



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**ESTRATEGIAS DE NETWORK MARKETING
COMO OPORTUNIDAD DE EMPRENDIMIENTO
PARA MADRES SOLTERAS EN VALENCIA,
ESTADO. CARABOBO.**

Autor: María Parra

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 8712394

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA: MERCADEO

**ESTRATEGIAS DE NETWORK MARKETING COMO OPORTUNIDAD DE
EMPREDIMIENTO PARA MADRES SOLTERAS EN VALENCIA, ESTADO.
CARABOBO.**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de
Licenciada en Mercadeo

Autor(a): María Parra

Tutor(a): Yandyra Páez

San Diego, Enero, 2017

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA: MERCADEO

San Diego, de 2017

ACTA DE REVISIÓN DEL PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Quienes suscriben esta Acta, dejan constancia que el Proyecto de Trabajo de Grado titulado: Estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo, ha sido revisado y, cumpliendo con los requisitos exigidos para su aprobación, recomiendan su tramitación ante el organismo académico correspondiente.

Nombre Tutor Académico

Firma

Fecha

DEDICATORIA

Ante nada, a Dios, porque es esta la prueba de que él estuvo presente en cada uno de los retos que tocaba superar durante todo el periodo académico. Siento que no me fallo cada vez que colocaba mi fe en él.

Del mismo modo a mi mamá, una excelente madre, quien siempre estuvo presente con un gran apoyo incondicional.

A mi padrastro, quien también me brindó un gran apoyo durante toda mi carrera.

A mi hermano, donde parte de mi motivación se la debo a él, un gran ser humano, quien también estuvo cuando de su apoyo incondicional necesité.

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a Dios, por estar siempre presente y darme la dicha de llegar hasta aquí y permitirme escribir estas palabras.

A mi familia, a quienes siempre estuvieron cuando de su apoyo necesité.

Así mismo, a mis compañeros de clases.

A dos de mis vecinas, quienes también estuvieron presente más de una vez cuando necesitaba de su apoyo.

De la misma manera a mis amigos(as) y amistades e incluyendo uno que otro desconocido(a).

Como también, a más de un profesor(a) por su gran paciencia y gran labor.

A mi tutora de Trabajo de Grado, Yandyra Páez, por su tiempo dedicado y enseñanzas transmitidas.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PP.
RESUMEN INFORMATIVO.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO	
I 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.3 OBJETIVOS.....	8
1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
1.5 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	9
1.6 ALCANCES.....	10
II MARCO TEÓRICO	
2.1 ANTECEDENTES.....	11
2.2 BASES TEÓRICAS.....	15
2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	32
III MARCO METODOLÓGICO.....	33
IV RESULTADOS.....	40
V PROPUESTA.....	70
REFERENCIAS.....	88
ANEXO.....	90

LISTA DE CUADROS O TABLAS

CUADRO TABLAS		pp.
1	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .1.....	44
2	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .2.....	45
3	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .3.....	46
4	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .4.....	47
5	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .5.....	49
6	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .6.....	50
7	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .7.....	51
8	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .8.....	52
9	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .9.....	53
10	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .10.....	55
11	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .11.....	56
12	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .12.....	57
13	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .13.....	59
14	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .14.....	60
15	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .15.....	61
16	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .16.....	63
17	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .17.....	64
18	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .18.....	66

19	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .19.....	67
20	CUADRO DE RESULTADOS ITEM .20.....	68
21	CUATRO PERFIL DE CAPACIDADES INTERNAS (PCI).....	71
22	CUADRO POAM (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO).....	74
23	TABLA MATRIZ DOFA.....	76
24	TABLA PLAN DE INVERSIÓN Y RETORNO.....	81
25	TABLA PLAN DE INVERSIÓN Y RETORNO (CÍCLICO).....	81

LISTA DE GRAFICOS

GRAFICOS		pp.
1	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .1.....	44
2	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .2.....	45
3	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .3.....	46
4	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .4.....	48
5	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .5.....	49
6	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .6.....	50
7	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .7.....	51
8	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .8.....	52
9	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .9.....	54
10	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .10.....	55
11	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .11.....	56
12	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .12.....	58
13	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .13.....	59
14	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .14.....	60
15	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .15.....	62
16	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .16.....	63
17	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .17.....	64
18	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .18.....	66

19	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .19.....	67
20	REPRESENTACION GRAFICA ITEM .20.....	69

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE MERCADEO
CARRERA: MERCADEO

**ESTRATEGIAS DE NETWORK MARKETING COMO OPORTUNIDAD DE
EMPREDIMIENTO PARA MADRES SOLTERAS EN VALENCIA, ESTADO.
CARABOBO.**

Autor(a): María Parra
Tutor(a): Yandyra Páez
Fecha: Enero, 2017

RESUMEN INFORMATIVO

El presente trabajo de grado tendrá como objetivo general diseñar estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento dirigidas a las madres solteras del Estado Carabobo, Valencia. Para lograr su cumplimiento, se desarrollarán tres fases metodológicas que darán alcance a cada uno de los objetivos específicos. Este trabajo se encuentra bajo la modalidad de proyecto factible, estará apoyado en investigaciones de campo, debido a que los datos serán tomados directamente de la realidad estudiada. De igual modo, para darle sustento a las bases teóricas se obtendrán datos provenientes de fuentes secundarias. Como instrumento de recolección de datos, se aplicará encuestas. La población se ha definido en función a datos suministrados por el INE, donde arroja un total de 241.000 madres solteras del Estado Carabobo y una muestra de 384 madres solteras del Estado Carabobo, Valencia, con la finalidad de conocer la situación socio económica de dichas madres solteras para luego diseñar las estrategias adecuadas de Network Marketing de acuerdo a sus necesidades.

Descriptor: Network Marketing, Mercadeo en Red, Oportunidad de Emprendimiento, Madres Solteras.

INTRODUCCIÓN

El marketing multinivel es una estrategia de marketing en la que los vendedores son retribuidos no solo por las ventas que ellos mismos generan sino también por las ventas generadas por los vendedores que forman parte de su estructura organizativa o red.

Otros nombres por los que se conoce el marketing multinivel incluyen marketing en red (Network Marketing o marketing de referidos., Pero es diferente a venta piramidal, aunque según la FTC algunas compañías multinivel constituyen esquemas piramidales ilegales por su parecido, que explotan a miembros de su organización.

Como se crea todo un equipo de trabajo, que crece en forma de red, por recomendación boca a boca (tal como ocurre con el crecimiento de redes sociales como Facebook, Whatsapp, etc) se logra un gran incremento en la colocación de producto en el mercado, que genera una facturación que permite crear un sistema de compensación que incentive y estimule el trabajo de todos los distribuidores por compartir los productos o servicios que utilizan. Como además de la entrega del producto hay un servicio implícito de entrenamiento del cual el distribuidor debe realizar, se logran más clientes satisfechos que obtienen los resultados. Esto generan más ventas que representan para los distribuidores no solo crear ingresos por su esfuerzo físico de colocar producto, sino la posibilidad y el potencial de crear activos que generen ingresos pasivos cuando entrenan a otros distribuidores a hacer lo mismo, a través de la construcción de un negocio sólido y ético de distribución de productos y servicios en red.

La oportunidad que brinda el Network Marketing, a las madres solteras en Valencia Edo. Carabobo, Venezuela es muy amplia gracias al bajo costo de la Internet (ventas en línea) dado que las madres solteras deben atender el hogar, cuidar

los niños, hacer las compras entre otras actividades propias de un hogar que limita el tiempo de ir a una oficina y trabajar allí durante la jornada ordinaria de un empleo, por el contrario el Network Marketing, le brinda a las madres solteras, la posibilidad de trabajar acorde a su tiempo libre desde su hogar, ya sea usando las redes sociales, páginas web o en el peor de los casos de no disponer de la Internet organizando reuniones de trabajo en el propio hogar (similar a Tupperware, Renaware, Avon etc.), vendiendo entre sus amigas y vecinos.

Durante el desarrollo de la tesis se irán evaluando los diferentes tipos de estrategias dentro del Network marketing y se irán estableciendo aquellas que parezcan ser las más adecuadas para las madres solteras en Valencia, de maneras que puedan incursionar en esta modalidad sin que interrumpa su cotidianidad ni el tiempo que debe dedicar a su hogar.

La presente investigación consta de cinco capítulos estructurados de la siguiente manera:

CAPÍTULO I: está conformado por el planteamiento del problema, formulación del problema, objetivo general y objetivos específicos, así como la justificación y alcance.

CAPÍTULO II: lo constituye el marco teórico, donde se encuentran los distintos antecedentes, bases teóricas y la definición de términos básicos.

CAPÍTULO III: contiene el marco metodológico, explica tipo y diseño de la investigación, además de las fases metodológicas, entre las que se describen tres fases, además de métodos de recolección de datos y análisis de resultados.

CAPÍTULO IV: se indica cuales fueron los resultados obtenidos y que darán fundamento a la propuesta.

CAPÍTULO V: constituye la propuesta y estudio de factibilidad de la misma.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El mercadeo es la función dentro de las empresas que tiene como rol identificar tanto las necesidades como los deseos de los consumidores y/o clientes además de determinar mercados, diseñar productos y servicios que generen cadenas de valor hacia estos consumidores y clientes, mediante una relación sostenible y duradera que le aseguren rentabilidad a la empresa.

Al respecto Kotler asegura que el mercadeo es una disciplina que implica un proceso social y administrativo, mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan. Para que esto se lleve a cabo es imprescindible generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Sin embargo, el mercadeo ha evolucionado y hoy por hoy existen nuevas oportunidades de negocio.

Una de ellas es el marketing multinivel el cual posee una forma de distribución de productos y servicios, directamente desde el fabricante al consumidor final, sin intermediarios, facilitado por el consumo personal y por recomendaciones a otros, lo que genera continuas ganancias, es decir a través del marketing multinivel no existen intermediarios en el proceso de venta y compra, lo cual abarata los costos y permite flexibilidad en la gestión comercial con buenos rendimientos.

Al respecto, Viteri (2013), considera que este tipo de marketing funciona a partir de una empresa multinivel o también conocida como red de mercadeo, que se refiere precisamente a comercializar un producto en red, esto da un gran impacto y beneficio tanto al consumidor como a la empresa, ya que el producto se vende directamente y se eliminan intermediarios. A la vez esta modalidad implica ahorrar importantes

cantidades de dinero en publicidad y se coloca a disposición del mercado productos de alta calidad a costos bajos.

Por lo tanto, a través del marketing multinivel es posible tener un negocio propio con un bajo costo de inversión. Es decir se trata de una tendencia dentro del marketing que es favorable para el emprendimiento, porque proporciona ventajas para un emprendedor. De acuerdo con Freire, el punto de apoyo para un emprendedor es la idea de negocio con viabilidad de mercado y el capital. En este sentido, comenzar con un negocio propio o tener un ingreso extra es el anhelo del mayor número de personas, así como asentar la práctica de los conocimientos adquiridos para su desarrollo profesional independiente y del mismo modo evolucionar con esta nueva tendencia, ya que en esta industria no solo existe la posibilidad de tener una estabilidad económica sino también existe la oportunidad de obtener un crecimiento personal y profesional que día a día se lleva a cabo a través de la práctica del Network Marketing.

Cabe mencionar que la gran mayoría de los negocios independientes buscan oportunidades y beneficios para sus afiliados a través de una combinación exitosa del internet, la venta directa, el desarrollo personal y el crecimiento profesional. Muchas de estas empresas proporcionan todas las herramientas necesarias para la implementación del Network Marketing; la experiencia de los socios en redes de mercadeo se consolida como una organización seria y con una propuesta sólida en el mercado, comprometidos con el desarrollo continuo a la vez que garantizan productos novedosos de gran calidad.

De manera que la oportunidad de emprender se da de la misma forma tanto a hombres como a mujeres, por lo que es posible decir que en esta industria hay mujeres que sin haber tenido acceso a una educación, pueden lograr ingresos que serían imposibles de obtener con un empleo fijo. Por tanto, algunas de las ventajas del

Marketing Multinivel es ofrecer libertad y además los ingresos están ligados a resultados. También existen ventajas fiscales, ya que los impuestos son menores. Asimismo, es posible crecer personalmente ya que cuando se ejerce el Networking se empieza a construir un banco de recursos que pueden ser aprovechados por el propio emprendedor, que aprende a administrarlo de manera eficiente para su vida cotidiana.

De manera que hoy por hoy el Network Marketing es una oportunidad de negocio para muchas mujeres en Venezuela. En especial para aquellas que son madres solteras, y carecen del apoyo económico de un jefe de familia. Sino que más bien ellas deben ser cabezas de hogar. En Venezuela, la familia ha sido catalogada como la base de la sociedad. En esta se forman los valores y creencias fundamentales de cada individuo y aunque la forma tradicional dicta que debe estar constituida por padres, madres e hijos, lo cierto es que la estructura familiar venezolana ha cambiado. Según reseña el diario 2001, cerca de 40% de las mujeres en el país son jefas de familia. Asimismo, de acuerdo con el último censo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en Venezuela prevalecen las madres solteras. Según el estudio del INE, 3,2 millones de progenitoras no tenían pareja. Al menos 1,8 millones de mujeres revelaron estar unidas y 2,3 millones aseguraron estar casadas. Unas 455.000 aseguraban estar separadas de sus compañeros y otras 263.000 estaban divorciadas.

Aun cuando es previsible que los datos hayan variado notablemente entre 2011 y 2015, lo cierto es que el censo de población efectuado hace cuatro años en Venezuela revela que la mayoría de las mamás en el país son madres solteras. Las mujeres jefas del hogar pasaron de ser 29% a 39%, lo que significa que casi 40% de las mujeres son las que llevan las riendas de su familia. Según el censo 2011; 39% de los jefes de hogar son mujeres. El crecimiento de esta variable demuestra, según el psicólogo social Leoncio Barrios que la mujer es completamente capaz de mantener un hogar.

La sobrecarga es una característica de la madre soltera, ella debe asumir funciones domésticas, educativas, económicas, etc., funciones que no tiene con quien compartir por lo que ocupan casi todo su tiempo, lo que trae como consecuencia que la madre tenga siempre el tiempo “justo” y no disponga de un momento para su vida personal y social. Las madres solteras afrontan una situación de sobrecarga en todos los sentidos, y muchas no reciben apoyo económico para la crianza de los hijos y la subsistencia de su familia. Así el marketing multinivel les puede resultar una opción de emprendimiento a las mujeres que son madres solteras; ya que es una posibilidad de ser autosuficientes y además compaginar la vida laboral con la vida familiar.

Por lo tanto, el propósito de la presente investigación es proponer aquellas estrategias de network marketing que sean las más adecuadas como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo, en vista de que el Marketing Multinivel permite distribuir productos y servicios directamente desde el fabricante al consumidor final, lo que ahorra gastos de gestión y facilita obtener importantes ganancias. Asimismo, esta tendencia de Marketing puede ser desarrollado sin restricciones de horarios ni se requiere de una titularización académica previa.

1.2 Formulación del Problema

¿Qué estrategias de Network Marketing son las más adecuadas para lograr la oportunidad de emprendimiento de madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Proponer estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo.

1.3.2 Objetivo Específicos

Diagnosticar la situación económica y laboral de las madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo.

Identificar los factores que impulsan el Network Marketing como una oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo.

Diseñar estrategias de Network Marketing para oportunidad de emprendimiento de madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo.

1.4 Justificación de la Investigación

El Network Marketing o Marketing Multinivel está basado en una estrategia de marketing en la que los vendedores son retribuidos no solo por las ventas que ellos generan sino también por las ventas generadas por los vendedores que forman parte de su estructura organizativa. Cabe destacar que a través del Network Marketing es posible implementar una red de personas que consuman y promocionen productos de determinados bienes o servicios, con posibilidades de expansión a escala local e internacional, con el fin de que todas las personas involucradas tengan la oportunidad de generar ingresos de tipo residual.

