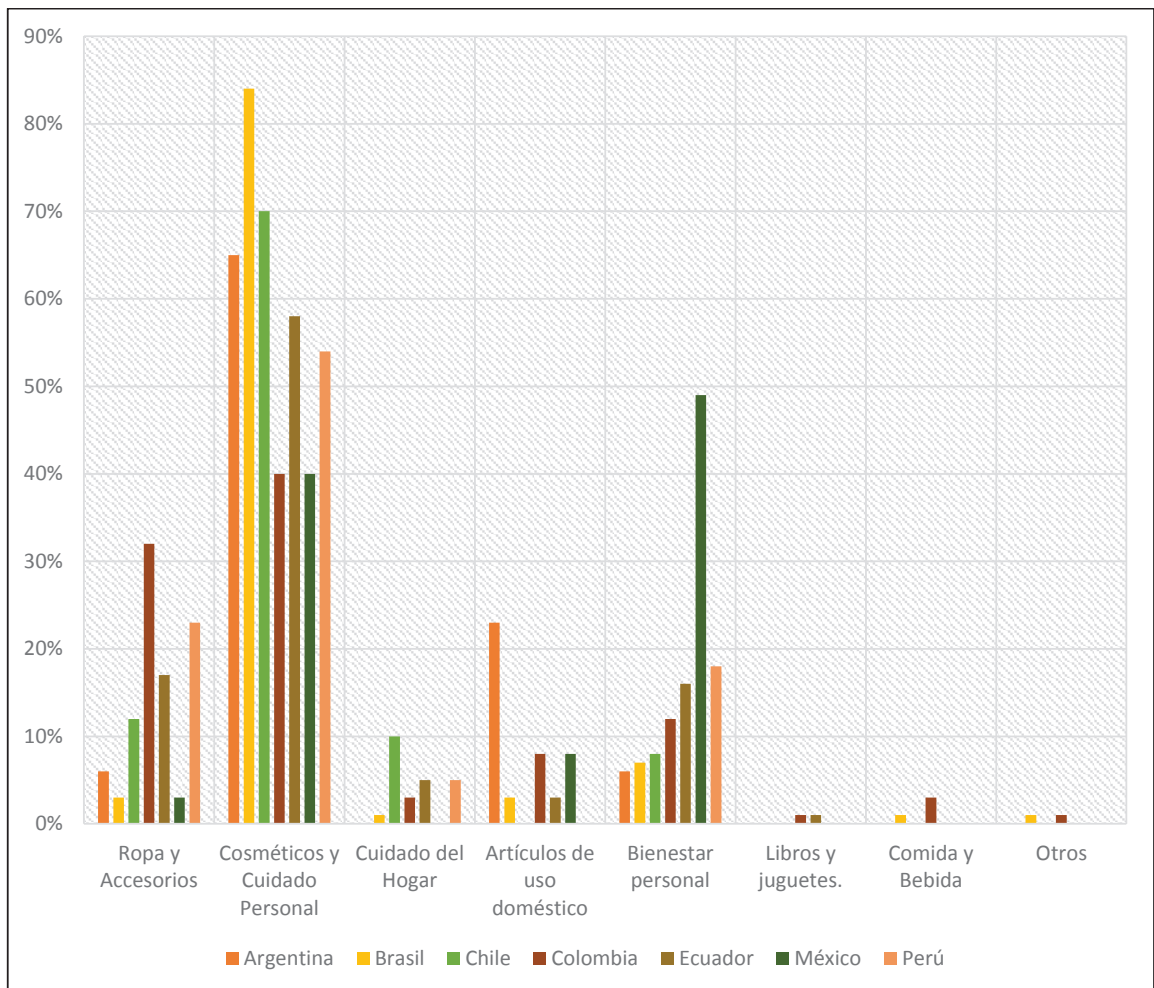


**Figura 15.-** Tasa de crecimiento compuesto de Ventas USD 2012 - 2015  
(WFDSA, 2016)

Elaborado por: Autor (2016)

En América Latina, la tasa de crecimiento en ventas en network marketing ha sido positiva. Este sistema toma fuerza, especialmente en Venezuela y Argentina. En el caso de Venezuela, se nota un incremento de veinte veces y, Argentina dieciocho veces en comparación con Brasil. (Ver figura 15).

### 2.2.3. NETWORK MARKETING: VENTAS POR CATEGORÍA DE PRODUCTO



**Figura 16.-** Porcentaje de ventas por categoría de producto Latinoamérica 2015 (WFDSA, 2016)

Elaborado por: Autor (2016)

Existe una preferencia en América Latina en adquirir, por medio del network marketing, productos enfocados al cuidado personal que también son de consumo masivo. (Ver figura 16).

### 3. METODOLOGÍA

Según Hernández Sampieri (2010), la investigación cualitativa investiga la perspectiva de los participantes respecto a un fenómeno, sus opiniones, experiencias y cómo perciben subjetivamente la realidad.

La metodología a utilizarse será de tipo cualitativo ya que el presente estudio buscará indagar las experiencias de mujeres que están y han estado involucradas dentro de redes de mercado y de expertos respecto a si las redes de mercadeo son una alternativa frente al desempleo femenino.

El alcance es descriptivo, busca detallar las características del fenómeno, identificar sus dimensiones, definir las variables a medir y recolectar los datos. Requiere del investigador precisión y observación cuidadosa (Carballo, 2013).

Se investigarán las razones por la que las damas aceptan o no las ventas directas como una opción al desempleo. Hernández Sampieri (2010) indica que el alcance explicativo indaga las causas de los eventos estudiados.

El estudio buscará las causas por las que el network marketing es una posibilidad ante la desocupación femenina. Carballo (2013) expone que, el alcance explicativo manifiesta el suceso y hace uso de un análisis crítico.

Se diseñarán y aplicarán entrevistas a mujeres que participan dentro del sistema de redes y aquellas que desertaron, así como a expertos en Marketing que brindarán su opinión sobre el tema.

Según Acebedo Ibáñez (1986), la entrevista permite obtener información mediante comunicación verbal, responde preguntas con la interacción entre entrevistado y entrevistador. La recolección de datos es más flexible en el desarrollo de respuestas y oportunidad de explayarlas.

La entrevista permite comprender las experiencias del entrevistado, junto con los factores y condiciones que afectan sus vivencias (Yuni & Urbano, 2006). Es la herramienta idónea para conocer las razones que impulsaron la deserción o el éxito de los participantes de género femenino sobre este sistema.

### 3.1. MUESTREO CUALITATIVO

La muestra a tomar para este estudio es de tipo homogénea, al investigar a mujeres cuyo lazo común es estar o haber estado en una empresa de network marketing y expertos que opinen respecto a este tema. Para este tipo de muestra orientada a la investigación cualitativa, Hernández Sampieri (2010) concluye:

Al contrario de las muestras diversas, en éstas las unidades a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares. Su propósito es centrarse en el tema a investigar o resaltar situaciones, procesos o episodios en un grupo social. (p. 398)

El muestreo en estudios de tipo cualitativo no se encasilla en la tipología muestral clásica de los estudios cuantitativos. La representatividad se centra en la calidad y reconstrucción de vivencias respecto a un fenómeno determinado, no en la cantidad. (Serbia, 2007)

Al existir diferencia entre el muestreo cualitativo y cuantitativo, en el caso del primero Hernández Sampieri (2010) afirma:

En el proceso cualitativo, es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia. (p. 394)

Tipo de estudio	Tamaño mínimo de muestra sugerido
Etnográfico, teoría fundamentada, entrevistas, observaciones	30 a 50 casos
Historia de vida familiar	Toda la familia, cada miembro es un caso
Biografía	El sujeto de estudio (si vive) y el mayor número de personas vinculadas a él, incluyendo críticos
Estudio de casos en profundidad	6 a 10 casos
Estudio de caso	Uno a varios casos
Grupos de enfoque	Siete a 10 casos por grupo, cuatro grupos por cierto tipo de población

**Figura 17.-** Tamaños de muestras comunes en estudios cualitativos (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010)

Debido a que no hay parámetros definidos para determinar el tamaño de la muestra en un estudio cualitativo, Hernández Sampieri (2010) facilita una tabla de referencia, donde se observa la recomendación del número de entrevistas a realizar, pero la decisión de la cantidad de casos que conforme la muestra es del investigador. (Ver figura 17)

**Tabla 1.-** Parámetros de Segmentación

<b>Parámetro</b>	<b>Detalle</b>
<b>País</b>	Ecuador
<b>Ciudad</b>	Quito
<b>Género</b>	Femenino
<b>Actividad</b>	Trabajan o han trabajado en redes de mercadeo

Elaborado por: Autor (2016)

El presente estudio, al estar enfocado a investigar si el sistema de network marketing es una alternativa al desempleo femenino, se toma el segmento: mujeres de Quito que trabajan o han trabajado en redes de mercadeo. (Ver tabla 1)

### **3.2. DISEÑO DE LAS ENTREVISTAS**

Las entrevistas a realizarse serán de tipo semiestructuradas, existe una guía de preguntas a la cual se le puede agregar o modificar las mismas para poder precisar conceptos y obtener mayor información. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010).

**Tabla 2.-** Mujeres entrevistadas que pertenecen a una empresa de network marketing

Ana Ponce	Karla Acosta
Carla Gavilánez	Paulina Saltos
Geovanna Rivera	Rosa Andrade
Gloria Echeverría	Sonia Meneses
Jackie Dávila	Ella Akopyan

Elaborado por: Autor (2016)

El instrumento de recopilación de datos dirigido a mujeres que se encuentren participando en una empresa de network marketing, fue realizada a diez participantes. (Ver tabla 2).

**Tabla 3.-** Instrumento de recopilación de información: Entrevista dirigida a Mujeres que se encuentren participando en una empresa de network marketing.