Es por ello que se perfila como una oportunidad de emprendimiento para las madres solteras, en Valencia, estado Carabobo, ya que a través del Network Marketing pueden tener un mayor crecimiento económico, social e intelectual. Día a día se adquieren conocimientos a través del marketing multinivel lo que conlleva al progreso de las madres solteras y de sus familias.

En la actualidad, estudiar cómo se dan las oportunidades de emprendimiento a través del Network Marketing es una razón impostergable que realzan la importancia del presente estudio. Asimismo, es importante destacar que de acuerdo con las cifras del INE, en la actualidad 40% de las mujeres en Venezuela son jefas de familia, lo que implica que no cuentan con ayuda de terceros ni de una pareja para obtener el sustento de su grupo familiar. Este porcentaje indica que cada vez más, este grupo social busca oportunidades de negocios rentables.

Todas estas razones, dan paso para estudiar detalladamente el Marketing Multinivel como oportunidad de negocio para madres solteras en Valencia, estado Carabobo, en el ámbito de la Universidad José Antonio Páez (UJAP), ubicada en San Diego, estado Carabobo, enfocado en la carrera de Mercadeo, bajo la línea de investigación Network Marketing (Mercadeo en red).

1.5 Justificación Teórica

En una época en que el mercado laboral es más exigente y en muchos casos no es posible de obtener un empleo sea por diferentes razones o situaciones, las madres solteras del estado Carabobo ante los embates de la economía actual han recurrido a diferentes formas de llevar el sustento a sus hogares, motivo por el cual esta investigación está enmarcado en la propuesta de marketing que les permita emprender de manera independiente con un negocio propio, aplicando las diferentes opciones que nos brinda el Network Marketing.

Bajo esta perspectiva, cobra importancia el estudio socioeconómico y un plan de marketing como herramientas vitales para la toma de decisiones en la iniciación, crecimiento y permanencia en este tipo de negocio.

Por esta razón, a nivel de justificación teórica, el presente trabajo de grado busca mediante la aplicación de los conceptos y herramientas del Network Marketing que se derivan del Mercadeo, facilitar la toma de decisiones para una propuesta adecuada en cuanto al diseño de las estrategias a realizar.

1.6 Alcance

El presente estudio se llevará a cabo a través de una investigación que se realizará a madres solteras en Valencia, estado Carabobo. Para ello se realizará un diagnóstico de su situación y se evaluará el Marketing Multinivel como oportunidad de emprendimiento para estas madres solteras. El tiempo de estudio está estipulado aproximadamente desde octubre de 2016 a julio de 2017.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico referencial representa dentro del estudio actual la explicación teórica para comprender la naturaleza del hecho por investigar. El marco teórico “es un comprendido escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio”. (Hernández, 2006:64)

El presente marco teórico referencial se encuentra integrado por los antecedentes de la investigación, bases teóricas y definición de términos básicos, que se refieren al problema objeto de estudio que en la presente investigación está referido a Proponer estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo.

Según el Network Marketing ByC, existen cinco tipos de estrategias que son imprescindibles para tener éxito en un negocio multinivel, las cuales son: tratar tu negocio como un negocio, crear un espacio, mantenerse en el lado correcto todo el tiempo, tomar acción, y ser constante y persistente.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes de la investigación tienen como objetivo fundamental brindar información actualizada sobre el tema a investigar. Los antecedentes de una investigación “son todos aquellos documentos realizados con el objeto a estudiar que hayan dejado conclusiones que puedan servir de utilidad para la elaboración de nuevos proyectos”. (Arias,1999:69) Para la realización del presente estudio se

buscaron como base de la investigación, proyectos relacionados acerca de Network Marketing, los cuales aportaron información importante para fortalecer los aspectos teóricos de la investigación.

Ivan (2013), en su trabajo de grado para optar por el título de Graduado en administración y dirección de empresas. De la facultad de ciencias de la empresa. España, en la Universidad Politécnica de Cartagena, realizó un trabajo fin de grado titulado **Marketing Multinivel del siglo XXI**. Esta tesis se planteó como objetivo conceptualizar y analizar el funcionamiento y características del marketing multinivel, así como evaluar la aceptación y conocimiento por parte de los usuarios, siendo la población objetivo jóvenes licenciados. Así mismo, con la intención de dar a conocer el marketing multinivel como una alternativa para emprender nuevos negocios en diferentes ámbitos. Además de mostrar las ventajas e inconvenientes que los usuarios pueden tener con este tipo de comercialización y finalmente la propuesta de un caso práctico de MML con el objetivo de que pueda ser aplicado en la universidad.

Este trabajo de grado se tomó como referencia ya que desde el punto de vista del investigador, es una información de gran importancia que se debería saber y tener en cuenta para trabajar con el network marketing, pues brinda una orientación en esta industria tanto en la información básica como en una un poco más avanzada como lo es el conocer la aceptación y conocimiento por parte de un segmento que este tiene.

Por lo tanto, la relación que se establece con el estudio actual es que también se propone el MLM como oportunidad de emprendimiento, mediante la aplicación de sus principio y de esta manera brindar una manera más de que los individuos puedan mejorar su status financiero. El marketing multinivel permite llegar a mercados más amplios que en una tienda física o local comercial, por lo que a través del networking se disminuyen los costos de distribución, las ganancias se obtienen sin intermediarios porque este se convierte en un empresario. Las condiciones están en que este

empresario debe enseñar a otros a desarrollarse en este tipo de negocio. Asimismo, estar dispuesto a construir lealtad de marca a través de la recomendación del negocio o producto.

Mayra (2015), en su trabajo de grado para optar por el título de Licencianda en Mercadeo, de la facultad de ciencias sociales en la Universidad José Antonio Páez, en Venezuela. Donde realizo un trabajo de grado titulado **las potencialidades del Network Marketing como estrategia de negocio para el desarrollo de profesionales independientes a través de la empresa Visión Travel, en la región central**. La cual el presente trabajo que tiene por propósito analizar las potencialidades del Network Marketing como estrategia de negocio para el desarrollo de profesionales independientes a través de la empresa Visión Travel, en la región central, el mismo se considera que tendrá un enfoque mixto, ya que combinará tanto el enfoque cuantitativo como el enfoque cualitativo.

Este trabajo de grado se tomo como referencia ya que el investigador le parece necesario el conocimiento de la implementación de la estrategia del network marketing para el desarrollo de otros individuos, lo que le hace concluir que es una herramienta que está tomando un gran auge y además demostrando que si se puede ayudar a otros a mejorar con este tipo de estrategias.

Por ende, la relación que establece con el estudio actual es importante ya que se demuestra que el network marketing tiene una gran potencialidad que cuando es entendida, comprendida y bien aplicada pues se puede lograr un gran éxito tanto en el desarrollo y crecimiento personal como financiero.

Nieto (2013), en su trabajo de grado para optar por el título maestro en psicología del trabajo, facultad de psicología en la Universidad Autónoma de Querétaro, en México, Querétaro. Realizo un trabajo de grado titulado **Marketing Multinivel: Riesgos e Impactos en la Calidad de Vida en Mujeres Queretanas**. Este trabajo el objeto de estudio fue describir la calidad de vida de las mujeres

queretanas, a través del Marketing Multinivel o Network Marketing. El tema fue escogido por el gran aumento de estas compañías en la ciudad de Querétaro. El estudio se enfocó en mujeres del estado de Querétaro que se dedican al marketing multinivel y que buscan el desarrollo dentro del sistema, además, se presentan las diferencias de los tres grupos de estudio y se buscaron las similitudes, desarrollando estrategias para beneficiar a las personas que se dedican al sistema Network Marketing, no obstante, se analizaron las experiencias manejadas por los grupos encuestados, para finalmente relacionarlos con la calidad de vida (trastornos del sueño, estrés y satisfacción laboral) que influyen en el desarrollo, personal, profesional y familiar de los individuos de estudio.

Se ha tomado como referencia este trabajo de grado por la relación que establece actualmente con el estudio ya que a través de dichas estrategias se busca mejorar u ofrecer una mejor calidad de vida para las mujeres, que en este caso, serían para las madres solteras de Valencia, edo. Carabobo. Venezuela.

Nicanor (2016), en su trabajo de grado para optar el título en Profesional de ingeniería en sistemas. Facultad de Ingeniería en sistemas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez en Perú. Realizó un trabajo de grado titulado **sistema de red social para la comunidad de Network Marketing**. El Objetivo principal de esta investigación es colocar en contacto e interconectar a personas de Network Marketing, de tal forma que a través de esta plataforma se facilite la conexión de forma sencilla y rápida, permitiendo la interacción entre todos los usuarios de la red social, ya sea compartiendo información, contactando o facilitando contactos de interés para el otro usuario.

Este trabajo de grado se tomó como referencia ya que al investigador le parece una idea interesante para involucrar a los interesados en la industria del Network Marketing ya que, de alguna manera les aportaría más confiabilidad a esta industria y mejor comprensión a los demás, por la razón de tener un sitio en donde se puedan ver

como se desenvuelve multitudes de networking y además aprender de cada uno de ellos y de la misma manera aportar.

Del mismo modo, la relación que establece con el estudio es que este tipo de sistemas podrían ayudar a que las madres solteras tengan una mejor experiencia para con su negocio en el network marketing.

Rojas, Luis, (2014), en su trabajo de grado para optar por el título profesional de ingeniero industrial de la facultad de ciencias e ingeniería físicas y formales en la Universidad Católica de Santa María, en Perú. Realizaron un trabajo de trabajo de grado titulado **Propuesta de Metodología para Determinar las Mejores opciones de Inversión en Network Marketing Para el Mercado Peruano**. Cuyo objetivo es determinar en primer lugar cuáles son las variables más significativas a considerar en un análisis aplicado a estas compañías, y posteriormente se analizará dichas variables para demostrar cuáles son las compañías de redes de mercadeo óptimas para invertir en Perú de acuerdo a sus ventajas respecto de otras, acabando con la desinformación.

Se ha tomado como referencia este trabajo de grado porque el investigador decide apoyar dicha investigación ya que en alguna parte se hace mención del desconocimiento existente de las redes de mercadeo en dicho país y como afecta este en conseguir el éxito en la industria del network marketing, situación la cual también se presenta en Venezuela, donde al observar un poco el comportamiento del mercadeo en red en nuestro país, se puede ver que unos de los factores que influyen en el fracaso de este tipo de negocio es el desconocimiento y prejuicios que se tienen hacia este.

Por otro lado, la relación que establece con el estudio actual es que de alguna manera a través de este estudio se le comparte al lector esos procesos o herramientas, planes y el conocimiento, al menos básicos, que el asociado debería saber para la buena escogencia de una empresa multinivel.

2.2 Bases Teóricas

Las bases teóricas constituyen un soporte científico, donde se condensará todo lo pertinente a la literatura que se tiene sobre el tema a investigar. Se considera que dentro del marco teórico se incluyen “los elementos centrales de orden teórico que orientarán el sentido del estudio, estrechamente relacionados, con el tema y el problema” (Balestrini, 2006: 92). Para la adecuada ejecución y desarrollo de todo trabajo de investigación es fundamental la sustentación teórica de una serie de principios que constituyen las bases teóricas. Es por esto que se presentan una variedad de conceptos que apoyan las propuestas descritas a lo largo del proyecto.

2.2.1 Mercadeo

El mercadeo es un proceso mediante el cual se realiza La identificación metódica y científica de las oportunidades de satisfacción de necesidades y del volumen (cantidad) en que la empresa podría satisfacerlas, a diferentes segmentos de mercado, y el diseño de la mezcla de mercadeo para lograrlo, diseño realizado en función de la situación y tendencias del macro y el microambiente y de la demanda potencial de la Empresa

Recuérdese que la mezcla de mercadeo o “marketing mix “está constituido por

- El producto y los servicios anexos a él
- El precio y las formas de pago
- Los canales de distribución y sus funciones
- Las acciones de promoción, es decir de publicidad y de ventas.

Las ventas son pues apenas un elemento, una responsabilidad, muy importante, del mercadeo, que es una responsabilidad y gestión de mayor alcance, que como se aprecia en la definición, engloba varios elementos.

Según, Kotler (2010), asegura que esta disciplina es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. Y afirma que en la actualidad se puede hablar de Mercadotecnia 3.0, en donde existen elementos enfocados para que el producto y los valores de éste fortalezcan en todos los niveles el lazo con los consumidores y también con los inversionistas, empleados, distribuidores, proveedores y todo aquel que forme parte del equipo, pues su finalidad es generar una relación ganar-ganar. Sin embargo, son pocas las compañías que desarrollan Marketing 3.0

El vínculo que establece con el estudio actual es que el mercadeo es la base principal para que la estrategia del network marketing se pueda llevar a cabo, ya que si no existiese el mercado, tampoco existiese el network marketing. Pues este último costa de ventas, de un marketing mix y con la finalidad de satisfacer necesidades. Entonces gracias al mercadeo y su estrategia de network marketing se puede ofrecer una oportunidad de emprendiendo a madres solteras aportándoles una solución y mejora para su desarrollo económico, financiero y personal.

2.2.2 Network Marketing

El Network Marketing es una estrategia de venta de productos mediante la cual, distribuidores independientes pueden asociar a otros distribuidores y obtener comisiones por el movimiento de esos productos dentro de su red. Los distribuidores comunes tienen la oportunidad de construir una organización lucrativa de muchos niveles de profundidad, que puede tener cientos o incluso miles de integrantes.

Es válido agregar que el Network Marketing es un sistema organizativo basado en la propiedad personal y la libertad individual. Cada individuo es dueño del trabajo específico que realiza, además de que está interconectado y es interdependiente con otros socios individuales. También conocido como Marketing

Multinivel, es “un método de distribución que permite a toda aquella persona que lo desee, vender una gama de productos, aprovisionándose directamente de un fabricante y creando una red de distribuidores a diferentes niveles por un sistema de padrinazgo sucesivo” (Tarondeau, Xardel, 1985: s/p). De maneras que destaca el hecho de que mediante la red de distribuidores en diferentes niveles va creciendo este sistema sucesivamente.

También, Carmichael (1991), considera que el Marketing Multinivel “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” (p.62)

En este sentido, destaca que cada distribuidor tiene la misma oportunidad de crecer, en la medida que su esfuerzo lo indique y motive.

Estas definiciones corresponden a distintas épocas y etapas del desarrollo de la industria multinivel, en las cuales se pueden observar que la principal fuerza del multinivel, según los autores antes indicados, es la venta al usuario final. Otra característica importante y novedosa de un sistema multinivel es que se basa en un esquema de ventas en red, ya que de otra forma sería una simple venta individual. Así, el Marketing Multinivel está compuesto por diversos actores. Entre ellos, un distribuidor que por lo general es una persona que se inscribe al sistema y que tiene dos labores básicas, como son vender los productos de la empresa y presentar a otros distribuidores que pasarán a formar parte de su red.

Dentro del Marketing Multinivel se gana una comisión, que es la bonificación sobre el porcentaje de ventas de la red de cada distribuidor. Existe además un descuento sobre el producto, que es el descuento sobre el precio al público que se le da a los distribuidores en la compra del producto, siendo éste el margen de utilidad que tienen para vender el producto. Es muy importante la red del distribuidor, que es el conjunto de distribuidores que forman parte de la fuerza de ventas del distribuidor, dicha red se forma dependiendo del tipo de plan que tenga la empresa.

El Marketing Multinivel, como un sistema de ventas, contempla la difusión de nuevos productos, el mantenimiento de los consumidores y la expansión constante de la compañía. Este sistema de ventas está basado en un concepto sumamente sencillo: la recomendación. En efecto, el Marketing Multinivel vendría a ordenar y sistematizar la recomendación persona a persona y con ello entrega los justos beneficios a cada nodo de la red.

2.2.3 Planes De Compensación En La Estrategia de Network Marketing

Según la web, en planes de compensación; es uno de los aspectos más importantes que debe comprenderse en una “oportunidad de negocio” de Ventas Directas / Network Marketing / Redes de Mercadeo / Marketing Multinivel es su “Plan de Compensación”.

El Plan de Compensación Multinivel de la compañía debe especificar de alguna manera la cantidad de trabajo que debe desarrollar un distribuidor para recibir un pago de comisiones. Todos los planes de compensación tienen sus propias ventajas y desventajas. Las empresas que emplean Marketing Multinivel (Unilevel, Matriz Forzada) o las que emplean Network Marketing (Plan Binario) o ambas; pueden ofrecer diferentes márgenes de ganancia por la venta de sus productos y distintas maneras de distribuirlos entre su fuerza de ventas en base a una serie de reglas que están estipuladas dentro de su plan de compensación. Pero es importante

que la empresa diseñe equilibradamente esos márgenes para lograr sobrevivir a largo Plazo, **¿Por qué?**; si la empresa paga comisiones demasiado bajas, es posible que no logre motivar adecuadamente a la Fuerza de Ventas y por lo tanto la empresa no sobreviva; Si el margen es demasiado exorbitante, es posible que tanto los distribuidores como la empresa ganen mucho durante un lapso de tiempo, pero sus clientes minoristas van a sufrir (porque estos son los que están pagando el exceso de comisiones por la compra de producto al Retail) y el negocio no podría sobrevivir a largo plazo.

La manera como se distribuyen esos márgenes en la fuerza de ventas está estrechamente ligada a la “Estructura” y a las “Reglas” del plan de Compensación. Mientras que la Estructura especifica los reglamentos que determinan donde se localizará cada Distribuidor de la fuerza de ventas dentro de la organización, las “Reglas” crearán la dinámica necesaria para compensar a cada miembro de la fuerza de ventas según su posición, esfuerzo y trabajo dentro de la “estructura”.

Para tener una comprensión básica de los diferentes Planes de Compensación de Redes de Mercadeo, es necesario:

1. Identificar su estructura y características esenciales.
2. Identificar las reglas de cómo la compañía organiza y recompensa a su fuerza de ventas.
3. Conocer las principales fortalezas y debilidades del plan de compensación.
4. Definir si son fáciles de explicar y entender (Duplicación).
5. Identificar los principales requerimientos de Estructura y Ventas necesarios para obtener las ganancias.
6. Identificar las maneras como se Ascende de Rango dentro de la misma Estructura.

7. Identificar las exigencias y capacidades necesarias para prosperar dentro del plan de compensación (Tiempo parcial o tiempo completo, capacidad de liderazgo, actitud frente a las ventas, inversión inicial, etc.)
8. La orientación del modelo de negocio del Plan de Compensación (consumo personal, ventas minoristas, una sola venta, ganancias residuales, etc.)

El vínculo que establece con el estudio actual, es que al proponer un modelo de negocio diferente al tradicional, pues también trae consigo su propia forma de compensación por lo que me parece pertinente tener claro cada una de estas áreas acerca del Plan de Compensación, lo cual permitirá conocer que tanto incide el tipo de Plan de Compensación dentro de la oportunidad de negocio y la persona sea capaz de discernir entre los Planes de Compensación, el que más se ajuste a sus necesidades, capacidades y expectativas.

2.2.4 Tipos de Planes de Compensaciones:

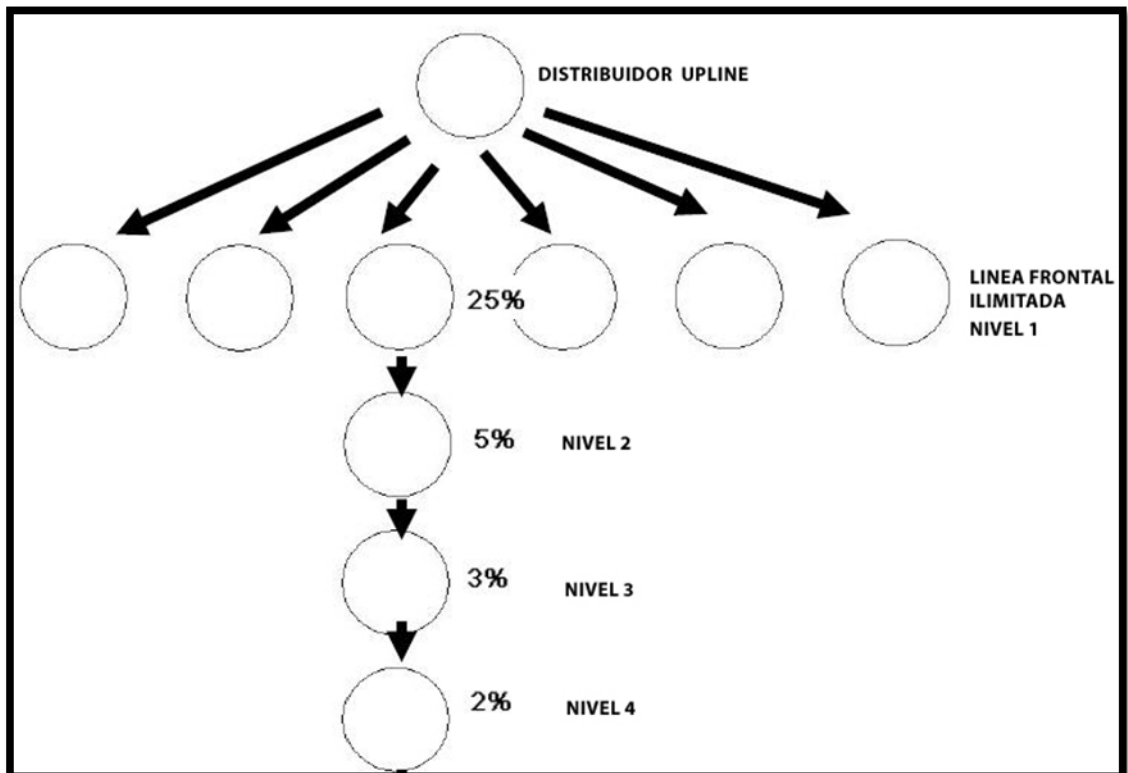
Así como en un negocio tradicional se tiene una forma o formas de compensaciones que ya hoy en día todos conocemos, en el negocio del multinivel también no solo se tiene una sola forma o tipo de compensación sino que cuenta con varios tipos de planes de compensaciones, lo cual a continuación se destacarán los más conocidos. Donde, según la web los define les da la siguiente descripción:

a) Unilevel: La estructura de un plan unilevel básico consta de un Ancho Ilimitado (es decir que un distribuidor puede patrocinar un número infinito de Patrocinado en su Línea Frontal) y una Profundidad Finita (El distribuidor puede obtener comisiones de un número finito de niveles en su organización de downlines). Esta limitación de profundidad incentiva a los distribuidores a construir a lo ancho.

La desventaja de construir a una organización demasiado ancha radica en que los Distribuidores integrantes de la línea frontal perderán la atención individual de su

“Patrocinador”, porque debido al alto número de Frontales le será muy difícil liderar, administrar, incentivar y ayudarlo a desarrollar el negocio a sus patrocinados.

Una gran ventaja de este plan de compensación es que es fácil de explicar a los prospectos.



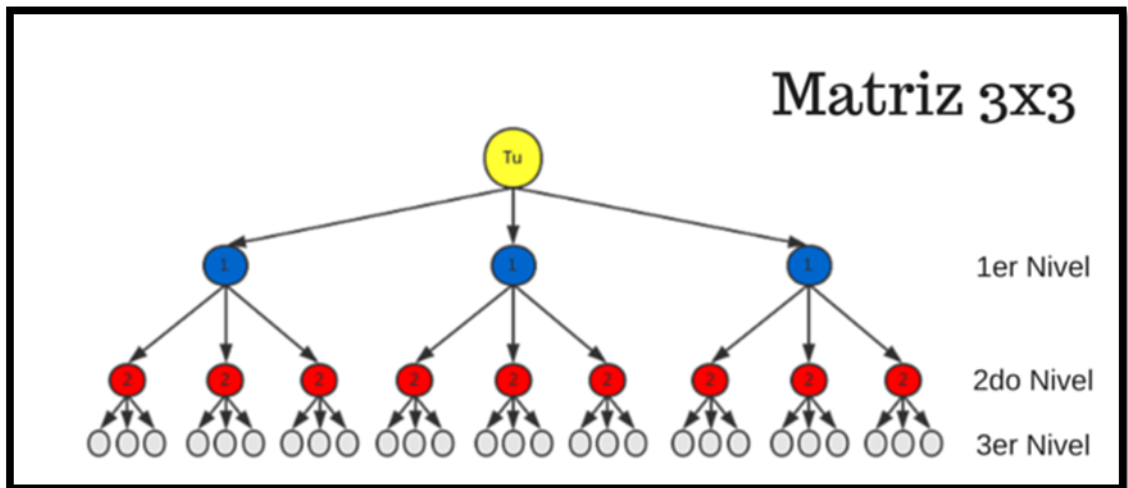
Fuente: Planes de compensación, 2015, Plan de compensación unilevel, extraído de la web

La característica principal de un plan de compensación uni-nivel es que a cada distribuidor que califique, se le realizará el pago de comisiones asociadas a cada nivel de la estructura. Es decir que cada porcentaje de comisión varía según el nivel donde se realice la venta (**Comisión por nivel**), además cada porcentaje permanece invariable para cada nivel específico. A Todos los distribuidores se les paga el mismo porcentaje de comisión sobre las ventas realizadas en cada uno de los niveles de su línea descendente (Downlines).

Con este tipo de plan, todo el mundo seguirá siendo un distribuidor, independientemente de los resultados de ventas y de reclutamiento. En este tipo de Plan no hay Rangos. El plan utiliza un solo tipo de comisión, **la comisión por nivel**.

Generalmente, el porcentaje oscila alrededor del 5% del volumen de ventas en cada nivel de la Línea Descendente.

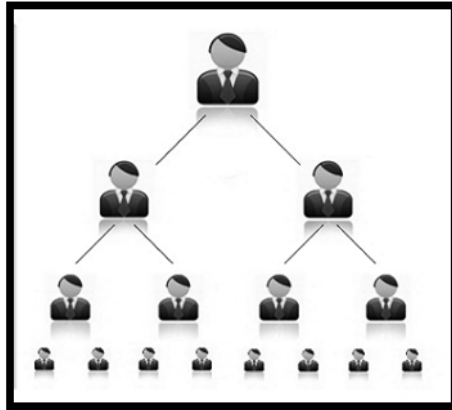
b) Plan Matricial o Matriz: Este plan viene determinado por una matriz, es decir, existe un número determinado de anchura y de profundidad. A lo largo de su historia, este plan ha sido perfeccionado y probando distintas combinaciones entre anchura y profundidad. Finalmente, se ha determinado una matriz 5x7. Los números de la gran red son el resultado final de 97.655 personas.



Fuente: Hernando García, 2015, plan de compensación matricial o matriz, extraído de la web.

c) Plan Binario: la estructura de la compensación binaria, es básicamente de una profundidad ilimitada, matriz doble. Puedes colocar solamente dos personas en tu primer nivel. Alguien más va debajo de esas personas. Las comisiones binarias son ganadas por acumulación de una cantidad específica de volumen de venta. Este volumen de ventas puede ser acumulado en un periodo de tiempo limitado. No hay límite de profundidad en el plan binario. Cada venta se acumulará hasta lograr la

cantidad especificada de volumen de ventas requerido. El número de niveles entre usted y el nivel dado a un nuevo asociado no es importante.



Fuente: Domínguez Pérez, 2015, plan de compensación binario, extraído de la web

Tiene una vinculación muy importante con el estudio actual ya que es uno de los conocimientos que es imposible no tocar al momento de plantear este tipo de negocio, pues existen diversidades de empresas multinivel y cada una de ellas, viene con un plan de compensación en específico, ya sea con el sistema de unilevel, matricial/ matriz o binario.

2.2.5 Escogencia de Empresa Multinivel

Una de las características principales de todo emprendedor es hacer una buena escogencia de la empresa de multinivel para ser asociados como distribuidores independientes. El producto o servicio de la compañía debe ser un producto o servicio vendible y con una ventaja competitiva que lo haga único frente a su género. Es aquí donde se prefieren productos de constante consumo, durante un tiempo prolongado, ya sea multivitamínicos, servicios médicos o legales permanentes, suplementos alimenticios, etc. Es importante tener en cuenta el precio del producto o servicio, ya que esto es un factor que afecta en gran manera al volumen de pedidos. Si el producto es demasiado costoso no habrá un volumen de producto considerable por parte de su

organización, en cambio si el producto o servicio tiene un precio competitivo el ingreso pasivo no fluctuará mes a mes, ya que las personas que hacen parte de la red lo comprarán constantemente.

Es también importante investigar sobre la empresa. A través de Internet este se puede en poco tiempo averiguar lo necesario sobre cualquier empresa involucrada en el mercadeo en red. En este sentido, se debe revisar informaciones tales como las utilidades anuales de la empresa, si el producto o servicio realmente funciona, que porcentaje se reparte de las utilidades a sus distribuidores, hace cuantos años fue creada, en cuantos países a nivel mundial está legalmente constituida, cuantos distribuidores forman parte de la misma, etc.

Otro de los elementos que se deben considerar a la hora de elegir asociarse a una empresa multinivel, es la forma en que distribuyen sus productos. La idea es: entre más simple es la forma en que se distribuyen los productos, mejor. Un caso eficiente corresponde a las compañías que distribuyen servicios, por ejemplo la empresa Pre-paid Legal Services, que desarrolla, suscribe y comercializa planes de servicios legales. Sus asociados ofrecen estos servicios dentro de sus redes de contactos. Una vez que venden el plan legal incorporando a un nuevo distribuidor, la tarifa mensual es descontada directamente de la cuenta o tarjeta bancaria del consumidor/distribuidor. Las empresas que poseen sistemas en donde la recaudación del ingreso y la distribución del producto son engorrosas, tienen pocas posibilidades de encontrar networkers profesionales.

El vínculo que tiene con el estudio actual, es que así como cualquier otro negocio también se necesita en esta industria del mercadeo en red saber ciertos criterio, elementos a tener en cuenta; no es recomendable que la persona, en este caso las madres solteras, se asocien a empresas a ciegas sin conocer nada de la misma.

2.2.6 Estrategias para el Network Marketing

Como en todas las disciplinas; para conseguir buenos resultados, aparte de tener o aprender las habilidades se necesita también de una buena organización, planificación, agendar y pequeñas estrategias personales para aprovechar nuestro máximo potencial y dar lo mejor de nosotros en lo que hacemos, pues, en esta actividad de mercadeo en red no quedan atrás todos estos criterios anteriormente mencionados, aunque a decir verdad más que criterios, diría que son acciones estratégicas que deberíamos aplicar día a día para ver nuestro negocio prosperar.

Según el Network Marketing ByC (2014), El éxito en el Network Marketing proviene de la aplicación adecuada de estrategias y tácticas. Con demasiada frecuencia, los vendedores de la red se centran en el aspecto táctico de las cosas (¿qué digo, a quién, etc) sin llegar a apreciar que la táctica correcta, no importa cuán brillantemente empleada este, no producirá el resultado deseado si la estrategia es errónea por lo que a continuación se exponen las siguientes estrategias:

Estrategia 1. Tratar tu negocio como un negocio

Una de las ventajas de la comercialización en red es también una de sus mayores desventajas. Es decir, el precio de empezar es tan bajo que el nuevo empresario no se siente realmente comprometido. Es decir, no hay ningún incentivo para poner una gran cantidad de tiempo y energía en conseguir resultados, comenzado hoy.

Con el fin de lograr el éxito en Network Marketing, hay que tratarlo como un negocio real, mucho antes de que comience a tener rendimientos reales de negocio. Actuar como si se hubiese invertido una gran cantidad de dinero en una franquicia.