VARIABLES	OBJETIVO	FACTORES A INVESTIGAR	PREGUNTAS
<b>Desempeño</b>	Conocer el nivel de satisfacción de las personas que pertenecen a la red, respecto a los logros obtenidos en la empresa de network marketing a la que pertenece.	Cobertura de necesidades por medio de los ingresos.	Su situación actual dentro de su empresa de network marketing, ¿le permite obtener ingresos que puedan cubrir sus necesidades básicas?
		Aspectos generales de la empresa de network marketing.	¿Qué le motivó a seleccionar la empresa de network marketing a la que pertenece?
<b>Factores de éxito</b>	Identificar los aspectos clave que manejan las personas que pertenecen a un sistema de network marketing.	Referentes del network marketing	¿Quién o quiénes son las personas que utiliza como modelo para realizar este trabajo y qué es lo que hacen estas personas para ser su ejemplo a seguir?
		Intercalación entre redes	¿A cuántas empresas de network marketing usted pertenece?
		Estrategia de crecimiento	¿Cree que es una buena estrategia pertenecer a más de una empresa de network marketing?
		Puntos de triunfo	¿Qué factores considera usted necesarios para obtener éxito en una empresa de network marketing?

<b>Tiempo</b>	Averiguar la flexibilidad de tiempo que manejan las personas en su empresa de network marketing	Pertenencia	¿Cuánto tiempo lleva trabajando con su empresa de network marketing?
		Dedicación a trabajar en el sistema de network marketing.	¿Cuánto tiempo le dedica a la semana para desempeñar su trabajo de network marketer?
		Elasticidad de tiempo	¿Este trabajo le permite atender sus necesidades básicas del hogar?

Elaborado por: Autor (2016)

El instrumento de recolección de datos, dirigido a las mujeres que se encuentran participando en una empresa de network marketing, posee tres variables junto con su objetivo y nueve factores a investigar. (Ver tabla 3).

**Tabla 4.-** Mujeres entrevistadas que abandonaron la empresa de network marketing a la que pertenecían.

Dennis Iturralde	Sara Nieto
Ena María Vera	Ximena Riofrío
Llania Castro	Pamela Quezada
Ximena Aguinaga	Liam Ruíz
Rebeca Barragán	Verónica Muñoz

Elaborado por: Autor (2016)

El instrumento de recopilación de datos, dirigido a mujeres que han abandonado la empresa de network marketing en la que laboraban, fue realizado a diez participantes. (Ver tabla 4)



**Tabla 5.-** Instrumento de recopilación de información: Entrevista dirigida a mujeres que han abandonado la empresa de network marketing en la que laboraban.

VARIABLES	OBJETIVO	FACTORES A INVESTIGAR	PREGUNTAS
<b>Deserción</b>	Identificar las razones por las que la persona salió del sistema de network marketing	Razón de deserción.	¿Por qué abandonó el sistema de network marketing al que pertenecía?
		Tiempo de pertenencia al sistema de network marketing.	¿Por cuánto tiempo trabajó dentro del sistema de network marketing antes de abandonarlo?
<b>Uso del network marketing</b>	Conocer si la persona considera al sistema de network marketing como una alternativa al desempleo femenino en la ciudad de Quito.	Generador de empleo femenino.	¿Considera usted que el sistema de network marketing es una alternativa al desempleo femenino?
<b>Retorno</b>	Explorar las razones por las que la persona regresaría o no a trabajar en un sistema de network marketing.	Mantenimiento de la deserción.	¿Usted volvería a trabajar en un sistema de network marketing?
		Factores de fracaso	¿Qué factores considera usted decisivos para fracasar en un sistema de network marketing?

Elaborado por: Autor (2016)

El instrumento de recolección de datos, dirigido a las mujeres que hayan abandonado la empresa de network marketing en la que laboraban, posee tres variables junto con su objetivo y cinco factores a investigar. (Ver tabla 5).

**Tabla 6.-** Expertos entrevistados

Experto	Rama de Experiencia
Agustín Zambrano	Líder nacional en red de mercadeo
Alex Marriott	Marketing
Andrés Acosta	Gerencia Empresarial
Daniel Cepeda	Network marketing
Danilo Burbano	Comunicaciones
Carlos Acosta	Línea de salud
Javier Aguinaga	Leyes mercantiles
Marco Calvache	Engagement Marketing
Sara Galán	Ventas y distribución
Xavier Calderón	Marketing Digital

Elaborado por: Autor (2016)

El instrumento de recopilación de datos dirigido a expertos, que permitan clarificar e instruir a profundidad el tema de sistema de network marketing, fue realizado a diez expertos. (Ver tabla 6)

**Tabla 7.-** Instrumento de recopilación de información: Entrevista dirigida a expertos.

VARIABLES	OBJETIVO	FACTORES A INVESTIGAR	PREGUNTAS
<b>Percepción</b>	Conocer la percepción que tiene el experto respecto al sistema de network marketing.	Opinión respecto al sistema de network marketing.	¿Qué opina respecto al sistema de network marketing en general?
		Validez del network marketing como alternativa al desempleo femenino.	El sistema de network marketing ¿es una alternativa al desempleo de la población femenina de la ciudad de Quito?
		VARIABLES de decisión.	¿Qué variables se debe tener en cuenta al momento de seleccionar una empresa de network marketing?
		El network marketing como negocio con crecimiento futuro.	¿Considera que el sistema de network marketing tiene futuro como un sistema de negocio en la ciudad de Quito?

<b>Factores críticos</b>	Identificar sus recomendaciones para que la población femenina de la ciudad de Quito pueda tener éxito en el sistema de network marketing.	Factores de éxito	¿Qué factores de éxito recomienda seguir para trabajar en el sistema de network marketing?
		Factores de fracaso	¿Por qué cree que las mujeres que ya no trabajan dentro de un sistema de network marketing no tuvieron éxito?
		Puntos de vista	Conclusiones y recomendaciones.

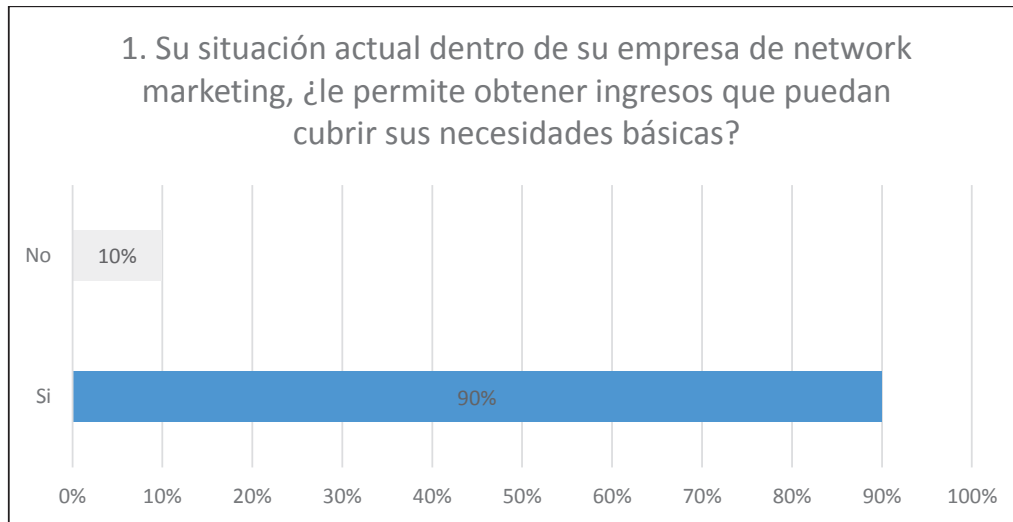
Elaborado por: Autor (2016)

El instrumento de recolección de datos dirigido a expertos, que permitan clarificar e instruir a profundidad el tema de sistema de network marketing, posee dos variables según sus objetivos y, siete factores a investigar. (Ver tabla 7).

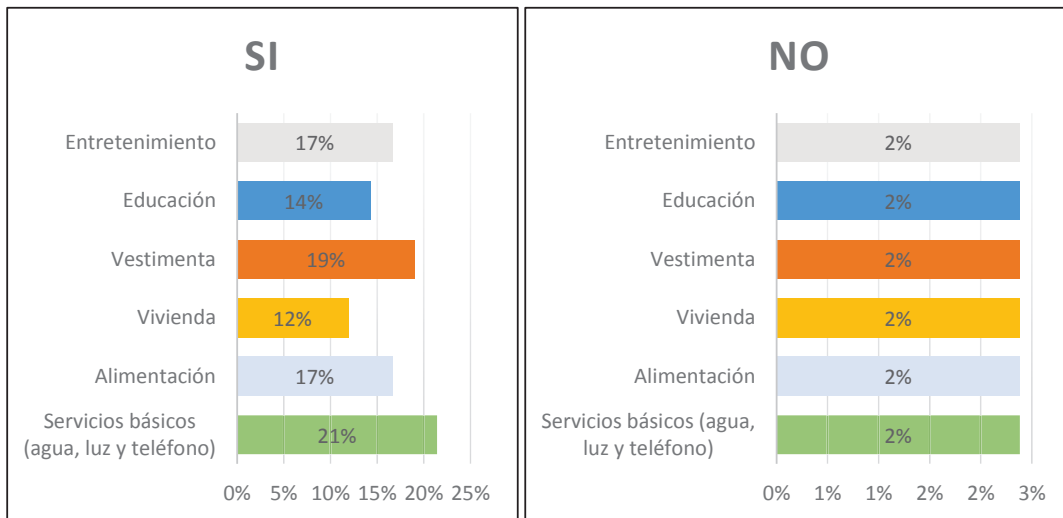
#### 4. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1. RESULTADOS ENTREVISTAS MUJERES MIEMBROS DEL NETWORK MARKETING

Los resultados obtenidos de las entrevistas dirigidas a mujeres miembros del network marketing fueron los siguientes:



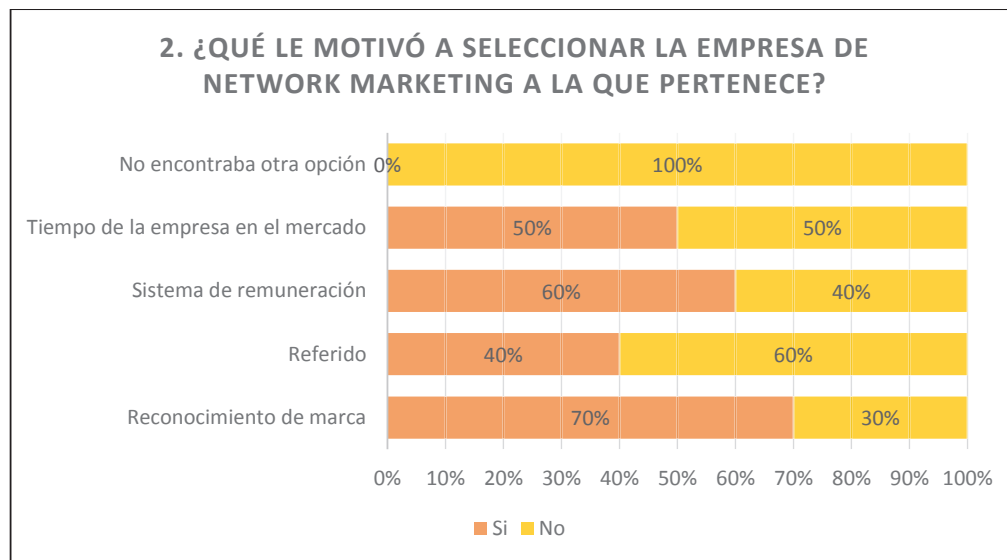
**Figura 18.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 1  
Elaborado por: Autor (2016)



**Figura 19.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing detalle de pregunta 1

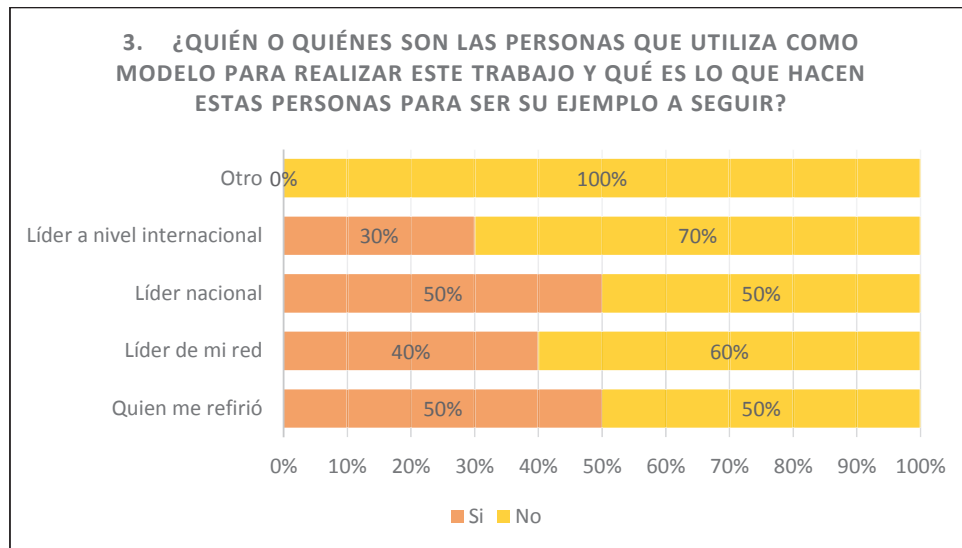
Elaborado por: Autor (2016)

Las mujeres entrevistadas indican, 9 de cada 10, que los ingresos obtenidos por su labor en el sistema de network marketing logran cubrir sus necesidades básicas, entre las principales se encuentran: servicios básicos, alimentación, vestimenta y entretenimiento. La factibilidad de considerar a este sistema como un medio de ingreso económico real. (Ver figuras 18 y 19).



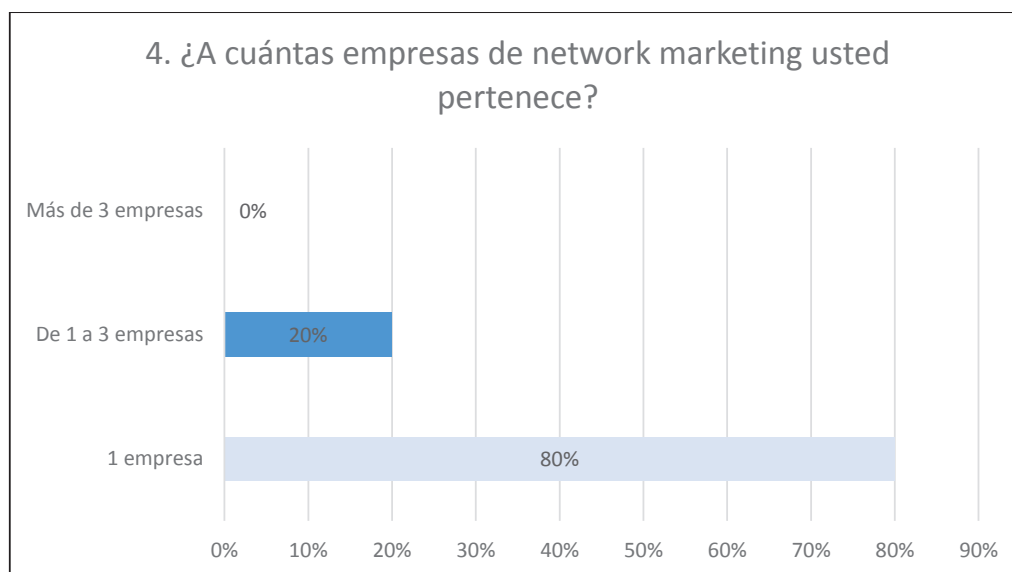
**Figura 20.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 2  
Elaborado por: Autor (2016)

7 de cada 10 mujeres consideran que la motivación principal al momento de seleccionar una empresa de network marketing es el reconocimiento de marca, acompañado por dos factores: el sistema de remuneración y el tiempo de permanencia de la empresa en el mercado. Al ser considerado un trabajo, se requiere estabilidad y se lo obtiene aplicando a una empresa que ofrezca permanencia, remuneración adecuada y facilidad en la colocación del producto. (Ver figura 20).



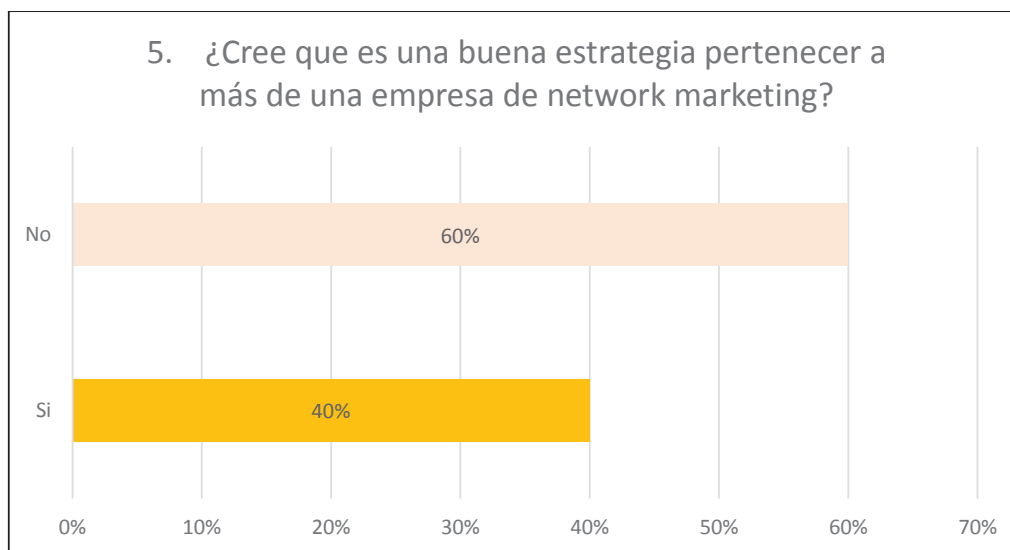
**Figura 21.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 3  
Elaborado por: Autor (2016)

5 de cada 10 personas utilizan al líder nacional y a la persona quien le refirió la red como modelo a seguir por su capacidad de apoyo, soporte y seguimiento, junto con su visualización de una figura personal que desearían llegar a ser. Prefieren los exponentes seleccionados, al ser cercanos a la realidad nacional, en la que se desenvuelven los miembros del sistema. (Ver figura 21).



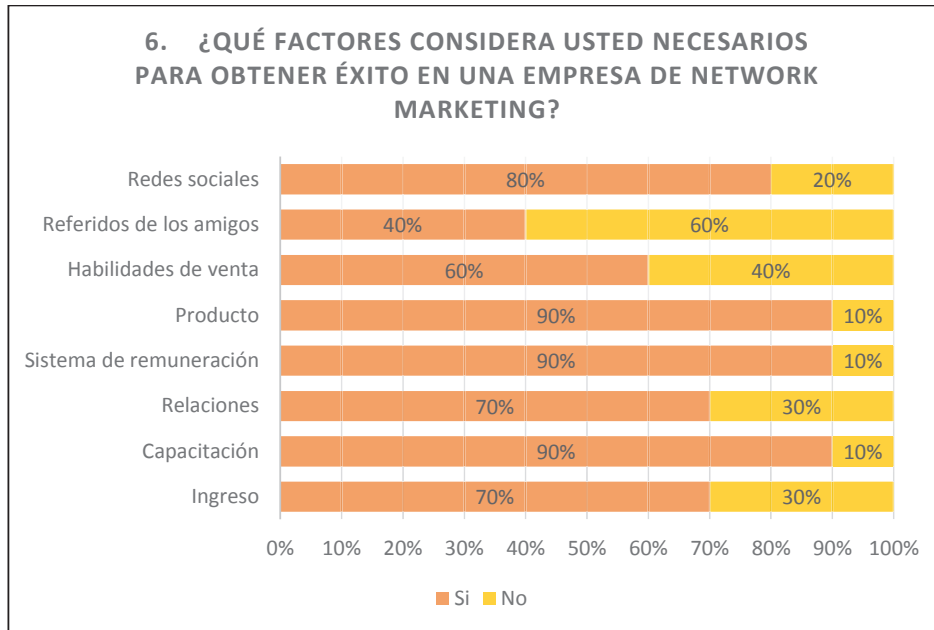
**Figura 22.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 4  
Elaborado por: Autor (2016)

8 de cada 10 entrevistadas mencionaron pertenecer a una empresa de network marketing, centrando sus esfuerzos en hacer funcionar el sistema, para poder conseguir los réditos deseados. Las mujeres que lograron cubrir sus necesidades básicas (ver figura 18) lo han hecho al enfocarse en una sola empresa. (Ver figura 22).