Estrategia 2. Crea un espacio

Sobre todo cuando se empieza, es necesario crear un espacio para tu negocio. Esto significa que el espacio físico que, idealmente, se dedica a actividades comerciales, un espacio en el tiempo (las horas de oficina) para cuando vas a trabajar en tu negocio y el espacio de tus otros compromisos que te permite concentrarte en el trabajo a manual. Una vez que tengas este conjunto, debes proteger y observarlos como si tu negocio dependiera de ello.

Estrategia 3. Mantenerte en el lado correcto todo el tiempo

También tendrás que centrar tus actividades en permanecer en el lado acertado de la “línea de problemas” entre las actividades que pagan y las que no lo hacen. En el Network Marketing, sólo se te paga por un par de cosas, al por menor y al por mayor. Otras actividades necesarias, tales como el desarrollo personal, la capacitación y el material de lectura inspiradora son todas las actividades que no se pagan y debe llevarse a cabo fuera de tus horas de trabajo. No confundir actividad para la productividad y el desarrollo personal.

Estrategia 4. Tomar acción

Hay un dicho que dice así **La acción imperfecta es mejor que la inacción perfecta**, es decir, debes empezar ya y no esperes a haber perfeccionado tu enfoque. ¡Comienza ahora mismo! No te preocupes demasiado por tus números (porcentajes de conversión). Sean los que sean, van a mejorar con el tiempo, pero sólo a través de la práctica. A menudo se dice que es más fácil construir un negocio de mercadeo en red rápidamente que construirlo poco a poco.

Estrategia 5. Ser constante y persistente

Después de haber empezado, es importante tomar medidas coherentes y persistentes. Los estudios realizados en otras industrias han demostrado que los prospectos y los clientes identifican la calidad con la constancia. Todo el mundo, los prospectos, los miembros del equipo, incluso los motores de búsqueda son más generosos con la constancia que con los eventos de una sola vez. Y, por supuesto, hay que persistir. Nunca se podrá alcanzar las metas deteniéndose antes de llegar a la meta.

De igual manera es de gran importancia vincular estas estrategias con el estudio actual, ya que son factores determinantes para las madres solteras en su crecimiento dentro de la empresa multinivel.

2.2.7 Emprendedores

Habitualmente se entiende por emprendedor a una persona que identifica una oportunidad de negocio y decide organizar los recursos necesarios para ponerla en marcha en su futura empresa. A grandes rasgos, el perfil del emprendedor exige ser una persona creativa, arriesgada, flexible, organizada y autodidacta, entre otras características. Aunque esto también varía según los diferentes tipos de emprendedores.

Ser un emprendedor no solo significa ser aquella persona que inicia su negocio y vende su producto (eso es ser un comerciante), ser un persona emprendedora es estar dispuesta a enfrentar retos, solucionar problemas y manejar la empresa propia hacia el éxito, por lo tanto ser emprendedor también es sinónimo de asumir riesgos, pero con actitud positiva y precavida.

2.2.8 Madres solteras

La expresión madre soltera alude de manera precisa a cualquier mujer que no se encuentra unida o casada con su pareja, se denomina así a un tipo de familia monoparental, en la que una mujer que lleva a cabo la crianza de los hijos y el manejo del hogar sin la compañía o apoyo de una pareja, por decisión propia o circunstancias de su entorno.

Por otro lado, implica una responsabilidad doble debido a la ausencia del padre. Ella sola tiene que cubrir el aspecto afectivo, económico, educativo, moral, sentimental de su o sus hijos. El hacerse consciente de toda la responsabilidad adquirida puede provocar en la mujer stress y presión. No obstante, los puntos a favor de ser madre soltera radican en que las madres solteras tienen una mejor autoestima.

Si bien es cierto que el trabajo fuera del hogar y la presión que éste conlleva, aunado a las tareas del hogar y el cuidado de los hijos resultan en días agotadores, también es de todos conocidos que todo logro que implique un sacrificio mayor provoca una satisfacción mucho más alta. Ser madre soltera implica manejar los dos roles y si los ha asumido correctamente su autoestima tiende a crecer, lo que debe aprovechar porque será un aliciente en sus muchos momentos de duda y de presiones.

Las madres solteras son más responsables en su trabajo. Se piensa tal vez en salidas constantes al doctor, niños en la oficina, llamadas frecuentes a casa, etc., lo cierto es que una madre soltera resulta ser una persona mucho más responsable en el aspecto laboral que una que tiene pareja o forma parte de un matrimonio, la razón es simple, la necesidad económica es mucho más fuerte, la dependencia directa del hijo en ese y todos los aspectos mencionados, generan este tipo de conducta.

Las madres solteras tienen más posibilidad de criar un hijo mucho más fuerte ante la vida. El hecho de que la madre se encuentra ante un reto complicado, de

alguna manera crea un efecto favorable en la conducta del niño que desde temprana edad tiene que comprender y aceptar el hecho de que su mamá debe realizar sacrificios para sacarlo adelante, lo cual le deja claro que los logros en la vida cuestan. Implica un cierto grado de madurez que a final de cuentas abrirá las puertas en la vida sin esperar que estas se abran por sí solas.

2.2.9 Oportunidad de Emprendimiento

El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto. El uso más habitual del concepto aparece en el ámbito de la **economía** y los negocios. En este caso, un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

El sujeto que inicia un negocio o que crea una pequeña empresa por su propia iniciativa se conoce como **emprendedor**. En épocas de crisis, los emprendimientos suelen representar una salida (o, al menos, una posibilidad de crecimiento) para las personas que se encuentran en situación de desempleo.

Los expertos sostienen que los emprendedores deben contar con ciertas capacidades para tener éxito: flexibilidad, dinamismo, creatividad, empuje, etc. Se trata de valores necesarios ya que los emprendimientos se enfrentan a todo tipo de dificultades y quien los impulsa debe estar en condiciones de adaptarse a una realidad cambiante. Cabe mencionar que el trabajo en equipo suele ser el mejor camino a la hora de impulsar un proyecto, ya que potencia las virtudes de cada integrante.

2.2.10 Reseña histórica del Marketing Multinivel

El multinivel surgió casi por casualidad. La idea le surgió a un hombre mientras se las arreglaba para sobrevivir en un campo de concentración en China. En la década de los 20, el estadounidense Carl Rehnberg, desde una prisión para extranjeros en plena guerra civil china, comprendió la importancia de la nutrición: se le ocurrió mezclar sus magras raciones de alimentos con hierbas y huesos de animales que compartía con sus compañeros de prisión. Al momento de ser liberados se dieron cuenta que los que consumían ese producto tenían mejor condición física que el resto de los compañeros.

Tras su liberación, y de regreso en Estados Unidos, Rehnberg inició en 1934 su empresa llamada California Vitamins, que ofrecía complementos nutricionales a base de vitaminas y que, sin proponérselo, se convertiría en la precursora del multinivel. Una industria que mueve aproximadamente 70.000 millones de dólares al año, según la Asociación Internacional de Multinivel (MMIA).

California Vitamins funcionó al principio como una compañía de venta directa, pero a los clientes les gustaban los productos y, poco a poco, algunos decidieron convertirse en vendedores, pues además de recibir un ingreso extra, eran dueños de su propio negocio; y además les ayudaba a salir de la crisis generada por la Gran Depresión de 1929. NutriLite sería el nombre que adoptó posteriormente la empresa (misma que sigue hasta nuestros días) que logró un sistema verdaderamente innovador a partir de 1941. Éste consistió en compensar a sus vendedores con el siguiente esquema de distribución. Los distribuidores podían, a su vez, reclutar a otros distribuidores y ganar una comisión sobre las ventas realizadas por sus distribuidores y las subsecuentes generaciones de éstos.

NutriLite ofrecía una poderosa motivación a miles de personas para convertirse en dueños de sus propios negocios y ganar importantes comisiones.

Además, no se requería ser muy hábil en finanzas, administración o ventas para lograrlo. El sistema se encargaría de todos esos detalles administrativos, dejando a los distribuidores a cargo de reclutar, vender y entrenar a su organización para obtener, de paso, jugosas utilidades.

En 1959, Rich DeVos y Jay Van Andel crearon una pequeña empresa a la que llamaron Amway (una abreviación del *americanway of life* o “el sueño americano”), actualmente, es la más grande firma de multinivel en el mundo, con una fuerte distribución de más de 2 millones de personas en 60 países y ventas anuales estimadas en unos 6.000 millones de dólares. Amway creció de tal modo que acabó absorbiendo a NutriLite en 1972, que ahora funciona como su división nutricional.

A partir de entonces, la industria del “network marketing” en Estados Unidos sufrió una verdadera explosión, al grado de que hoy, muchas de las empresas listadas en el ranking de Fortune500, cuentan con sus propias divisiones de venta directa o multinivel. Fuera de Estados Unidos, la fiebre del multinivel no tardó en contagiar al resto del mundo, donde cientos de pequeños empresarios entraron a la industria creando sus propias compañías; empujados, ya fuera por la falta de recursos económicos o por las elevadas tasas de desempleo.

En la década de los 80, las empresas decidieron introducir el término network marketing (redes de mercadeo) en lugar de la palabra multinivel para tratar de eliminar el desprestigio que había dejado una controversia legal en el pasado. Gracias a la incorporación de la tecnología se hizo más fácil el manejo de las comisiones y diversos trámites administrativos, lo que facilitó la expansión de los sistemas multinivel. En el presente, existen compañías que operan en varios países a la vez, por lo que los distribuidores forman una red internacional. Esto les permite sabiendo conocer en tiempo real las ganancias que van generando las compras de su red. La

mayoría de los multiniveles proporcionan a cada distribuidor una página web para que puedan administrar sus redes.

2.4 Definición de términos Básicos

Distribuidor: es la persona u organización que se encarga de vender un producto o servicio. Como norma general, el distribuidor actúa como intermediario entre el productor y el consumidor.

Finanzas: Conjunto de actividades que tienen relación con el dinero.

Invertir: Emplear una cantidad de dinero en un proyecto o negocio para conseguir ganancias.

Ingresos Activos: Son todas aquellas cosas que nos generan un ingreso, ya sea de forma diaria, mensual o anual.

Ingresos Pasivos: Son todas aquellas cosas que sacan dinero de nuestros bolsillos.

Marketing: Conjunto de técnicas y estudios que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

Networker: Es un profesional que crea relaciones dentro de un mundo social cada día más extendido y que gracias a la tecnología actual puede desarrollar su actividad a nivel global con mayor facilidad.

Regalías: Compensación por el uso de la Propiedad ajena basada sobre un porcentaje acordado de los Ingresos resultantes de su uso.

Socio: Persona asociada con otra u otras para algún fin.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico de una investigación “representa la vía o camino utilizado por el investigador para responder las interrogantes del estudio, con el fin de encontrar respuestas lógicas previamente formuladas” (Hernández, Fernández, Baptista, 2006: 31), en este capítulo se hace referencia de la metodología empleada para el desarrollo del presente estudio, igualmente se define el diseño, tipo y modalidad de la investigación, el procedimiento o fases de la investigación, población que representa y técnicas e instrumentos a emplear para la recolección y el análisis de datos.

En este mismo sentido, “La metodología es el área del conocimiento que estudia los métodos generales de las disciplinas científicas. La metodología incluye los métodos, las técnicas, las tácticas, las estrategias y los procedimientos que utilizará el investigador para lograr los objetivos”. (Hurtado, 2007: 97). Basándose en lo expuesto se tiene que para el presente trabajo que tiene por objetivo Proponer estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo, se considera que tendrá un enfoque cualitativo.

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

En base al tipo de investigación, se enmarcó en una investigación de tipo de campo, bajo la modalidad de proyecto factible apoyada en la investigación documental. La investigación de campo “consiste en la recolección de datos

directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes” (Arias, 2012: 31). De manera que en lo que se refiere a **Proponer estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo**, se buscará antes que nada conocer las características del hecho a estudiar, y de esa forma establecer su comportamiento para proponer cuáles son las estrategias de Network Marketing más adecuadas como oportunidad de emprendimiento. En cuanto a los proyectos factibles, estos consisten en “la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”. Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales, 2010: 21). Por lo tanto la presente investigación será un proyecto factible porque buscará proponer una serie de estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo.

En cuanto al apoyo en investigación documental, se trata de un proceso “basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas”. (Arias, 2012:27), De tal forma que la presente investigación se apoyará en fuentes documentales para aportar nuevos conocimientos.

Seguidamente se procede a definir el nivel de la investigación que de acuerdo, “se trata del grado de profundidad con que se aborda un fenómeno de estudio”. (Arias, 2012:23), así la actual investigación tendrá un nivel descriptivo, “la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento”. (Arias, 2012:24), así se pretende encontrar las características de la situación problemática planteada para de un modo coherente y

correcto dar respuestas de forma clara a las interrogantes planteadas en la investigación, por lo tanto se trata de un nivel descriptivo.

Por otra parte, toda investigación de tipo descriptiva se cataloga como de campo. “En el caso que nos ocupa, en relación a los estudios exploratorios, descriptivos, diagnósticos, evaluativos, formulación de hipótesis causales o experimentales y los proyectos factibles, los diseños de investigación siempre serán de campo” (Balestrini, 2006:132). Por lo tanto en la presente investigación tendremos un diseño de campo ya que se debe establecer una interacción entre los objetivos y la realidad de la situación de campo que será la realidad de las madres solteras en Valencia, Carabobo.

3.2. Fases Metodológicas

Para llevar a cabo el presente trabajo se debe proponer estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, estado Carabobo, para ello se desarrollarán tres fases que darán alcance a cada uno de los objetivos específicos planteados.

Fase I: Diagnostico de la situación económica y laboral de las madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo. La primera fase orientada a diagnosticar la situación económica y laboral de las madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo, se describirán en qué consiste su situación económica y laboral, por lo que se realizará una encuesta. La encuesta “es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos”. (Arias, 2012:72). Asimismo para realizar la encuesta se debe aplicar como instrumento el cuestionario, que “se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel que contiene una serie de preguntas”. (Arias, 2012:74), para el caso que ocupa en la presente investigación se realizará un cuestionario de preguntas Dicotómicas con dos opciones de selección: sí y no.

En cuanto a la población es “un conjunto finito o infinito de elementos con característica comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (Arias, 2012:81), en el caso actual se trata de una población finita, ya que “se conoce la cantidad de unidades que la integran” (Arias, 2012:82), y estará representada por mujeres madres solteras del municipio Valencia. Acerca de la muestra se trata de “un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (Arias, 2012:83), para conocer la muestra necesaria en la presente investigación, se recurrirá al muestreo probabilístico o aleatorio que “se trata del proceso en el que se conoce la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra” (Arias ,2012:83), para estimar el tamaño de la muestra, básicamente se identifican criterios estadísticos, “vinculados con las capacidades del investigador y los expuestos en la literatura especializada”. (Arias, 2012:86). En este sentido, la población total estará determinada por las madres solteras que habitan en el Estado Carabobo, Valencia, que según estadística aportada por la INE, se trata de 241,000 madres solteras. De allí resultará la muestra “es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (Arias, 2012:83), y para hallar el tamaño de la muestra de la población en estudio, con características finitas, se aplicará la siguiente fórmula según (Arias, 2012:89):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,05 * 0,95 * 241,000}{(0,05)^2(241,000 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = 384$$

Fase II: Identificación de los factores que impulsan el Network Marketing como una oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo.

En esta fase se identificarán los factores que impulsan el Network Marketing como una oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo, y para esto se recurrirá a la matriz DOFA; la técnica será la observación directa. Según Arias (2012), este tipo de observación se realiza cuando el investigador observa de manera neutral sin involucrarse en el medio o realidad en la que se realiza el estudio. De esta forma se visualiza o capta mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos.

Es así posible afirmar que a través de la matriz DOFA se identificarán las áreas y actividades que tiene el mayor potencial para un mayor desarrollo y mejora y que permiten de cierta forma hacer menos impactantes los aspectos negativos del entorno. Por tanto, hay que destacar que el nombre es un acrónimo de los factores analizados: Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Entonces, en primer lugar se identifican los cuatro componentes de la matriz, que se dividen en los elementos internos que corresponden a las fortalezas y debilidades, mientras que los aspectos externos equivalen a los aspectos del contexto de la organización y se relacionan con las oportunidades y las amenazas.

Fase III: Diseño de estrategias de Network Marketing para oportunidad de emprendimiento de madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo.

Luego de cumplir con las dos primeras fases, se recurrirá al procesamiento y análisis de datos, en este punto “han de ser sometidos a un proceso de elaboración técnica,

que permite recontarlos y resumirlos”. (Balestrini, 2006:149), “Esta etapa es muy reflexiva ya que se deben hacer interpretaciones significativas de los datos que se recogerán en función de las bases teóricas que orientan el estudio” (Balestrini, 2006:149).

De tal forma que para el análisis e interpretación de los datos resultantes se hará un análisis de datos arrojados en cada fase metodológica y con estos se analizará la información recabada, ya que los instrumentos estarán orientados a obtener información de tipo abierta y de esta forma trazar las características que lleven a diseñar estrategias de Network Marketing para oportunidad de emprendimiento de madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo. Para ello se realizará un capítulo en el que se especifica descripción de la propuesta, objetivos, justificación, estudio de factibilidad y desarrollo de la propuesta. Consecutivamente se establecerán las conclusiones respectivas del presente estudio.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

En el presente capítulo se muestran los resultados a través de la aplicación de tres (2) instrumentos de recolección de información, los cuales permitirán elaborar un diagnóstico de la situación económica y laboral de las madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo, identificar los factores que impulsan el Network Marketing como una oportunidad de emprendimiento para las madres solteras y, posteriormente Diseñar estrategias de Network Marketing para oportunidad de emprendimiento de madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo.

En este sentido, la interpretación de los resultados “consiste en exponer el significado de los hallazgos obtenidos (...) para establecer semejanzas, coincidencias, diferencias y contradicciones”. (Arias ,2010:139).

Para el conteo, tabulación y análisis de los datos se siguieron los parámetros metodológicos expuestos por Balestrini (2002), quien sostiene que en el caso específico de la representación gráfica se permite representar los fenómenos estudiados a través de figuras que pueden ser interpretadas y comparadas fácilmente entre sí. Además agrega la autora, “generalmente, en el informe de investigación se incorporan las dos formas de presentación de los datos: la representación escrita y la gráfica.

En tal sentido para efectos del análisis de los resultados se aplicó la estadística descriptiva a través de un análisis de distribución de frecuencias porcentuales y de representaciones gráficas, todo ello en función de permitir una mejor visualización de

los datos obtenidos y cumplir con los objetivos planteados. En ese contexto, a continuación se presentan los resultados con sus diferentes análisis.

4.1.1. Fase I: Diagnostico de la situación económica y laboral de las madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo. Encuesta aplicada a madres solteras en el municipio Valencia. Edo. Carabobo, con la finalidad de diagnosticar su situación.

Ítem 1: ¿Es Ud. Quien se hace cargo de los gastos de su familia?

Cuadro 1. Madres solteras encargadas de los gastos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	346	90%
No	38	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

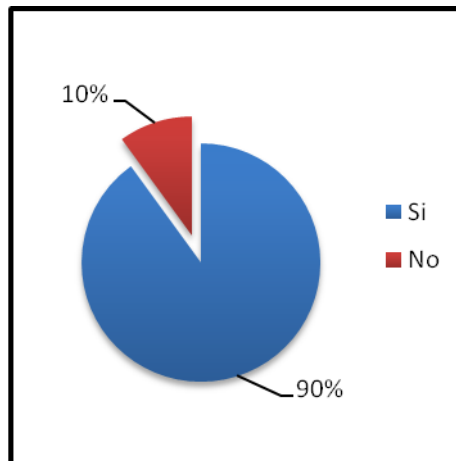


Grafico Nro. 1

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: De acuerdo a la encuesta aplicada, se obtuvo como resultados que un 90% de las madres solteras afirman estar a cargo de los gastos de su familia mientras que un 10% admite no estarlo. Infiero que la mayoría de las madres solteras asumen una gran responsabilidad como lo es cubrir los gastos de la familia y basado en criterios

del sociólogo Cegarra, (2013), se podría decir que la mayoría de las madres solteras asumen una gran responsabilidad como lo es cubrir los gastos de la familia.

Ítem 2: ¿Devenga Ud. la cantidad equivalente a dos o más salarios mínimos?

Cuadro 2. Ingresos equivalentes a dos o más salarios mínimos.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	154	40%
No	230	60%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra (2017)

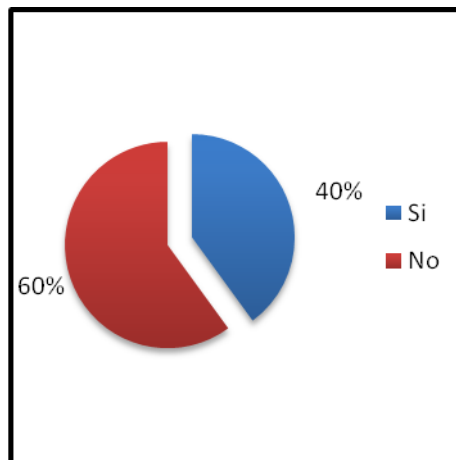


Grafico Nro. 2
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar el 60% de las madres solteras no devengan ingresos equivalentes a dos o más salarios mínimos y no más del 40% devengan ingresos menores o diferentes a estos. Por lo cual infiero que de acuerdo a la situación económica actual del país, estas madres deben estar llevando una vida muy limitada, financieramente apretada. Así lo confirma la planificadora financiera en Simmons Lee, (2014), Ser madre soltera es una de las tareas financieras más difíciles que hay.

Ítem 3: Devenga Ud. la cantidad equivalente a un salario mínimo o menor a este?

Cuadro 3. Ingresos Equivalente a Un Salario Mínimo o Menor a Este.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	230	60%
No	154	40%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

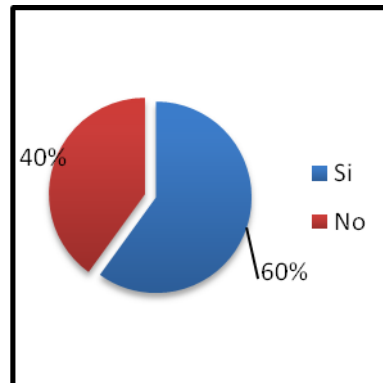


Grafico Nro.3
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar no menos del 60% de las madres solteras devengan ingresos equivalentes a un salario mínimo o menor a este y un 40% con ingresos mayores o diferentes a estos. Lo que para mí implicaría que estas madres necesitan multiplicar sus ingresos para poder cubrir los gastos necesarios demandantes del mes y por ende también una mejoría en la calidad de vida, en efecto, de acuerdo a la experiencia de la madre soltera Flowers, (2014) quien actualmente es gerente de una firma de abogados sin fines de lucro, instructora en un colegio local, asesora en manejo de redes sociales y dueña de su propia agencia de relaciones públicas y mercadeo, dice, al menos necesitar 4 empleos más para cubrir los gastos del mes.

Ítem 4: ¿Posee Ud. Cuenta en alguna institución bancaria?

Cuadro 4. Cuenta en Alguna Institución Bancaria

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	346	90%
No	38	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

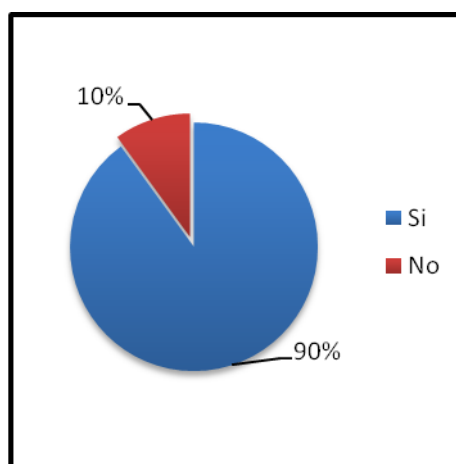


Grafico Nro. 4

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Se puede apreciar que la gran mayoría de las madres solteras poseen cuenta en alguna institución bancaria, esta mayoría es del 90%, por otro lado con una minoría del 10% que no poseen cuenta en ninguna institución bancaria, por lo que podría inferir que al menos la mayoría de las madres solteras deberían sostener conocimientos de transacciones bancarias; (así sean conocimientos básicos). Por otro lado, La ejecutiva diamante de la organización del network marketing visión travel, Cano, (2016), de acuerdo a su experiencia en el rubro, sostiene la idea del que el tener una cuenta en alguna institución bancaria es muy significativo al momento de emprender.

Ítem 5: ¿Ud. Dispone tarjetas de Créditos?

Cuadro 5. Quienes Disponen de Tarjeta de Créditos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	154	40%
No	230	60%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017)

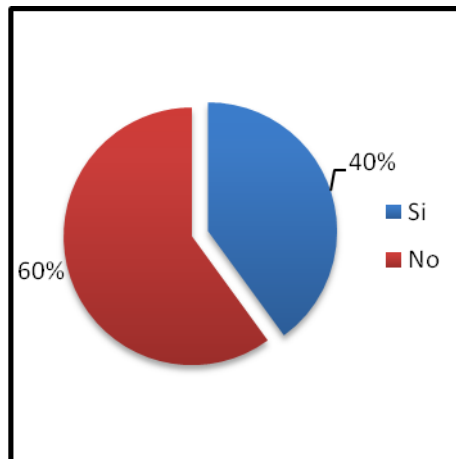


Grafico Nro. 5
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Se obtuvo que un 60% no poseen de al menos una tarjeta de crédito mientras que un 40% si la poseen. Como puedo inferir que la tarjeta de crédito para muchas podría ser una herramienta de ayuda para comenzar los primeros pasos en el emprendimiento, según criterios basados en la experiencia de la ejecutiva diamante de la organización Visión Travel, Cano (2016), de igual manera es una herramienta con gran significado para el emprendimiento.

Ítem 6: ¿Ud. Dispone de Vehículo Propio?

Cuadro 6. Vehículo Propio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	96	25%
No	288	75%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

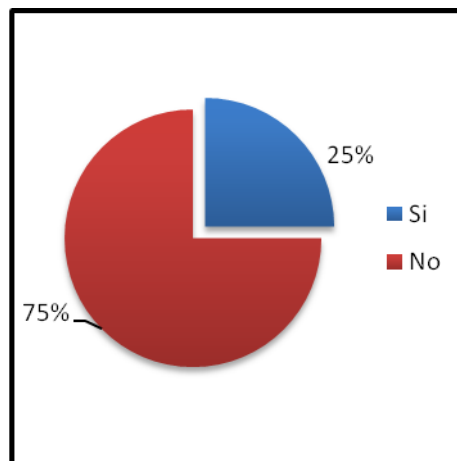


Grafico Nro. 6

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede apreciar un 75% de las madres solteras no disponen de un vehículo propio mientras que un 25% de ellas disponen de uno. Podría inferir que por ser el vehículo de gran apoyo para el emprendimiento podría ser desventajoso no tener uno, pero a criterios de La Ejecutiva Diamante de la Organización Visión Travel, Cano, (2016) expresa ser de gran utilidad disponer un vehículo propio pero no es indispensable.

Ítem 7: ¿Recibe Ud. Algún tipo de ayuda económica de parte de terceros para sostener a su familia?

Cuadro 7. Ayuda Económica De Parte de Terceros

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	115	30%
No	269	70%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

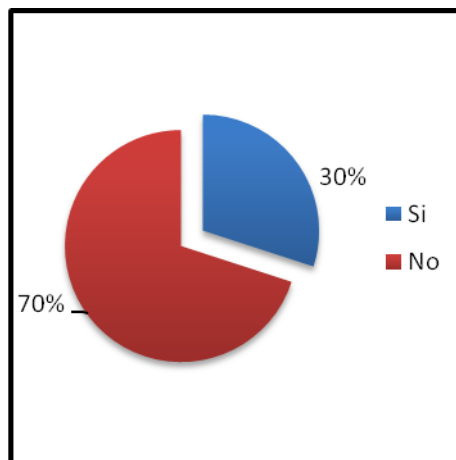


Grafico Nro. 7
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar un 70% negó recibir algún tipo de ayuda económica de parte de terceros para sostener a su familia mientras que un 30% afirma este hecho. Puedo observar que la mayoría de las madres solteras se encuentran solas para la sostenibilidad del hogar. Brevemente, Cegarra, (2013), expresa lo siguiente, La venezolana es una sociedad matriarcal y hay hombres que no tienen problema con eso.

Ítem 8: ¿Realiza alguna otra actividad económica informal?

Cuadro 8. Otra Actividad Informal

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	192	50%
No	192	50%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

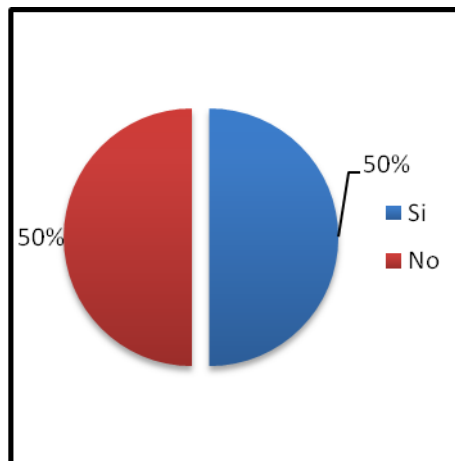


Grafico Nro. 8

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar, así, como un 50% de las madres solteras realizan alguna otra actividad económica informal el otro 50% no lo realiza. Cabe destacar que al menos la mitad de la muestra estudiada refleja ser un tipo de madres solteras donde tal vez algunas cuentan con salario fijo y aparte realiza otra actividad económica informal, dada la situación actual, como también, tal vez muchas de ellas no tengan como base un salario fijo sino que viven como tal de la economía informal. En este sentido es pertinente señalar al primer vicepresidente de fedecámaras, Larrazábal, (2017) quien indica que la población venezolana cada vez acude más al comercio informal para poder percibir poder adquisitivo, pues inflación sigue opacando el poder adquisitivo.

Ítem 9: ¿Esta Ud. Conforme con la calidad de vida que tiene actualmente?

Cuadro 9. Calidad De Vida

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	38	10%
No	346	90%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

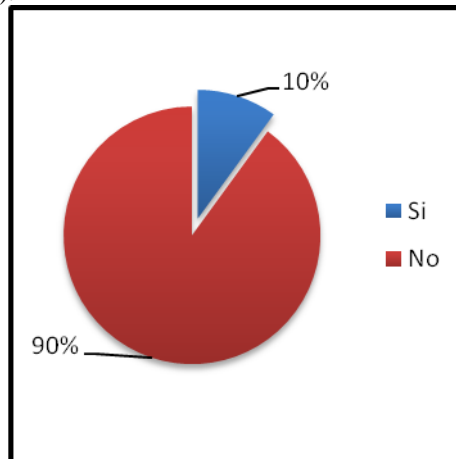


Grafico Nro. 9

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Se puede observar que un 90% expresa no estar conforme con la calidad de vida que tiene actualmente, por otro lado un 10% expresa estar conforme. Lo cual infiere que sería una buena razón para que estas madres solteras consideren el emprendimiento como una posibilidad que podría mejorar su calidad de vida. En efecto el psicólogo Payares, (2016) indica que muchas mujeres venezolanas han tenido que duplicar los esfuerzos para poder mantener a sus hijos en la actual crisis que vive el país, donde educar a los niños y adolescentes se ha vuelto un reto para las familias venezolanas en el actual contexto que vive el país. También, en muchos casos, las madres se agobian ante la impotencia por no poder ofrecer “lo mejor para sus hijos”. Sin embargo, frente a los momentos de crisis, siempre surgen soluciones

que permiten aminorar el impacto social que pueda perjudicar el desarrollo psicológico de los miembros familiares.