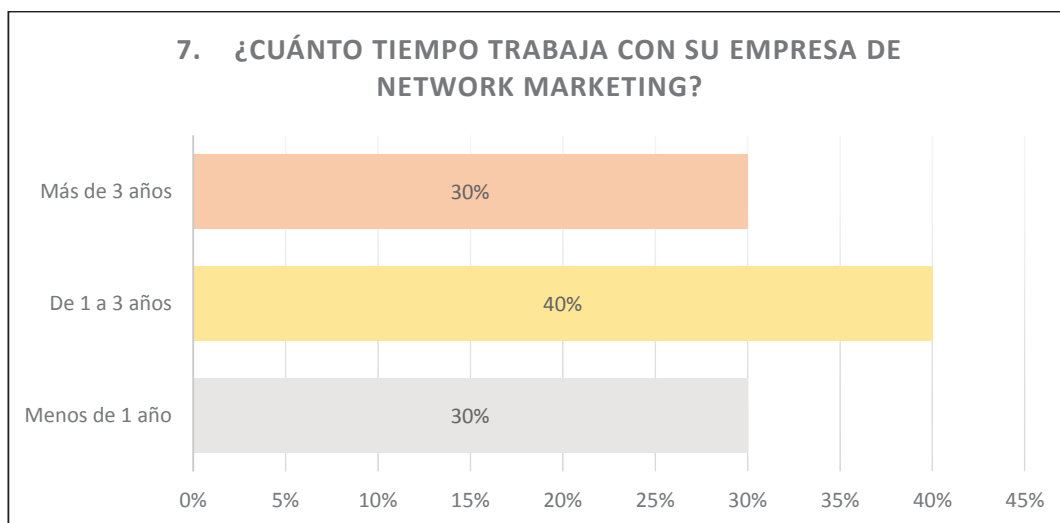
**Figura 23.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 3  
Elaborado por: Autor (2016)

6 de cada 10 personas creen que no es una buena estrategia el pertenecer a más de una empresa de network marketing, se menciona que, centrar sus esfuerzos en una sola empresa para alcanzar solvencia financiera, es la mejor alternativa. La mayoría pertenece a una sola empresa (ver figura 22) y logra cubrir sus necesidades básicas (ver figura 18) lo que evidencia la afirmación. (Ver figura 23).



**Figura 24.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 6  
Elaborado por: Autor (2016)

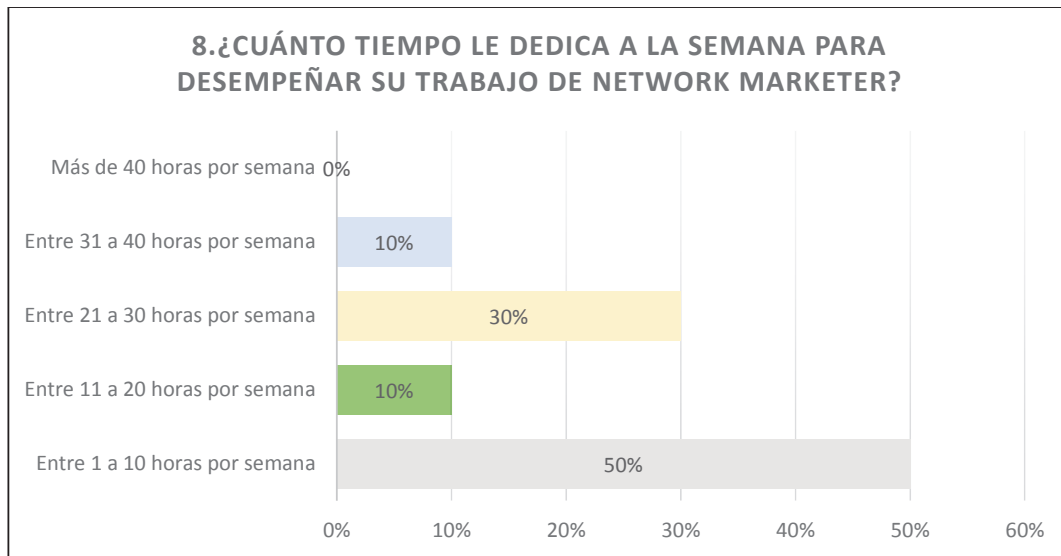
9 de cada 10 personas consideran que los factores de éxito recaen en la capacitación que se recibe, el sistema de remuneración que se maneja y el producto ofertado. Los miembros deben generar conocimiento y habilidades, sentir que son retribuidos adecuadamente, ofrecen un producto conocido y de fácil colocación en el mercado. (Ver figura 24).



**Figura 25.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 7  
Elaborado por: Autor (2016)

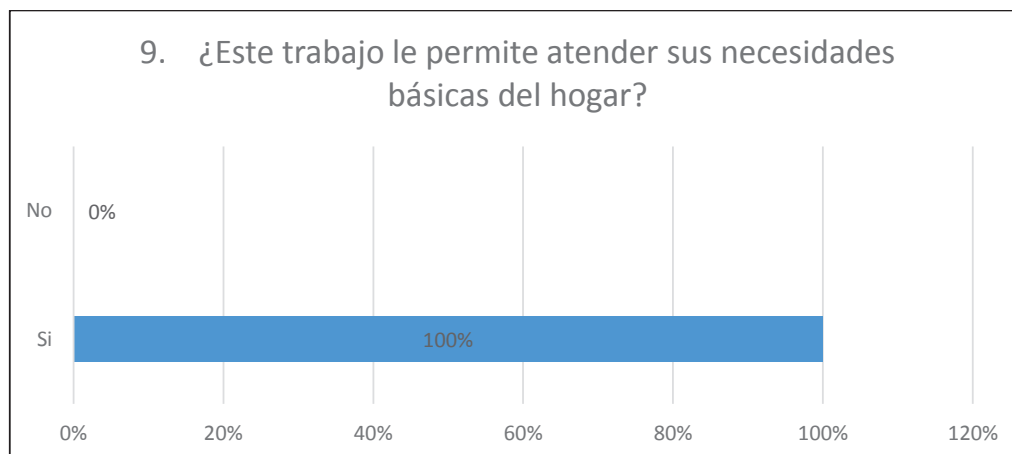


7 de cada 10 personas entrevistadas laboran en el sistema de network marketing por más de un año. La capacidad de usar este negocio para cubrir sus necesidades básicas (ver figura 18) está relacionada con el tiempo de permanencia dentro del sistema. (Ver figura 25).



**Figura 26.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 8  
Elaborado por: Autor (2016)

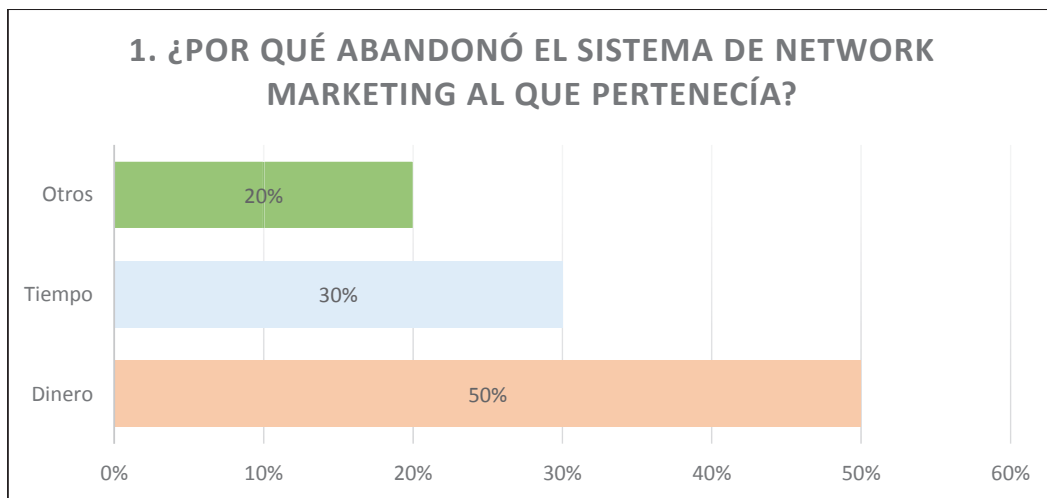
5 de cada 10 personas dedican de 1 a 10 horas a desempeñar su trabajo en network marketing. La mayor parte de las mujeres al trabajar más de un año en el sistema, dedican menos tiempo a esta labor, flexibilizando más su tiempo. (Ver figura 26).



**Figura 27.-** Entrevista a mujeres miembros del network marketing pregunta 9  
Elaborado por: Autor (2016)

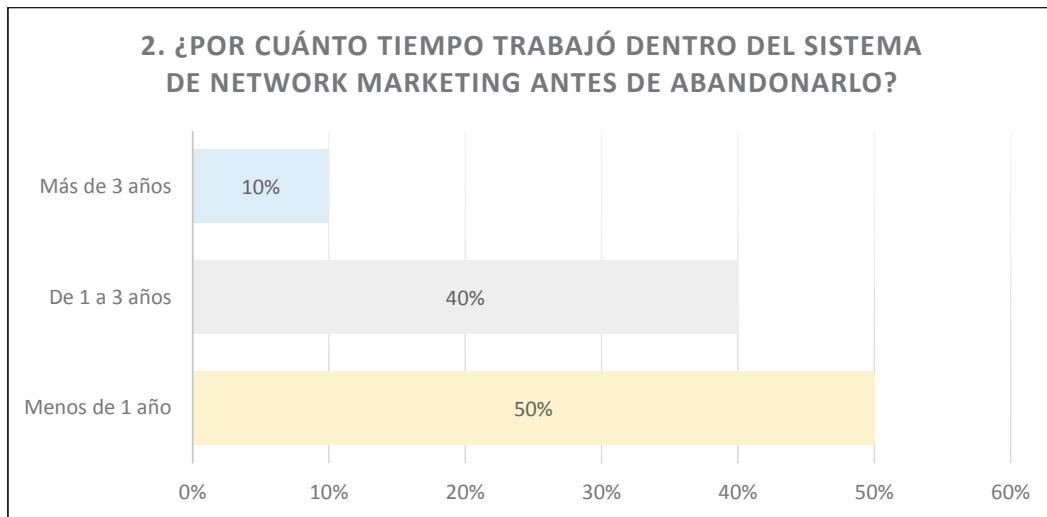
Para 10 de cada 10 entrevistadas el trabajo en el sistema de network marketing les permite atender sus necesidades básicas del hogar. Al no existir un horario fijo en este sistema, los involucrados pueden organizar su tiempo para cumplir con sus actividades personales. (Ver figura 27).