Ítem 10: ¿Con sus ingresos actuales podría conseguir la calidad de vida que desea tanto para Ud. como para su familia?

Cuadro 10. Ingresos Actuales.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	19	5%
No	365	95%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

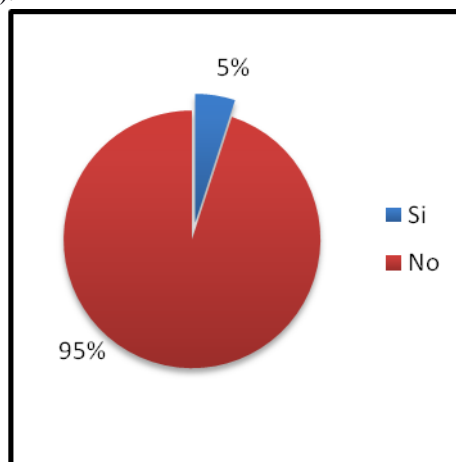


Grafico Nro. 10

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Un 95% dice no poder conseguir la calidad de vida que desea tanto para ella como para su familia con sus ingresos actuales y el 5% dice si poder conseguirlo. Por lo que puedo observar e inferir que existe gran inconformidad por parte de las madres solteras en relación a ingresos actuales y calidad de vida. Quien asimismo lo caracteriza una madre soltera en una entrevista de prensa, López, (2014) de acuerdo a su experiencia, ella asegura que un salario mínimo es insuficiente para costear los gastos del mes, por lo que si compra alimento no le alcanza para recreación, vestido y ni productos de limpieza.

Ítem 11: ¿Vive Ud. En casa alquilada?

Cuadro 11. Casa Alquilada

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	115	30%
No	269	70%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

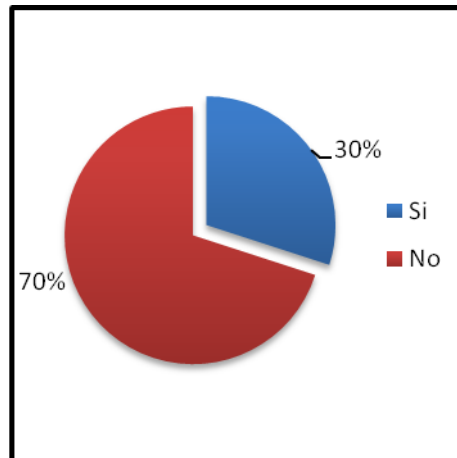


Gráfico Nro. 11

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: La mayoría con un 70% de las madres solteras dicen no vivir en casa alquilada y un 30% dicen vivir en casa alquilada. . A través de estos resultados podría inferir que se puede tener alguna idea en cuanto a la situación económica de la madre soltera ya que esta sostiene un gasto fijo y de gran prioridad aparte de la que ya conlleva los hijos, además que debido a la inflación cada día se hace más difícil vivir arrendado en Venezuela. Según el criterio propio del crítico Crespo, (2013), expresa encontrar muy caros los alquileres de vivienda, una persona con un sueldo normal para pagar alquiler debe limitarse, dejar de comprar una cosa para poder cancelarlo.

Ítem 12: ¿Vive Ud. En casa Propia?

Cuadro 12. Casa Propia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	154	40%
No	230	60%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

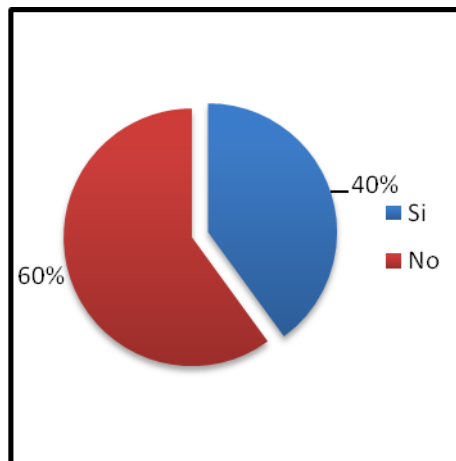


Grafico Nro. 12

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar, en este caso un 60% dice no vivir en casa propia y un 40% si vive en casa propia. Donde infiero que para la minoría podría ser un beneficio por el factor gasto (un gasto menos/ gasto menor mensual). De acuerdo a la experiencia de la ejecutiva networker de visión travel, Cano (2016), según su criterio, es una condición que se podría tomar como oportunidad ya que al tener menor cantidad de gastos al mes, mayor podría ser la posibilidad de dirigir cierta parte de sus ingresos a una oportunidad de emprendimiento.

Ítem 13: ¿Sus hijos asisten a una institución privada?

Cuadro 13. Institución Privada

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	154	40%
No	230	60%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

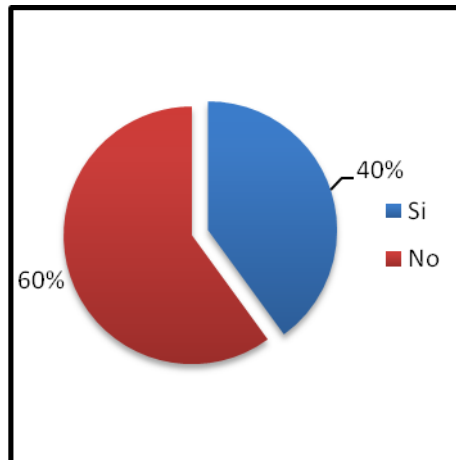


Grafico Nro. 13
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar el 60% de las madres dicen no tener a sus hijos en una institución privada mientras que el 40% dice lo contrario. Infiero que debido a la inflación que se vive hoy en día a más de la mayoría se les dificultad poder inscribir a sus hijos en una institución privada. Basado en el criterio de Romero, (2015) expresa que ha existido una migración notoria del sistema educativo privado al público.

Ítem 14: ¿Sus hijos asisten a actividades extracurriculares?

Cuadro 14. Actividades Extracurriculares

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	192	50%
No	192	50%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

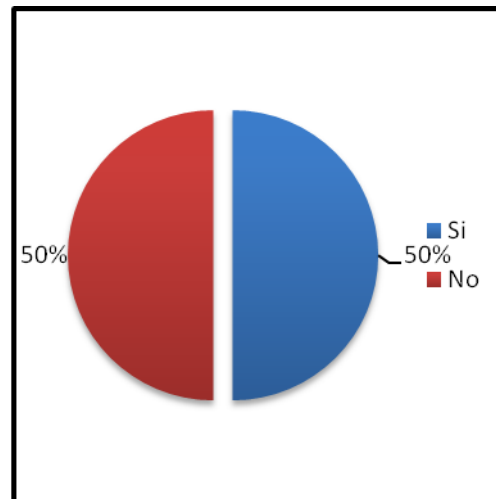


Grafico Nro. 14
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Equitativamente se obtuvo un 50% si y un 50% no el hecho de que los hijos de las madres solteras de la muestra tomada asistan a actividades extracurriculares. Podría inferir que son madres que se preocupan por desarrollo de habilidades de sus hijos y a su vez la competitividad de los mismos por lo que también se podría decir que estas madres tengan cierto espíritu competitivo lo cual es muy beneficioso para el emprendimiento aparte de ser datos que ayudan a conocer su situación económica. Basados en criterios de la networker de Visión Travel, Cano, (2016) se podría decir que al menos la mitad de la muestra estudiada podría sentirse

motivada a buscar nuevas oportunidades de manera que pueda continuar costeándoles las actividades extracurriculares a sus hijos.

Ítem 15: ¿En vacaciones escolares, Ud. Tiene el hábito de inscribir a sus hijos en

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	115	30%
No	269	70%
TOTAL	384	100%

algún tipo de Plan Vacacional?

Cuadro 15. Planes Vacacionales.

Fuente: Parra, (2017)

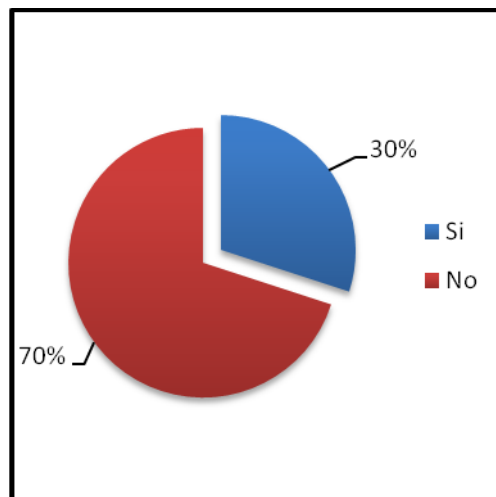


Grafico Nro. 15
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Se obtuvo a un 70% que no tienen el hábito de inscribir a los hijos en algún tipo de plan vacacional, mientras que un 30% si lo hacen. Por lo que infiero que es un dato que nos puede dar alguna pista del status económico de las madres solteras. Por otro lado, de acuerdo a la experiencia de la ejecutiva networker de visión travel, Cano (2016), según su criterio, es una condición que se podría tomar como oportunidad ya

que al tener menor cantidad de gastos al mes, mayor podría ser la posibilidad de dirigir cierta parte de sus ingresos a una oportunidad de emprendimiento.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	154	40%
No	230	60%
TOTAL	384	100%

Ítem 16: ¿Suele Ud. Realizar Paseos Familiares?

Cuadro 16. Paseos Familiares

Fuente: Parra, (2017).

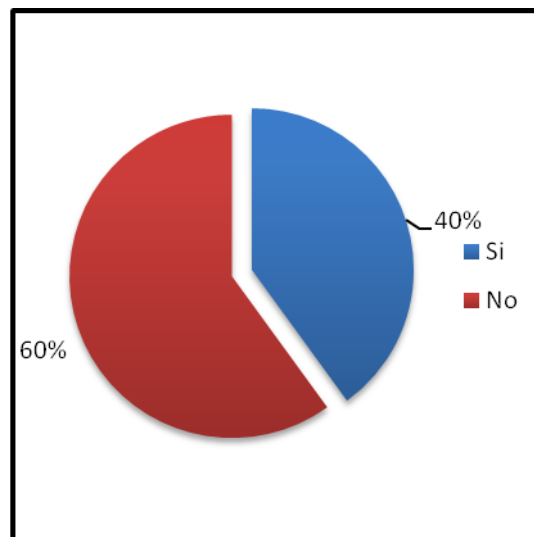


Grafico Nro. 16

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar la mayoría de las madres solteras, el 60% de ellas no suele realizar paseos familiares, por otro lado el 40% si. Dado los resultados obtenidos infiero que a las madres solteras hoy en día parece hacerles difícil el hecho de planificar o realizar paseos familiares ya que eso implicaría tener ingresos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	353	92%
No	31	8%
TOTAL	384	100%

equivalente mayor a un salario mínimo e incluso dos o hasta más. Según el Cendas-FVM, (2014), Las familias sacrifican salidas y viajes por el alto costo de la vida que se elevó 74,8%, en el último año.

Ítem 17: En caso de no cumplir con las últimas condiciones, ¿le gustaría a Ud. Tener un mejor poder adquisitivo para poder disfrutar dichas condiciones?

Cuadro 17. Poder Adquisitivo

Fuente: Parra, (2017).

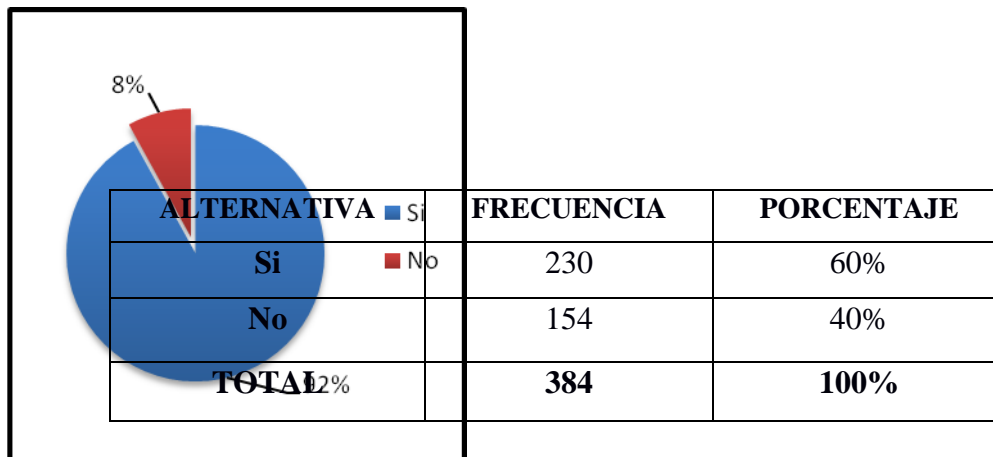


Grafico Nro. 17
Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar un 92% admite que le gustaría tener un mejor poder adquisitivo y un 8% expreso una negación a esta opción. Infiero que existe gran inconformidad por parte de las madres solteras con su poder adquisitivo, dicha inconformidad pudiese ser ocasionada por la misma incapacidad que se le presenta del poder disfrutar dichas condiciones mencionadas anteriormente. De acuerdo con el economista Alayon, (2014) el poder adquisitivo del ciudadano se deteriora velozmente por la escasez, que incluso, tiene un costo psicológico.

Ítem 18: ¿Anteriormente le han presentado una oportunidad de negocio (para emprender)?

Cuadro 18. Oportunidad De Negocio

Fuente: Parra, (2017).

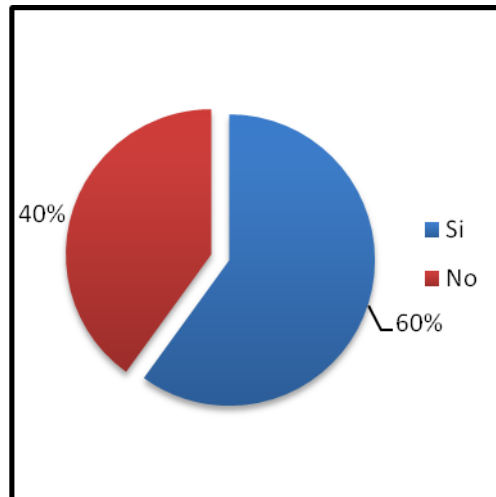


Grafico Nro. 18

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Indiferentemente de la oportunidad de negocio que le hayan presentado a las madres solteras, un 60% afirma ya haber sido abordada para la presentación de la misma mientras que un 40% afirma lo contrario. Deduzco que por lo menos la gran mayoría de las madres solteras tienen conocimiento alguno de lo que es una oportunidad de negocio sus fines, y la cantidad de beneficios que pudiese traer consigo si se tiene éxito, por otro lado, de acuerdo con El Nacional, (2017) indica que hay muchos escépticos ante la idea de que la crisis es una oportunidad, pero en Venezuela algunas industrias e individuos están buscando oportunidades en medio de la grave situación económica del país.

Ítem 19: ¿Sabía Ud. que a través del emprendimiento su situación económica y laboral posiblemente mejore?

Cuadro 19. Emprendimiento

Fuente: Parra, (2017).

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	269	70%
No	115	30%
TOTAL	384	100%

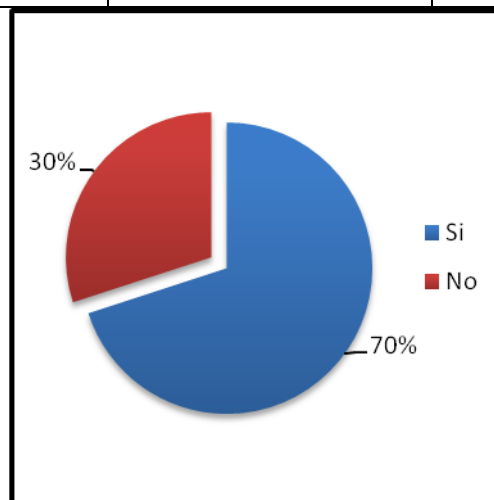


Gráfico Nro. 19

Fuente: Parra. (2017).

Análisis: Como se puede apreciar un 70% de las madres solteras tienen conocimiento de que a través del emprendimiento su situación económica y laboral posiblemente mejore y un 30% afirma desconocer esta causa. Infero que actualmente el emprendimiento está dando mucho de qué hablar, y que si bien es cierto también es una posible manera de mejorar económicamente. Por otro lado, la networker de Visión Travel, (2016) según su criterio lo más importante es tener la voluntad, las ganas de querer mejorar, de aprender y crecer, características importantes para lograr conseguir éxito en cualquier área en el que se emprenda.

Ítem 20: ¿Estaría Ud. dispuesta a escuchar nuevas propuestas de emprendimiento?

Cuadro 20. Escuchar Nuevas Propuestas De Emprendimiento

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	346	90%
No	38	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Parra, (2017).

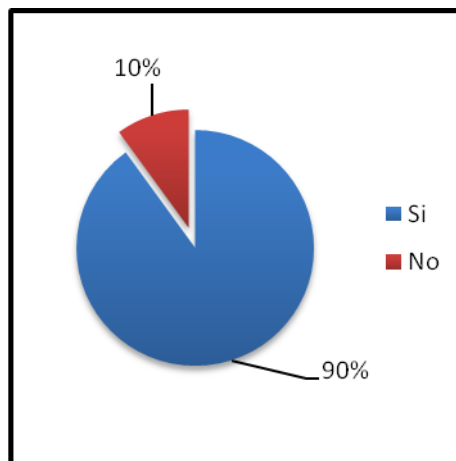


Grafico Nro. 20

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: Como se puede observar un 90% de las madres solteras estarían dispuestas a escuchar nuevas propuestas de emprendimiento mientras que una minoría del 10% no lo estaría. Infero dado los resultados dados, parecen ser datos positivos ya que podría decir que se encuentran con una mentalidad abierta y receptiva a escuchar nuevas propuestas. Si bien es cierto que la ejecutiva networking de Visión Travel, Cano, (2016) sostiene una gran fe tanto por el emprendimiento como por la industria del network marketing y también por las mujeres, basado en su criterio, gracias al aceptar una propuesta de emprendimiento, esta aprendiendo a ser económicamente independiente, por ende mejorando sus finanzas, calidad de vida y trayendo felicidad tanto a su persona como en su hogar.

4.1.2 Análisis de los Resultados

Una vez analizados los datos de la aplicación del instrumento a la investigación denominada estrategias de Network Marketing como oportunidad de emprendimiento para madres solteras de Valencia, Edo. Carabobo se pudo determinar que en cuanto a la situación laboral y económica de las madres solteras, la gran mayoría de estas no están satisfechas con sus ingresos que tienen actualmente (Ver Ítem Nro. 10, grafica Nro. 10) por lo que tampoco sienten estar conforme con la calidad de vida que pueden conseguir con dichos ingresos (ver Ítem Nro. 9, grafica Nro. 9) donde más de la mitad de la muestra estudiada confiesa solo tener ingresos equivalente a una cantidad de uno o menor a un salarió mínimo (Ver Ítem Nro. 2 y 3, grafica Nro. 2 y 3) resultados que al llevarlo a la situación económica actual del país, podría decir que es difícil imaginar lo mucho que estas madres solteras deben hacer para poder sobrevivir tanto ellas como sus hijos, más que todos aquellas que son las responsables de los gastos del hogar (Ver Ítem Nro. 1, grafica Nro. 1) inclusive un 50% de ellas ha optado por realizar otra actividad económica informal (Ítem Nro. 8, grafica Nro. 8). Por otro lado, por obvias razones anteriormente mencionadas, también está el interés de conocer si dichas madres solteras están interesadas en querer mejorar su poder adquisitivo de manera que puedan mejorar también su calidad de vida (Ver Ítem 17, grafica 17) y si conocían que a través del emprendimiento posiblemente su situación económica y laboral por ende mejoren (Ver Ítem 19, grafica 19) como también si estarían dispuestas a escuchar nuevas propuestas de emprendimiento (Ver Ítem 20, grafica 20), cuyas respuestas a todas estas fueron positivas, por lo que difiero que la gran mayorías de estas madres solteras de acuerdo a sus respuestas están receptivas a tocarles las puertas al cambio, a darse una oportunidad e intentar mejorar su condición económica y laboral a través del emprendimiento.

4.1.3 Fase II: Identificación de los factores que impulsan el Network Marketing como una oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo.

Las compañías de Network Marketing ofrecen una oportunidad para las personas de todos los niveles sociales, independientemente de su origen, educación o nivel de habilidades; la oportunidad de poseer y operar un negocio propio respaldado por el apoyo material de una marca ya sectorizada en el mercado además del apoyo de una vía de formación profesional. Por lo cual a través de la observación directa se tomaron en cuenta 5 factores que impulsan al Network Marketing como una oportunidad de emprendimiento para madres solteras en Valencia, Edo. Carabobo. Estos factores son los siguientes:

1- Poca Inversión: En comparación con un negocio tradicional, la inversión que se hace para obtener un negocio multinivel es mucho menor.

2- Los esfuerzos se multiplican: Lo bueno de un negocio multinivel es que los esfuerzos de cada distribuidor independiente son reconocidos por la compañía y se multiplican. Cuando se asocia a un vendedor o a un distribuidor al equipo, el patrocinador sigue ganando un porcentaje de las ganancias del nuevo asociado o bien de todos los asociados que se encuentran por debajo de él pase el tiempo que pase. Es decir, que el negocio no solo depende de los esfuerzos para ser exitoso sino que también del equipo; quienes también pueden ayudar a ganar. Por otro lado, en vez de la compañía invertir en carteles y comerciales, la compañía prefiere invertir en los socios y sus esfuerzos, quienes son recompensados por sus trabajos cada vez que lo merezcan.

3- La educación: Es muy importante estar en una cultura que promueva el aprendizaje. ¿De qué vale tener un negocio que se puede empezar con poca inversión si no tienes idea qué hacer? En los negocios de marketing multinivel tu líder, la compañía y la industria en general están basados en ayudar a las personas en tener el éxito que tanto desean.

4- Ingreso Continuo: Cuando uno de los clientes compra el producto, el asociado(a) recibe una comisión. Cuando siguen comprando el producto, sigue ganando una comisión así se haya tenido una conversación con ellos o no. El tener un ingreso residual que siga pagando por trabajo que ya hayas completado con la ayuda de tu equipo es algo único al marketing multinivel.

5- Ayudar a las personas: Sin el éxito del equipo, el patrocinador no pudiera tener éxito. Por otro lado, al ayudar a otras personas a tener el éxito que ya tenga el asociado, no solo da satisfacción personal sino que ayuda al negocio propio también. En un trabajo convencional las personas siempre están compitiendo para recibir un aumento, para quedar bien con el jefe y se preocupan más por la política del lugar que de su oficio. En el caso del marketing multinivel no es así. En esta industria nos ayudamos los unos a los otros lo más posible para que todos seamos exitosos.

Cuadro Nro. 21 Perfil de Capacidades Internas (PCI)

CLASIFICACIÓN	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
CAPACIDAD DIRECTIVA									
Habilidad para atraer y retener gente creativa.									
Capacidad para enfrentar la competencia.									
Experiencia y conocimiento de directivos.									
Participación de los directivos (Líderes).									
Personal (socios) con poca experiencia intentando hacer el trabajo solo.									
CAPACIDAD COMPETITIVA									
Participación de los socios.									
Boca a Boca, one to one, herramientas de publicidad.									
VIP (Plan de beneficios vacacionales).									
Expansión de la red nacional e internacional.									
Desmotivación para la prospección de nuevos									

socios.									
Ausencia de Planes de expansión agresivos.									
CAPACIDAD FINANCIERA	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Rentabilidad, retorno de inversión.									
Habilidad para competir por precios.									
Bajo costos operativos.									
Ganancias Residuales									
CAPACIDAD TECNOLÓGICA	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Habilidad para responder a tecnologías cambiantes.									
Call center, plataformas tecnológicas, tecnología, internet.									
CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Experiencia técnica por parte de los socios.									
Ausentismo en las capacitaciones por parte de los socios.									
Mentalidad limitativa de los nuevos socios.									

Personas con poca experiencia intentando hacer el trabajo solo.									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Parra María M. (2017)

Análisis: A través del método anteriormente aplicado se evaluaron las fortalezas y debilidades internas de la industria del Network Marketing, donde se puede apreciar que si se cuentan con algunas debilidades, pero la mayoría por parte de los socios, es decir del rendimiento de la persona, así que no necesariamente implica que otra persona no pueda prosperar en este tipo de negocio, ya que depende del desenvolvimiento que tenga cada uno de estas. Por otro lado se pueden tomar las fortalezas como reales factores que ayudan a impulsar el Network Marketing como oportunidad de emprendimiento.

Cuadro Nro. 22 POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio)

CLASIFICACIÓN	AMENZA			OPORTUNIDAD			IMPACTO		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
FACTORES ECONOMICOS									
Poca Inversión.									
Crear muchas redes de Negocios a partir de una sola inversión.									
Ingreso Continuo.									
Inflación.									
Inestabilidad del sector económico.									
FACTORES POLITICOS									

Distracción Política									
FACTORES SOCIALES	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Interés de las personas por querer emprender.									
Actitud de las personas con resistencia al cambio.									
Incomprensión del negocio.									
Llegar a más personas en menos tiempo.									
FACTORES GEOGRAFICOS	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Negocio que puede desarrollarse tanto nacional como internacionalmente									
FACTORES TECNOLOGICOS	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Comercio Electrónico.									
Facilidad de acceso a la tecnología									
Call center, plataformas tecnológicas, tecnología, internet.									
Globalización de la información.									
Resistencia al cambio tecnológico.									

Fuente: Parra María M. (2017)

Análisis: E igualmente A través del método anteriormente aplicado se evaluaron las Amenazas y Oportunidades, en este caso externas de la industria del Network Marketing, donde se puede apreciar que si se cuentan con algunas Amenazas las cuales la mayoría está muy lejos de que la organización o la industria pueda controlarlas, quedan totalmente fuera de la mano de estas últimas por lo cual sería mejor destacar las oportunidades como factores que impulsan al Network Marketing como oportunidad de emprendimiento y apoyarlas con las fortalezas que se destacaron el en método anterior a este.

Tabla Nro. 23: Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> -Crear muchas redes de negocios a partir de una sola inversión. -Llegar a más personas en menos tiempo. -Call center, plataformas tecnologicas, tecnologia, internet. -Libertad de tiempo. -Libertad Financiera -Educación Personal y financiera -Ingreso continuo 	<ul style="list-style-type: none"> -Incorrecta Promoción del negocio sobre venderlo (desconocimiento por parte de nuevos socios). -Actitud de las personas con resistencia al cambio. -Desinteres de una vida de empresario. -Demotivación -Factores económicos del país. -Desconocimiento del Networking
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ul style="list-style-type: none"> -No hay limites en la edad para los socios ni para el tipo de ganancia que desee generar. -Plataforma, pág web, sistema de capacitación (intangibles). -Sistema de capacitación, encuentros ejecutivos, kit de inicio, talleres, convenciones. -Boca a Boca, one to one, herramientas de publicidad. -Bajo costos operativos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Publicidad informativa utilizando herramientas del marketing digital, tales como las redes sociales. -Talleres online apoyados con la tecnologia. 	<ul style="list-style-type: none"> -Promoción del producto a través de redes sociales . -Participación en redes sociales para la expansión de la red de negocio. -Clases físicas informativas del funcionamiento del Network Marketing. -Clases online informativas del funcionamiento del Network Marketing.
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> -Falta de participación de los directivos en la red. -Mentalidad de los nuevos socios (creándose obstáculos mentales que pueden limitar el desempeño o el alcance de logros sostenibles en la empresa). -Falta de actitud. -Falta de interés por parte de los socios. -Falta de un plan de expansión agresivo. -Personas con poca experiencia intentando hacer el trabajo solos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Charlas y talleres motivacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> -Promocionar a través de las mismas estrategias del network marketing el que hacer, como y cuando del negocio. -Promocionar a través de redes sociales el que hacer, como y cuando del negocio.

Fuente: Parra, (2017).

Análisis: A través de la DOFA se pueden apreciar tanto los puntos fuertes como débiles de la organización y tomando esos resultados en cuenta, pues, se crearon una o varias estrategias de manera que estas maximicen las fortalezas y Oportunidades, se minimicen las debilidades y ayuden a maximizar las oportunidades, de igual manera estrategias para maximizar las fortalezas y minimizar las amenazas, por último, se utiliza también una estrategia para minimizar tanto las debilidades como amenazas.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Descripción de la Propuesta

Dentro de la Industria del Network Marketing existen algunas estrategias que se podrían decir que son moldeables, es decir, son bastantes flexibles al momento de aplicarlas, pudiéndose incluso ajustarlas a las posibilidades personales de cada una de las madres solteras; por otro lado, no es secreto para nadie que actualmente nuestro país se encuentra en una difícil situación económica donde dificulta las finanzas de más de uno, destacando principalmente a las madres solteras, jefas del hogar, por lo que entonces lo anteriormente mencionado se convierte en una razón por la cual dichas estrategias de Network Marketing que se darán a conocer más adelante, están tomando un papel importante, tanto así, como para proponerlas como una oportunidad de emprendimiento.

Tomando en cuenta lo atractivo de estas estrategias, como lo es la flexibilidad al momento de utilizarlas, es decir, se puede apegar a el horario que mejor convenga, por otro lado los gastos que se realizan son bajos, además, se pueden apalancar con la web 2.0, brindan la oportunidad de tener ganancias ilimitadas y por ende alcanzar la libertad financiera, como también a la vez que la persona va haciendo el trabajo, esta va ganando también habilidades y conocimientos de negociación y cierre, como también otras destrezas que le ayudan a crecer personalmente. De acuerdo a lo antes expuesto, la propuesta denominada estrategias de network marketing para madres

solteras como oportunidad de emprendimiento en Valencia, Edo. Carabobo se estructurará de la siguiente forma:

Fase I: Breve Resumen Ejecutivo.

Fase II: Objetivos de Marketing.

Fase III: Ventajas y Desventajas del Network Marketing para madres solteras emprendedoras.

Fase IV: Estrategias del Network Marketing.

5.2 Objetivos de la Propuesta

5.2.1 Objetivo General

- Motivar a las madres solteras a que utilicen estrategias de network marketing como una forma de emprendimiento.

5.2.2 Objetivos Específicos

- Dar a conocer lo que es el network marketing.
- Dar a conocer las ventajas y beneficios del network marketing.
- Dar a conocer las estrategias de network marketing y la manera en que estas se pueden adaptar a sus posibilidades.

5.3 Justificación de la Propuesta

Las redes de mercadeo ya han tenido gran aceptación en muchos países internacionales, donde muchas organizaciones han logrado tener éxito y de la misma manera haciendo que sus networkers sean igual de exitosos, lo cual dejan demostrado que si es posible crecer con este tipo de negocios.

Actualmente no es secreto para nadie que en Venezuela se está atravesando por una crisis económica, donde la mayoría de los negocios o empresas tradicionales no están pudiendo abastecer a gran parte de la población, tocándoles tomar medidas drásticas como lo es, dejar en desempleo a más de uno o por otro lado generándole más responsabilidades de las correspondidas al empleado, en fin, el mercadeo en red comienza a tomar auge por la forma flexible de trabajarlo aparte de sus bajos costos operativos, además de que muchas de estas organizaciones la inversión es mucho más baja que la inversión en un negocio tradicional; las cuales son características llamativas para dirigir las a un grupo de madres solteras ya que se podrían adaptar muy bien a las posibilidades de dichas madres, entonces pudiéndose convertir en un vehículo económico que les ayude a crecer económicamente. En este caso me dirijo a las madres solteras de Valencia, Edo. Carabobo proponiéndole estas estrategias del Network Marketing como una oportunidad de emprendimiento por la razones anteriormente ya comentadas.