#### 4.2. RESULTADOS ENTREVISTAS A MUJERES DESERTORAS DEL SISTEMA DE NETWORK MARKETING



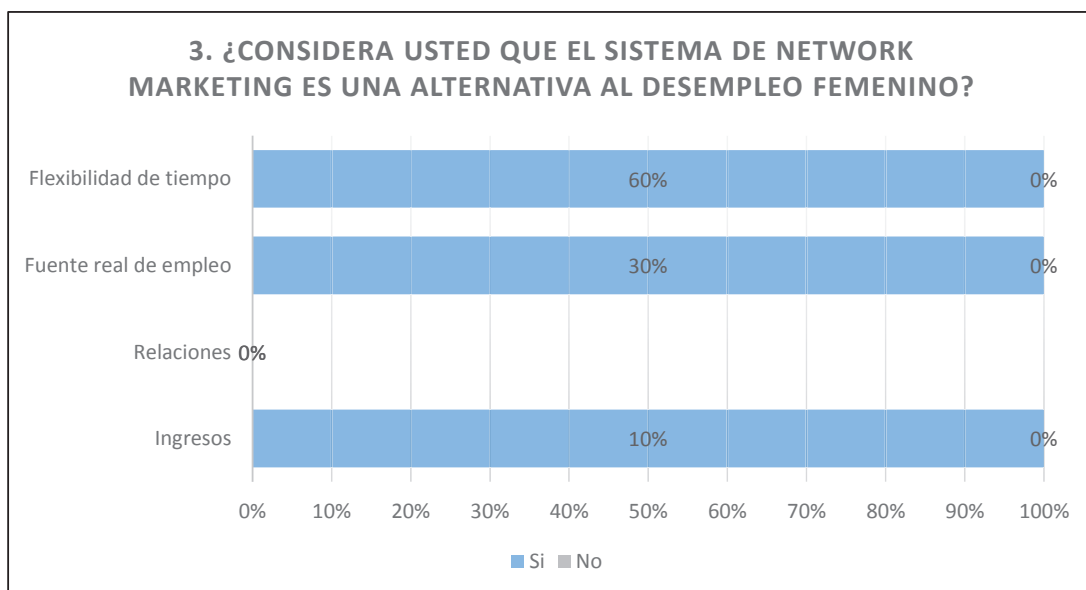
**Figura 28.-** Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 1  
Elaborado por: Autor (2016)

5 de cada 10 entrevistadas abandonaron el sistema de network marketing al que pertenecían por dinero. El sistema debería ofertar un plan de remuneración, que pueda satisfacer las necesidades financieras de los miembros, al ser uno de los factores de éxito mencionados por los asociados actuales (ver figura 24). (Ver figura 28).



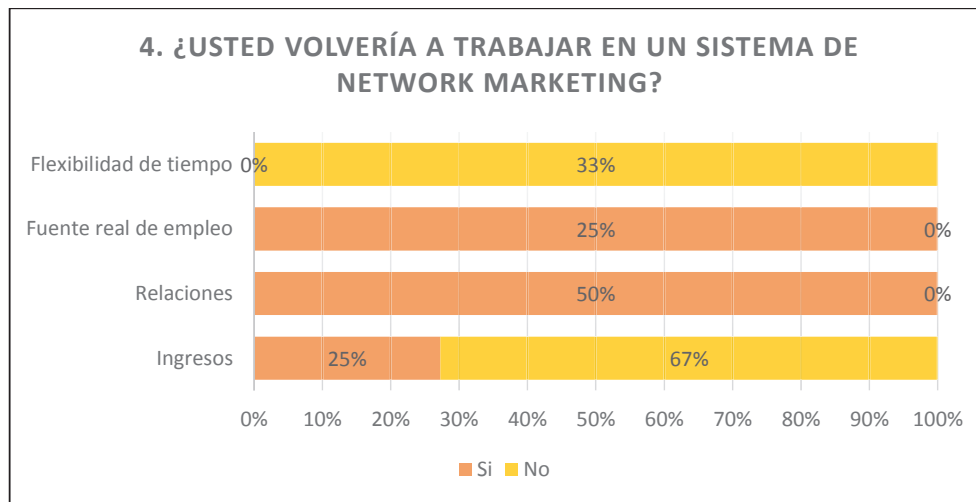
**Figura 29.-** Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 2  
Elaborado por: Autor (2016)

5 de cada 10 mujeres que abandonaron el sistema, trabajaron por menos de un año, comparado con la figura 25 de quienes se encuentran dentro en la actualidad. La clave para progresar en el negocio, es la constancia y la dedicación que se otorgue al inicio. (Ver figura 29).



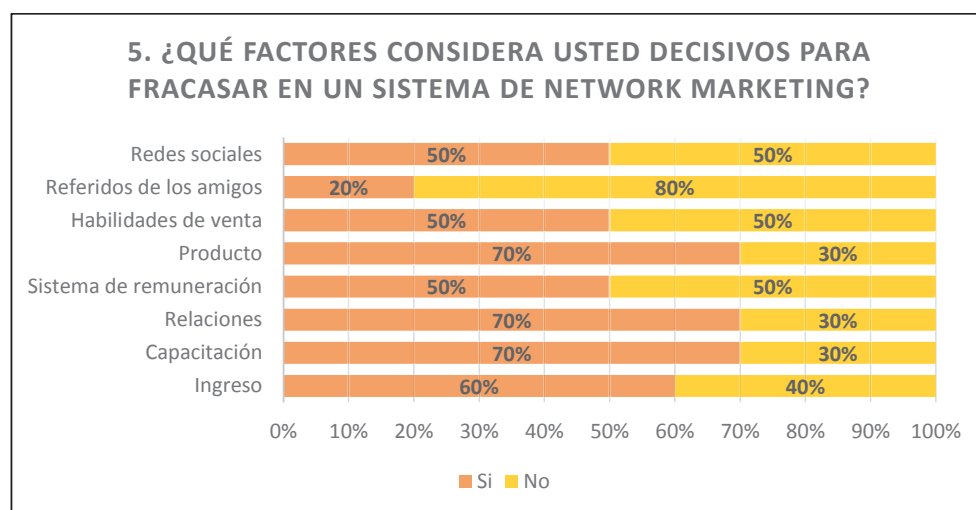
**Figura 30.-** Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 3  
Elaborado por: Autor (2016)

6 de cada 10 mujeres que desertaron el sistema lo consideran como una alternativa al desempleo femenino, por la flexibilidad de tiempo que ofrece, para cumplir con las actividades diarias a desempeñar. (Ver figura 30).



**Figura 31.-** Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 4  
Elaborado por: Autor (2016)

5 de cada 10 mujeres que desertaron, regresarían al tener más relaciones. Los contactos son la base de este negocio, al requerir recomendar el producto. Para conseguirlos, se aplica la capacitación como factor de éxito, (ver figura 25), al educar a las personas a relacionarse. (Ver figura 31).



**Figura 32.-** Entrevista a mujeres desertoras del network marketing pregunta 5  
Elaborado por: Autor (2016)

7 de cada 10 mujeres entrevistadas consideran que los factores de fracaso son: la carencia de capacitación, el producto que oferta y la falta de relaciones. Al no constar el sistema de remuneración como factor, en contraste con los factores de éxito (ver figura 25) y al ser el dinero la razón principal de la deserción (ver figura 28), se puede observar que la renuncia a este negocio, se debe a la insuficiencia de relaciones para recomendar el producto. (Ver figura 32).

#### 4.3. RESULTADOS ENTREVISTAS A EXPERTOS

**Tabla 8.-** Análisis de la entrevista realizada a expertos

ANÁLISIS DE RESULTADOS		
VARIABLES	Percepción	Factores Críticos
<b>Agustín Zambrano</b>	<p>-El network marketing es una alternativa de empleo para este nuevo siglo. En un trabajo tradicional, el sueldo es fijo, mientras que los gastos personales aumentan.</p> <p>- Es una opción para el desempleo de la población femenina en Quito. Charles King considera al network marketing como la profesión de relevancia. Este sistema no exige nivel académico y se puede realizar desde casa.</p> <p>-Las variables a tomar en cuenta son cuatro: La empresa se encuentre en etapa de crecimiento, el producto debe ser masivo y estar dentro de las mega tendencias, conocer el plan de compensación junto con las personas que manejan la compañía, y el equipo de apoyo debe contar con un sistema educativo.</p> <p>-El network marketing es un sistema de negocio en Quito. Este sistema no tiene límites de crecimiento y la inversión es mínima.</p>	<p>- El factor de éxito es la educación, enfocada a formar líderes con inteligencia emocional.</p> <p>- La razón por la que las mujeres han desertado es por su carencia de inteligencia emocional. Las negativas que reciben hacen que desistan.</p> <p>- La ventaja de este negocio es el horario flexible. Permite compartir con la familia y dedicar tiempo a los hijos. La asociación se debe hacer con empresas que realmente eduquen a las personas. Charles King en su libro "Los nuevos profesionales" considera al network marketing como el modelo de empresa más poderoso y atractivo en la nueva economía.</p>

<p><b>Alex Marriott</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Este sistema permite la optimización de recursos dentro de una organización. Los promotores llevan la marca al cliente, cubriendo de manera más eficaz el territorio geográfico al que se quiere llegar.</li> <li>- En el país existe mayor porcentaje de mujeres, quienes sienten más el impacto del desempleo en la ciudad. La organización de network marketing busca personas con contactos y habilidades de venta.</li> <li>- Existen cuatro variables principales: Producto: conocimiento del producto, cumplimiento de estándares de calidad y satisfacción de las necesidades del mercado al que está dirigido. Promoción: existe deseo de trabajar para la marca. La plaza: claramente delimitada. Precio: enfocado a lo que el mercado objetivo puede pagar. El sistema ofrece crecimiento tanto profesional y social, con beneficios, estabilidad, recompensas e incentivos.</li> <li>- El network marketing tiene futuro como sistema de negocio en la ciudad de Quito. Se sugiere buscar nuevos sistemas de negocio y expansión de marca en la ciudad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los factores de éxito son: poseer un cronograma de visitas claramente establecido. Cumplir tiempos de entrega y de respuesta a inquietudes de los clientes. La proactividad en todos los integrantes del equipo.</li> <li>- Las mujeres que estuvieron dentro de un sistema de network marketing no alcanzaron el éxito porque lo esperaron demasiado pronto y/o por su introversión.</li> <li>- El network marketing representa una excelente opción para las mujeres desempleadas en la ciudad de Quito dada la situación de empleo actual. La empresa con este sistema necesita una marca conocida, que ofrezca crecimiento.</li> </ul>
<p><b>Carlos Acosta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es un sistema atractivo. Las mujeres han tomado esta como opción de empleo por el su flexibilidad de tiempo.</li> <li>- Es una opción al desempleo femenino.</li> <li>- Las variables a tomar en cuenta son: reconocimiento de la empresa, producto de consumo masivo y facilidad de venta, tiempo de trabajo sea flexible.</li> <li>- Tiene futuro como sistema de negocio en la ciudad de Quito. Se puede usar redes sociales y/o visitas personales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El trabajo se realiza con seriedad y pre disposición. La persona debe tener por lo menos una educación básica para ingresar a este tipo de negocio.</li> <li>- Las razones de deserción de las mujeres en el network marketing son: decepción de la cantidad de dinero generado, ingresaron por curiosidad, manejo inadecuado del tiempo, desagrado del tipo sistema en el que se encontraban.</li> <li>- La empresa debe ser clara en su explicación de las implicaciones del sistema de network marketing, el producto y la remuneración a recibir.</li> </ul>
<p><b>Daniel Cepeda</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Genera ingresos altos con baja inversión.</li> <li>- Es una alternativa al desempleo femenino porque no tiene limitaciones para entrar.</li> <li>- Las variables son: ofrecer un producto que verdaderamente se venda, liderazgo de la empresa, el objetivo de los dueños de la compañía, solidez de la organización.</li> <li>- El network marketing tiene futuro como sistema de negocio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El factor de éxito es estar dispuesto a aprender.</li> <li>- Las mujeres que desertaron no entendieron de qué se trata el sistema de network marketing.</li> <li>- Buscar personas que estén dispuestas a salir adelante y generar patrimonio.</li> </ul>

<p><b>Danilo Burbano</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las personas que no tienen la posibilidad de laborar a tiempo completo, pueden organizar su tiempo y trabajar en este sistema.</li> <li>- Es una alternativa al desempleo de la población femenina en Quito ya que poseen ocupaciones de hogar que no le permiten trabajar a tiempo completo.</li> <li>- Tomar en cuenta: la seriedad de la empresa, tiempo de la organización en el mercado, confianza que genera la compañía.</li> <li>- Tiene futuro como sistema de negocio en Quito, siempre y cuando la empresa presente seriedad en su trabajo.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los factores de éxito son: capacitación para la persona que ingrese, conocimiento sobre el negocio que va a desempeñar y aptitud innata o adquirida para la venta.</li> <li>- Las mujeres que han desertado de este sistema de network marketing fueron infelices en este negocio, encontraron un trabajo que les agrade más y/o requerían salir continuamente para armar su red.</li> <li>- Permitirá compensar la pérdida de trabajo actual. Es necesario ofrecer alternativas a las personas para ofrecer sus productos.</li> </ul>
<p><b>Javier Aguinaga</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El network marketing es novedoso, necesario para la situación social y política actual. Permite multiplicar la distribución del producto gracias al boca a boca que maneja. Ha dado buenos resultados a empresas grandes como Yanbal.</li> <li>- Es una alternativa al desempleo de la población femenina en Quito. La mayor parte de la población son madres y este sistema ofrece flexibilidad de tiempo para poder ejecutar dicha labor.</li> <li>- Actualmente existen redes de mercadeo que han tenido éxito en la ciudad de Quito. Las personas que trabajan en ellas son en su mayoría mujeres, que por situaciones sociales, familiares o de tipo educacional han accedido a este sistema.</li> <li>- Las variables para seleccionar una empresa de network marketing son: el buen nombre de la empresa, una necesidad a ser cubierta por el producto ofertado y existencia de seguridad jurídica en la parte contractual.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Factores de éxito mencionados: conocimiento del funcionamiento del sistema, indagación de la empresa y el producto, flexibilidad y disciplina en el tiempo.</li> <li>- Las mujeres que han fracasado en el sistema desertaron por: el desconocimiento de su funcionamiento y falta de capacitación.</li> <li>- El network marketing es una oportunidad laboral para madres cabezas de hogar. Es una fuente de empleo. Se debe tener disciplina y conocer el funcionamiento del sistema. Es importante generar incentivos fiscales para esta industria.</li> </ul>

<p><b>Marco Calvache</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Es un sistema viable y rentable si es manejado estratégicamente.</li> <li>- Este sistema es una alternativa al desempleo femenino en la ciudad de Quito si está enfocada en la industria que puede crecer con el network marketing y que sea conocida.</li> <li>- Las variables para seleccionar una empresa de network marketing son: La inversión a realizar, factor de riesgo del producto, poseer un artículo creado para simple distribución, aliados estratégicos para el bodegaje, el perfil de las personas que participan y capacidad de contactos.</li> <li>- A nivel general sí tiene futuro como sistema de negocio en la ciudad de Quito. Debe tomarse en cuenta la industria ya que cada una tiene su viabilidad y manejo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los factores de éxito son: conocer el producto a detalle, tener un sitio virtual, generar evangelizadores y considerar personas dinámicas para formar parte.</li> <li>- Las mujeres que desertaron del sistema de network marketing no tuvieron éxito porque no creyeron en el producto, falta de preparación, carencia de actitud para generar contactos, inexistencia del stock adecuado en el tiempo correcto, desprestigio del sistema y manejar una marca desconocida.</li> <li>- El sistema de network marketing ha crecido. Muchas empresas se inclinarán a negocios innovadores similares. Este sistema de distribuidores independientes tiene que forjarse con una buena gestión de marketing. El éxito de su funcionamiento recae en el producto y la emocionalidad del contacto. La clave se encuentra en el canal de distribución.</li> </ul>
<p><b>Sara Galán</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- El uso del network marketing depende del mercado y el sector en el que se encuentre la empresa. Se aplica más para consumo masivo. Es la mejor manera de llegar a los clientes en base al boca a boca como promoción del producto.</li> <li>- Es una alternativa para el desempleo de la población femenina en Quito, debido a los casos de éxito. Las empresas de network marketing han crecido a nivel mundial. La mayor parte del mercado que manejan es el femenino.</li> <li>- Las variables a tomar en cuenta son: experiencia de la empresa y los contactos que maneje.</li> <li>- El sistema de network marketing tiene bastante potencial, en especial el sector de la salud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los factores de éxito son: existencia de un buen líder, poseer tiempo de dedicación, y constancia en el trabajo.</li> <li>- Las razones de deserción de las mujeres en el sistema son: la empresa exige mucho y el retorno no compensa el tiempo que se ha invertido. Encontraron una mejor fuente de ingreso. Falta de organización de su tiempo.</li> <li>- Es una alternativa llamativa que tiene potencial para ser explotada en Quito y Ecuador. El producto debe ser único y las personas que participen deben estar motivadas.</li> </ul>



<p><b>Xavier Calderón</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Es un sistema que funciona y justo en la remuneración. Es una forma distinta de distribución. Se lo recomienda a personas que buscan una alternativa diferente.</li> <li>- Representa una alternativa justa y humana para el desempleo femenino en la ciudad de Quito. Es una oportunidad válida para las mujeres madres y esposas por la flexibilidad de tiempo presenta.</li> <li>-Las variables para la selección de una empresa de network son: alta rotación del producto, artículo de consumo masivo con un atractivo extra, solidez y legalidad de la compañía que se selecciona y liderazgo de las personas pertenecientes la empresa.</li> <li>- Cuando la empresa ingresa en un mercado hay varios líderes por lo que el mercado se divide entre los competidores y mientras más personas ingresen el éxito dependerá de la no saturación del producto.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Los factores de éxito son: Tomar este sistema como un trabajo a tiempo completo y tener capacidad empresarial y liderazgo para manejar el crecimiento.</li> <li>- Los errores de las mujeres que desertaron de este sistema son: no considerarlo un trabajo a tiempo completo, tener un sistema desorganizado y la falta de hábitos empresariales.</li> <li>- Considerar investigar el sistema de network marketing antes de ingresar incluyendo los planes de compensación, consultar con un experto, hacer un seguimiento a la empresa e indagar las ganancias de los distribuidores afiliados a este sistema. Dedicar al network marketing el tiempo necesario para que crezca.</li> </ul>
<p><b>Andrés Acosta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El sistema de network marketing se ha desarrollado. Presenta una opción real de empleo con muchos beneficios. En el trabajo cotidiano las personas están bajo un horario, reglamento, contrato, jefes y se labora para el dueño de la empresa. Este sistema no se encuentra bajo un contrato fijo ni un horario determinado. La base de éxito son los contactos a los que se pueda llegar.</li> <li>-La mujer desempeña un rol especial, al ser madre el tiempo es un factor crucial en su vida. Tener una red puede flexibilizar su tiempo para atender sus obligaciones familiares. Este sistema permite trabajar desde casa.</li> <li>-Las variables para seleccionar una empresa de network marketing son: poseer un producto de consumo masivo, experiencia de la empresa en el medio y capacitación ofertada por la compañía.</li> <li>- Muchas personas han perdido la confianza en la publicidad basada en medios de comunicación tradicional. Las redes sociales se encuentran creciendo convirtiéndose en herramienta para el network marketing. Existe gran control del usuario. La tecnología ha otorgado poder a las personas para seleccionar la publicidad a ser visualizada.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los factores de éxito son: Capacitación para generar las habilidades. Generación de contactos. El tiempo invertido en el sistema. Consumir y crear en el producto.</li> <li>-Las mujeres que han fracasado en este sistema lo han hecho por: falta de constancia, carencia de capacitación en el sistema y bloqueos mentales.</li> <li>-El sistema de network marketing debe ser considerado como un trabajo real. La mayor parte de mujeres que desertaron lo hacen antes del año. Poseer un fondo de ahorro para involucrarse totalmente.</li> </ul>

Los expertos entrevistados mencionan que, el sistema de network marketing es una nueva forma de hacer negocio en este siglo, rodeado de cambios que han obligado al comercio a adaptar nuevas formas para continuar su crecimiento.

Representa una alternativa al desempleo femenino, al ofrecer flexibilidad en el tiempo que se dedique al oficio. Faculta a la mujer madre, esposa y/o jefa de hogar realizar sus actividades con holgura y obtener réditos que permitan sostener a su familia.

Las variables a tomar en cuenta para la selección de una empresa que maneje este sistema son: la solidez de la organización, a través del tiempo de permanencia en el mercado y reconocimiento de marca, el tipo de producto ofertado, debe ser de consumo masivo con valor agregado. El sistema de compensación, que ofrece una remuneración percibida como justa y, existencia de un equipo de apoyo, que capacite a los asociados.

El futuro del network marketing, como un sistema de negocio en Quito, es una opción al desempleo femenino. Se debe tomar en cuenta el sector industrial al que pertenece la empresa, que se encuentra en este sistema, para determinar la demanda del producto en el mercado.

Los factores de éxito recomendados son:

- La capacitación de los miembros en el sistema, en el producto y en el desarrollo de sus habilidades personales.
- El tiempo de dedicación a la labor, debido a la inexistencia de un horario fijo, las responsabilidades domésticas suelen ser dejadas de lado.

El fracaso de las mujeres que han desertado, según los expertos, se debe a la carencia de organización de su tiempo, su falencia en la generación de contactos y su desmotivación a continuar la labor. La flexibilidad de tiempo, si no es manejada correctamente en busca de la consecución de objetivos, se convierte en una excusa

para dejar el negocio. La habilidad de recomendar el negocio, debe ser respaldada por capacitación constante, para que el miembro logre crear una red de contactos. El sistema requiere de tiempo para prosperar, por lo que, el temor al fracaso obliga a buscar un trabajo tradicional considerado como estable.

El network marketing es un sistema de distribución, a través de una red de personas, quienes con su emocionalidad se ligan al producto, lo recomiendan por lo que, la capacitación es un factor clave para el éxito del negocio. El tiempo de dedicación al negocio debe ser constante en un inicio, para armar las bases del sistema y asegurar los ingresos financieros futuros.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

1. El éxito de las mujeres en el network marketing se basa en la seriedad del sistema, flexibilidad de tiempo, inversión mínima y réditos atractivos. Su objetivo es captar distribuidores a través de la recomendación del producto.

2. El network marketing es la mejor alternativa ante las exigencias de un trabajo tradicional con horario y remuneración fijos. El 95% de los miembros de la red, son mujeres que buscan esta opción de empleo para cumplir con las tareas del hogar y obtener ingresos económicos, que cubran las necesidades de subsistencia familiar.

3. El network marketing es una forma de distribución del producto, que permite a la empresa llegar directamente al consumidor final, y generar a la vez, lealtad a la marca y publicidad efectiva.

4. El sistema de network marketing al estar compuesto, por personas denominadas evangelizadores, se basa en la capacitación de sus miembros, para asegurar el crecimiento y permanencia en la organización de distribuidores leales, satisfechos y con excelentes relaciones con el cliente y sus colegas.

5. Las personas que logran cubrir sus necesidades básicas, económicas y personales, dentro del sistema de network marketing, tienen una permanencia superior al año y pertenecen a una sola empresa.

6. Las mujeres que trabajan más de un año en el sistema de network marketing, al flexibilizar su tiempo, logran satisfacer sus necesidades domésticas y personales.

7. Los factores de éxito para las mujeres que laboran en el sistema, son: los contactos que posean y la formación en la generación de relaciones, para crear una red de personas a quienes recomendar y distribuir el producto.

## 5.2.RECOMENDACIONES

1. Difundir el sistema de network marketing como alternativa al desempleo femenino, a través de las empresas que manejan este tipo de distribución, junto con las formas de compensación y productos que ofertan, para fomentar este sistema una forma de ingresos sostenibles y sustentables.
2. Cambiar el paradigma respecto al empleo tradicional como fuente única de ingresos, a través de la difusión del funcionamiento del sistema de network marketing, su flexibilidad de horario y posibilidad de crecimiento del negocio.
3. Sugerir a las empresas de network marketing, la implementación de planes de compensación, que motiven al distribuidor a seguir formando parte del sistema y recomendarlo, como opción de ingresos y sustento familiar.
4. Diseñar programas de capacitación que permitan el desarrollo personal de los miembros de la red, mediante el conocimiento profundo del producto y el funcionamiento de la organización, para su avance y crecimiento.
5. Implementar el sistema de network marketing, como emprendimiento válido para solucionar situaciones económicas familiares y sociales, como en el caso de Venezuela y Argentina.
6. Comprometer a los miembros dedicación a tiempo completo en el network marketing, para luego gozar de flexibilidad en el horario y dedicar atención a las actividades personales que deseen o necesiten desempeñar.
7. Practicar la autoeducación para desarrollar la sociabilidad e inteligencia emocional, mediante la asistencia a seminarios de capacitación y desarrollar aptitudes de facilidad de relaciones profesionales personales.

## REFERENCIAS

- Acebedo Ibáñez, A., & A. López M., A. F. (1986). *El Proceso de la Entrevista*. Limusa.
- Alfau, M. (8 de Julio de 2011). *Conociendo el Marketing Multinivel*. Obtenido de <http://conociendomarketingmultinivel.blogspot.com/2011/07/planes-de-compensacion-uninivel.html>
- Asociación Ecuatoriana de Venta Directa. (2015). *Estudio de impacto sector venta directa*. Ecuador: AEVD.
- Bastide, J., & Walker, D. (2008). *Navigating the World of Network Marketing: Third Edition*. Indiana: AuthorHouse.
- Bursattin, L. (10 de Enero de 2012). *Elogia*. Obtenido de <http://blog.elogia.net/nueva-herramienta-investigacion-cualitativa-online-i/>
- Calvo, M. (25 de Enero de 2012). *Plan de Compensación Escalonado*. Obtenido de <http://miguelcalvomlm.com/escalonado/>
- Calvo, M. (12 de enero de 2012). *Plan de Compensación Matricial o Matriz*. Obtenido de <http://miguelcalvomlm.com/matricial/>
- Carballo, B. (4 de Marzo de 2013). *Pensamiento de Sistemas*. Obtenido de <http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>
- Churaira, G. (13 de enero de 2014). *Plan de Compensación binario híbrido vs unilevel*. Obtenido de <http://ganoexcelinternacional.ning.com/profiles/blogs/plan-de-compensacion-binario-hibrido-vs-uninivel>
- El Comercio. (14 de Enero de 2016). *El Comercio*. Obtenido de Sondeo: ¿Usted fue despedido en los últimos 3 meses en Ecuador?: <http://www.elcomercio.com/actualidad/resultados-sondeo-despedido-ultimos-meses.html>
- Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. (15 de Abril de 2016). *El Comercio*. Obtenido de El desempleo en Ecuador aumentó al 5,7% en marzo del 2016: <http://www.elcomercio.com/actualidad/desempleo-ecuador-aumento-economia.html>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.
- INEC. (2015). *Indicadores Laborales Marzo 2015*. Ecuador: INEC.
- INEC. (2015). *Indicadores Laborales Marzo 2015*. Ecuador: INEC.
- King, C. W. (s.f.). *Networking Times*. Obtenido de <http://www.networkingtimes.com/nt/authors.php?aut=800>
- King, C., & Robinson, J. (2006). *Los Nuevos Profesionales*. Buenos Aires: Edita Time & Money Network Editions .
- Kiyosaki, R. (2015). *El cuadrante del flujo del dinero: Guía del Padre Rico hacia la libertad financiera*. México: Penguin Random House .

- Mancera, A. (2015). *Networker factory*. Obtenido de NETWORK MARKETING – Origen, Evolución e Historia.: <http://networkerfactory.com/historia-del-network-marketing-mlm/>
- New Thrive Learning Institute. (2014). *Network Marketing Survival 3.0*. Lulu.com.
- Planes de Compensación. (4 de Febrero de 2015). *Características de un Plan de Compensación Matricial o Matriz Forzada*. Obtenido de <http://www.planesdecompensacion.com/caracteristicas-de-un-plan-de-compensacion-matricial-o-matriz-forzada/>
- Planes de Compensación. (16 de Febrero de 2015). *Explicación del Plan de Compensación Binario Híbrido*. Obtenido de <http://www.planesdecompensacion.com/explicacion-del-plan-de-compensacion-binario-hibrido/>
- Serbia, J. M. (2007). *Cienciared*. Obtenido de [http://cienciared.com.ar/ra/usr/3/206/n7\\_vol3pp123\\_146.pdf](http://cienciared.com.ar/ra/usr/3/206/n7_vol3pp123_146.pdf)
- Sinnott, R. (18 de Abril de 2015). *9 beneficios del network marketing*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/268160>
- Tibble, T. (2012). *Double Your Income with Network Marketing: Create Financial Security in Just Minutes a Day without Quitting Your Job*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Trump, D. (2004). *Cómo hacerse rico*. México: Planeta.
- Trump, D., & Kiyosaki, R. (2012). *Queremos que seas rico*. México: Penguin Random House.
- Tus Negocios y Dinero. (Junio de 2012). *Planes de Compensación*. Obtenido de <http://www.tusnegociosydinero.com/2012/06/escalonado-por-ruptura.html#.V4Q10LjhA2w>
- Vargas Jiménez, I. (2011). La Entrevista en la Investigación Cualitativa: Nuevas Tendencias y Retos. *Revista Calidad en la Educación Superior*, 139.
- WFDSA. (2013). *FACT SHEET Global Direct Selling*.
- WFDSA. (2016). *Global Direct Selling - 2015 Retail Sales*. World Federation Direct Selling Association.
- WFDSA. (2016). *Global Sales by Product Category - 2015*. WFDSA.
- World Federation of Direct Selling Association. (2011). *Global Statistical Report - 2010*. WFDSA.
- World Federation of Direct Selling Association. (2012). *Global Statistical Report - 2011*. WFDSA.
- World Federation of Direct Selling Association. (2013). *Global Sales and Direct Selling Community - 2012*. WFDSA.
- World Federation of Direct Selling Association. (2014). *Global Direct Selling - 2013*. WFDSA.
- World Federation of Direct Selling Association. (2015). *Global Direct Selling - 2014*. WFDSA.
- Yuni, J., & Urbano, C. (2006). *Técnicas para Investigar 2*. Argentina: Editorial Brujas.
- Zane Pilzer, P. (Septiembre de 2001). *Paul Zane Pilzer*. Obtenido de The Next Trillion: <http://www.paulzanepilzer.com/tntsept01p1-htm>

Ziglar, Z., & Hayes, J. P. (2011). *Network Marketing For Dummies*. Indiana: John Wiley & Sons.



**ANEXOS**

## ANEXO 1

### GUÍA DE LA ENTREVISTA A MUJERES QUE PARTICIPAN EN UNA EMPRESA DE NETWORK MARKETING

**Lugar (ciudad):**

**Entrevistador:**

**Entrevistado:**

**Nombre y Apellido:**

**Edad:**

**Género:**

**Tipo de productos que ofrece la empresa de network marketing donde labora:**

**Introducción:** El presente estudio busca responder a la interrogante si el network marketing es una alternativa al desempleo de la población femenina en la ciudad de Quito. Comedidamente le invito a compartir sus opiniones de la manera más honesta y transparente ya que los resultados dependerán de ello.

**Preguntas:**

- 1. Su situación actual dentro de su empresa de network marketing, ¿le permite obtener ingresos que puedan cubrir sus necesidades básicas?**

Si	
No	

Servicios básicos (agua, luz y teléfono)	
Alimentación	
Vivienda	
Vestimenta	
Educación	
Entretenimiento	

- 2. ¿Qué le motivó a seleccionar la empresa de network marketing a la que pertenece?**

Reconocimiento de marca	
-------------------------	--

Referido	
Sistema de remuneración	
Tiempo de la empresa en el mercado	
No encontraba otra opción	

3. **¿Quién o quiénes son las personas que utiliza como modelo para realizar este trabajo y qué es lo que hacen estas personas para ser su ejemplo a seguir?**

Quien me refirió	
Líder de mi red	
Líder nacional	
Líder a nivel internacional	
Otro: _____	

4. **¿A cuántas empresas de network marketing usted pertenece?**

1 empresa	
De 1 a 3 empresas	
Más de 3 empresas	

5. **¿Cree que es una buena estrategia pertenecer a más de una empresa de network marketing?**

Si	
No	

Buenos ingresos	
Relaciones	
Única fuente de empleo	
Flexibilidad de tiempo	

6. **¿Qué factores considera usted necesarios para obtener éxito en una empresa de network marketing?**

Ingreso	
---------	--

Capacitación	
Relaciones	
Sistema de remuneración	
Producto	
Habilidades de venta	
Referidos de los amigos	
Redes sociales	
Otros: _____	

**7. ¿Cuánto tiempo trabaja con su empresa de network marketing?**

Menos de 1 año	
Entre 1 año y 3 años	
Más de 3 años	

**8. ¿Cuánto tiempo le dedica a la semana para desempeñar su trabajo de network marketer?**

Entre 1 a 10 horas por semana	
Entre 11 a 20 horas por semana	
Entre 21 a 30 horas por semana	
Entre 31 a 40 horas por semana	
Más de 40 horas por semana	

**9. ¿Este trabajo le permite atender sus necesidades básicas del hogar?**

Sí	
Cuidado de familiares	
Atención de actividades domésticas	
Envolvimiento en la educación de sus hijos	
Otro: _____	

No	
Cuidado de familiares	
Atención de actividades domésticas	
Envolvimiento en la educación de sus hijos	
Otro: _____	
Ninguno	

## ANEXO 2

### GUÍA DE LA ENTREVISTA A MUJERES QUE DESERTARON UNA EMPRESA DE NETWORK MARKETING

**Lugar (ciudad):**

**Entrevistador:**

**Entrevistado:**

**Nombre y Apellido:**

**Edad:**

**Género:**

**Tipo de productos que ofrece la empresa de network marketing donde laboraba:**

**Introducción:** El presente estudio busca responder a la interrogante si el network marketing es una alternativa al desempleo de la población femenina en la ciudad de Quito. Comedidamente le invito a compartir sus opiniones de la manera más honesta y transparente ya que los resultados dependerán de ello.

**Preguntas:**

**1. ¿Por qué abandonó el sistema de network marketing al que pertenecía?**

Dinero	
Tiempo	
Otro	

**2. ¿Por cuánto tiempo trabajó dentro del sistema de network marketing antes de abandonarlo?**

Menos de 1 año	
De 1 a 3 años	
Más de 3 años	

**3. ¿Considera usted que el sistema de network marketing es una alternativa al desempleo femenino?**

Si	
No	

Ingresos	
----------	--

Relaciones	
Fuente real de empleo	
Flexibilidad de tiempo	

**4. ¿Usted volvería a trabajar en un sistema de network marketing?**

Si	
No	

Ingresos	
Relaciones	
Fuente real de empleo	
Flexibilidad de tiempo	

**5. ¿Qué factores considera usted decisivos para fracasar en un sistema de network marketing?**

Ingreso	
Capacitación	
Relaciones	
Sistema de remuneración	
Producto	
Habilidades de venta	
Referidos de los amigos	
Redes sociales	
Otros: _____	

## **ANEXO 3**

### **GUÍA DE LA ENTREVISTA A EXPERTOS**

**Lugar (ciudad):**

**Entrevistador:**

**Entrevistado:**

**Nombre y Apellido:**

**Edad:**

**Género:**

**Empresa en la que trabaja:**

**Cargo que desempeña en la empresa:**

**Introducción:** El presente estudio busca responder a la interrogante si el network marketing es una alternativa al desempleo de la población femenina en la ciudad de Quito. Comedidamente le invito a compartir sus opiniones de la manera más honesta y transparente ya que los resultados dependerán de ello.

**Preguntas:**

1. ¿Qué opina respecto al sistema de network marketing en general?
2. El sistema de network marketing ¿es una alternativa al desempleo de la población femenina de la ciudad de Quito?
3. ¿Qué variables se debe tener en cuenta al momento de seleccionar una empresa de network marketing?
4. ¿Considera que el sistema de network marketing tiene futuro como un sistema de negocio en la ciudad de Quito?
5. ¿Qué factores de éxito recomienda seguir para trabajar en el sistema de network marketing?
6. ¿Por qué cree que las mujeres que ya no trabajan dentro de un sistema de network marketing no tuvieron éxito?
7. Conclusiones y recomendaciones.

## ANEXO 4

### REGISTROS FOTOGRÁFICOS

Ana Ponce



Agustín Zambrano

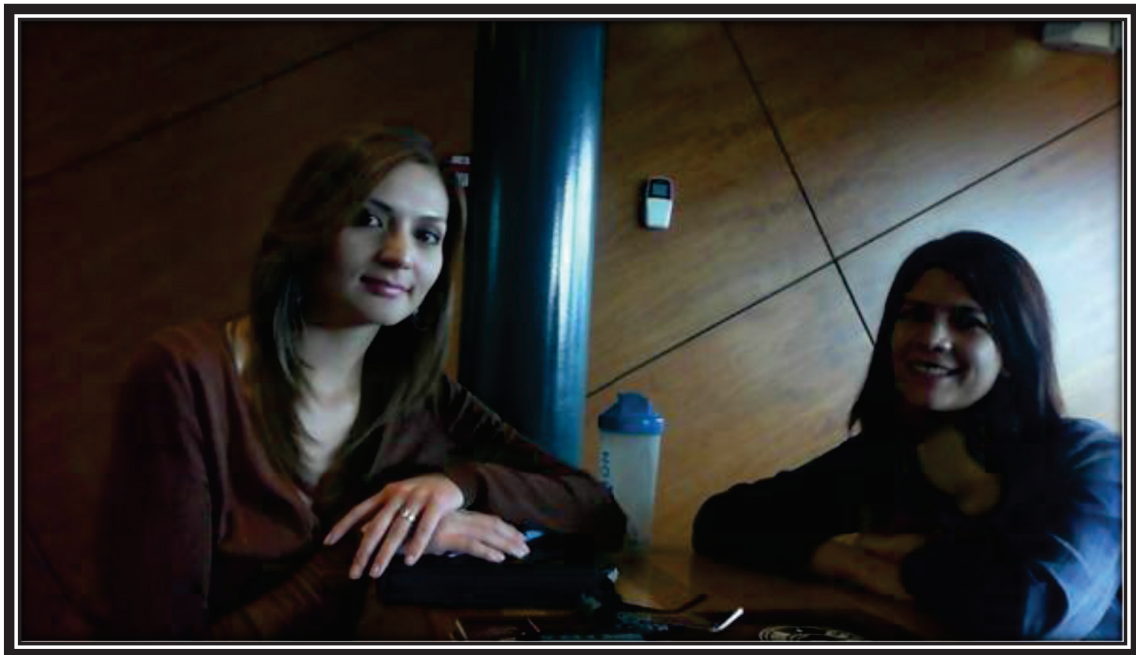




Marco Calvache



Rosa Andrade



Jackie Dávila



Rebeca Barragán



Sonia Meneses



Ximena Aguinaga



Dennis Iturralde



Llania Castro



Alex Marriott



Xavier Calderón



Geovanna Rivera



Javier Aguinaga



Paulina Saltos