5.4 Estudio de la Factibilidad

Factibilidad Operativa y técnica: El correcto funcionamiento de la propuesta dependerá de la capacidad que tengan tanto los patrocinadores como los nuevos asociados en el querer desarrollar el negocio, ya que en este tipo de negocio los resultados se les dan a quien suele realizar el trabajo, aquellos que no suelen hacer nada, difícilmente logren percibir un tipo de crecimiento a lo largo del tiempo. Entonces queda por parte de los patrocinadores demostrar y enseñar un buen trabajo de manera que sus asociados puedan copiar y continuar extendiendo el negocio o también por parte de los asociados que cuenten con una actitud de superación en donde no esperan por que el patrocinador venga a ellos sino que ellos toman la iniciativa y van hacia el patrocinador exigiéndole les comparta los conocimientos necesarios.

Factibilidad Económica: Si bien, para ser socios y distribuidores de las empresas de Network Marketing corresponde realizar una inversión inicial que esta depende de la empresa u organización que escoja, además de esto es necesario invertir en otras áreas como lo es la capacitación, en materiales para el uso personal y de apoyo como lo es una agenda y un plan telefónico que le permita realizar las llamadas necesarias durante el mes. Cabe destacar que la factibilidad económica depende del trabajo que realice cada asociado, es decir, estos números pueden ser totalmente diferentes en un mes para cada uno de los socios. Por ejemplo, mientras que un socio logra recuperar su inversión en un periodo de tiempo de 7 meses otro lo podría hacer en año y medio, como también otro lo podría recuperar en menos de 7 meses, todo depende del esfuerzo que se proponga a realizar cada uno de los asociados. A continuación se muestra por medio de una tabla un ejemplo básico del plan de inversión y retorno de la empresa multinivel Visión Travel.

Tabla Nro. 24 Plan de Inversión y Retorno

Bsf.		B.V
Inversión Inicial	8.215.890	
Por cada nuevo asociado	1.619.780	800

Fuente: Parra, (2017)

Tabla Nro. 25 Plan de Inversión y Retorno (cíclico)

Bsf.		B.V
1	Por medio del sistema binario, al lograr:	1950
	Se cobra:	

	(Equivalente a 3 asociados)	1.178.000	
2	Por medio del sistema binario, al lograr:		3.900
	Se cobra: (Equivalente a 5 asociados)	2.061.500	
3	Por medio del sistema binario, al lograr:		5850
	Se cobra: (Equivalente a 8 asociados)	2.650.500	
Total		5.890.000	11.700

Fuente: Parra, (2017)

5.5 Desarrollo de La Propuesta

Fase I: Breve Resumen Ejecutivo

De acuerdo a la disponibilidad de tiempo y recurso de las madres solteras, esta podría escoger la estrategia de Network Marketing que mejor se adapte a sus posibilidades actuales, por ejemplo, si una madre soltera no cuenta con vehículo propio, le sería más complicado trasladarse a otros sitio; entonces dada su condición, en un principio para esta sería más factible adaptarse a la estrategia del Home Meeting, de esta manera su(s) prospecto(s) recibirían la invitación para asistir a la respectiva reunión y sean ellos quienes se dirijan a su casa.

Este ejemplo está basado en uno de los escenarios en los que se pudiese encontrar una madre soltera, Por otro lado, dado al gran auge que tiene actualmente el internet, algunas de estas estrategias se apoyarían con la web 2.0 es decir, modificando un poco el ejemplo anterior, si la madre soltera dispone de PC con internet podría organizar una presentación via On-Line, una manera ideal para

complementar el trabajo y lograr explotar a lo máximo el negocio sin tener que trasladarse o por el contrario hacer que se trasladen sus prospecto.

En líneas Generales es muy importante conocer el perfil socio económico de cada madre soltera a la cual se le desea hacer la propuesta de Network Marketing, ya que varía de una a otra acorde a sus recursos materiales, financiero e incluso de tiempo el cual será determinante para que pueda desarrollarse de manera optima.

Fase II: Objetivos de Marketing

Objetivos Financieros:

Incentivación a la inversión.

Generar Ingresos Extras.

Mejorar las finanzas personales.

Objetivos de Mercadeo

Persuadir a las madres solteras para que emprendan.

Motivar a las madres solteras para que emprendan un negocio en el network marketing.

Convencer a las madres solteras de que si pueden hacer este tipo de negocio.

Fase III: Ventajas y Desventajas del Network Marketing para madres solteras emprendedoras.

Ventajas:

-Inversión inicial baja.

-Flexibilidad del horario de trabajo.

- Posibilidad de ser su propio jefe.
- Cuenta con un equipo de apoyo.
- Posibilidad de generar un nivel muy elevado de ingresos pasivos o residuales. (Obtener ingresos sin necesidad de estar en actividad todo el tiempo).
- Las compañías multinivel de última generación permiten administrar, vender y trabajar 100% desde el hogar y por Internet.
- Depende de la organización; el negocio puede ser heredable para su primera generación.

Desventajas:

- No tiene un sueldo fijo, seguro, todo depende de su desempeño, al menos en un comienzo.
- Este tipo de negocios puede requerir, sobre todo al principio, mucho trabajo, dedicación y sacrificio, al menos durante el primer y segundo año.
- Requieren tener un gran espíritu emprendedor y la capacidad de estar permanentemente motivadas.
- Es necesario tener plena convicción de que es un excelente modelo de negocio y que vale la pena continuarlo hasta alcanzar el éxito cueste lo que cueste.

Fase IV: Estrategias del Network Marketing

1.- Home Meeting (reunión en casa): Estas reuniones permiten promover los productos de la compañía de una manera cómoda, económica y sencilla para comenzar con buen pie el emprendimiento.

Es recomendable la realización de una ficha (Podría ser en la agenda), en la que se plasmen los datos de cada una de las personas que acudan a estas reuniones, ya que podrían servir de utilidad más adelante para hacerles llegar ofertas exclusivas, muestras gratuitas, nuevos productos, etc.

Uno de los beneficios que tiene esta estrategia es la confianza que se genera, dado que se realiza en la propia casa del patrocinador, hace de este tipo de reuniones algo sencillo y duplicable por cualquier futuro asociado(a).

Lo recomendable es controlar que no haya interrupciones por celulares, mascotas, niños, entre otro; ser lo más cercano posible, ya que probablemente esas personas sean familiares o conocidos de toda la vida.

Al finalizar el Home Meeting (reunión en casa) después de haber agradecido por el tiempo que han dedicado, estar atento si alguna persona pudiese estar interesada en ser socio, de ser así, anotar su número telefónico y cerrar una próxima cita para comentarle personalmente como realizar este tipo de negocio.

2.- One to One (Uno a uno): El propósito de esta estrategia es conocer si el prospecto lo que quiere es consumir el producto, vender el producto y hacer un modelo de negocio pequeño, o hacer el modelo de negocio grande (duplicación masiva).

Lo recomendable es ir acompañado a dar la presentación al prospecto, es decir, que sean dos distribuidores dándole la presentación a un prospecto, es una manera de crear ventaja. Por otro lado, si se es nuevo en el negocio, lo mejor es dejar que el otro socio de la presentación.

3.-Open Meeting (Reunión abierta) por parte de la organización: La mayoría de las organizaciones multiniveles tienden a tener un día a la semana para dar una presentación de negocios, dándole la oportunidad a los asociados de invitar a sus prospectos.

Lo recomendable es asistir junto con sus invitados, quedarse con hasta el final de la presentación y hacerles sentir ya dentro del equipo a los prospectos,

presentándoles a los demás socios, tanto nuevos asociados como ya aquellos que han tenido resultado.

Esta presentación la suelen realizar ejecutivos clasificados, es decir, aquellos que ya han tenido resultados en el negocio, por lo que hablarán con voz de experiencia.

Ir a estas presentaciones es relativamente renovar energías, la actividad está hecha para transmitir entusiasmo, motivación, etc.

4.-Seguimiento: El seguimiento de los prospectos es algo muy importante para alcanzar el éxito en los negocios de Multinivel. Sin embargo, si no se tiene la suficiente preparación por parte del Networker, hará que el prospecto se pueda sentir acosado, perseguido; y eso no es nada bueno para el emprendedor, pues lo hace ver como una persona que sólo está cazando a la gente, pierde confianza y credibilidad.

Lo recomendable es que antes de la presentación dejarle saber a tu prospecto que tu propuesta de negocio incluye varios pasos y que tu quieres que él se tome uno o dos días para analizar tu propuesta, porque tu no deseas que él entre a trabajar contigo por pura emoción, tu estas buscando personas serias que verdaderamente deseen convertirse en profesionales del Multinivel.

Se recomienda decir algo como: “hoy en esta presentación, no voy a tocar algunos puntos, como son el plan de compensación, porque imagínate! Se me duermen todos en la presentación si yo comienzo a desglosar el plan de compensación”. La idea es ser un poco jocoso también, con esto se estaría dejando una puerta abierta para otra reunión.

La siguiente recomendación es decir algo como: “te voy a entregar el plan de compensación para que lo mires en tu casa y te llamo mañana para reunirnos y darte

más detalles y contestar tus preguntas: ¿A qué hora te parece bien que nos podamos reunir mañana?”

Cuando te reúnes por segunda vez con el prospecto, debes proyectar crecimiento, superación, expansión y también dejar las puertas abiertas para una próxima reunión, o sea, para que tu le puedas volver a llamar por una tercera vez, recuerda, **en el seguimiento está la fortuna.**

Y por último decir algo como: “este negocio no lo desarrollo yo solo, tengo mentores, socios y líderes dentro de mi organización y juntos estamos expandiendo este negocio, y me gustaría presentarte algunas de estas personas, adicional me gustaría que vieras la dinámica de las presentaciones de negocios que hacemos, no tanto que escuches lo que van a decir porque es algo repetitivo, es más o menos lo que ya yo te he presentado, lo que me interesa que veas es la dinámica de las presentaciones”

Este periodo de tiempo que se invierte en el prospecto para hacerle el seguimiento es muy importante y valioso para ambos, ya que tendrán la oportunidad de crear un vínculo, donde hay seguridad, afinidad, confianza y el prospecto estará listo para tomar la decisión de trabajar contigo como distribuidor de tu compañía o convertirse en tu cliente.

5.-Publicidad Boca a Boca: no hay mejor publicidad que las recomendaciones de boca en boca. Después de todo, es muy probable que un cliente que llama porque un amigo o colega le hizo una recomendación sobre un producto lo compre. Por eso, ésta es la estrategia a la que muchos emprendedores deciden apostar.

Cada experiencia positiva se comenta a 3 personas; un cliente satisfecho le comenta su experiencia, en promedio, a 3 personas. Estamos hablando de una experiencia que se salga de lo normal, ya que una mera experiencia satisfactoria no

genera el efecto diseminador. La experiencia tiene que superar por mucho las expectativas. Prometa menos de lo que tiene para dar y ese efecto se dará naturalmente. Si la experiencia es ampliamente satisfactoria probablemente no sean 3 sino 5 las personas que se enterarán de la noticia y estas se lo contarán, a su vez, a 1 persona más. Estamos hablando de que 10 personas se enterarán de la exitosa experiencia de un solo cliente.

Cada experiencia negativa se comenta a 10 personas; y aquí está la mayor fuente potencial de boca a boca. “Canalizar un enojo” seguramente potenciará el boca a boca de mejor manera que una simple “experiencia positiva”. Si Ud. logra resolver el problema y además, brinda un extra por las molestias causadas, esas personas se enterarán de lo bueno y seguramente se lo comentarán, al menos, a 1 persona más.

Entonces serán 20 las personas que conocerán su rapidez y eficiencia para resolver problemas. Recuerden: resolver problemas y brindar un “regalito extra” será siempre más recordado y comentado que brindar el servicio esperado.

Además el boca a boca produce la segmentación perfecta: el uno a uno. Cuando una persona le cuenta a otra sobre algo, sabe: quién es la persona, cuáles son sus gustos y preferencias, cómo se compone su familia, cuál es su historia de vida, qué temas le interesan y cuáles no. Y por si fuera poco Ud. tiene una relación con esas personas, comparte momentos y se comunica, se tiene una confianza que sería inigualable por cualquier otra herramienta publicitaria.

6.- Publicidad del producto o servicio apalancado en redes sociales.

Efectivamente, la principal ventaja es que las redes sociales no tienen límites, no tienen fronteras y abren el camino para conocer a todas las personas que quieras, personas que se pueden convertir en tus prospectos y tus futuros socios en tu negocio de network marketing, aunque esto no quiere decir, que se vaya a hablar con todo el

mundo y agregarle a la red social con el fin de que la primera frase que te lea la otra persona es la típica de “tengo un negocio multinivel” que tiene tal producto y el mejor plan de compensación, eso es mejor que ni se pase por la mente hacerlo, porque lo único que se puede conseguir de eso es crearse una mala reputación en la red, y de llegar a suceder eso, sería muy difícil de solucionar.

Entonces, se recomienda: utiliza un perfil sobre tu persona y no sobre tu negocio, producto o compañía, dar información de valor, sociabilizar con la gente, relacionarte con ella más allá de tu negocio o el suyo.

Con eso, se conseguirá tener cientos de nuevos amigos, y quién sabe si alguno de ellos pregunte y quiera trabajar asociarse contigo. Por último hay que tener en cuenta que todo lleva un proceso y es imprescindible llenarse de paciencia.

A continuación se mostrará un ejemplo de unas publicaciones por las redes sociales de carácter informativo donde enseña como ingresar a lo que es la plataforma de ventas del producto o servicio, y en este caso es una agencia de viajes:

Primera Publicación: muestra en miniatura el diseño de la web y deja a la vista el link y código ITA para poder ingresar a la plataforma.



Segunda Publicación: muestra ampliamente el diseño de la web, es decir, el diseño de la plataforma de la agencia de viajes.



Tercera Publicación: muestra el procedimiento que se debe realizar si se desea comprar para este caso, el servicio.



Además, se podría crear un álbum donde contenga precios de sus servicios actualizados:

Aruba

IDA Y VUELTA

BSF
141.910

👍 25795

@Saimonve
www.agenciadeviajesvirtual.com

Call Center: 0212-9913969 0212-3357669 0241-5134972 0241-3351473 0243-2005109 Código ITA 25795

Guayaquil

IDA Y VUELTA

USD
492.80

👍 25795

@Saimonve
www.agenciadeviajesvirtual.com

Call Center: 0212-9913969 0212-3357669 0241-5134972 0241-3351473 0243-2005109 Código ITA 25795

Por último, de tenerlo, compartir información que se considere beneficiosa para tu audiencia; tal vez a más de uno le sea útil para poder comprar de tu producto o servicio:

**RESERVA TUS BOLETOS EN
DÓLARES Y PÁGALOS EN
BOLÍVARES**

25795

@Saimonve
www.agenciadeviajesvirtual.com

Multiplaza: 0212-9818851 0212-987669 0212-6134972 0212-9561879 0249-0001018 0249-0001018

VISION TRAVEL
DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE

Listado de paquetes y comisiones

www.agenciadeviajesvirtual.com

GALAPAGOS 3 noches / 4 días desde USD \$356 FSB BV \$ 10.6 41 Salidas todo el año	BAÑOS - TENA 4 noches / 5 días desde USD \$332 FSB BV \$ 9.96 40 Puyo - Ambato
MARGARITA 2 noches / 3 días desde Bsf \$ 12540 FSB BV \$ 1.5 6 Club Punta Playa	BOGOTA 4 noches / 5 días desde COP \$1'136800 FSB BV \$ 13.6 55 Incluye desayuno
LAGOS DE IBABURA 4 noches / 5 días desde USD \$322 FSB BV \$ 9.6 39 Ipiales - Las Lajas	REP. DOMINICANA 5 noches / 6 días desde USD \$ 207 FSB BV \$ 6.2 25 Todo incluido

CONSIDERACIONES FINALES Y CONCLUSIONES

Estamos todos en el reciente amanecer de un nuevo milenio, y estamos al cuidado de una profesión nueva, valiente y sin límites que puede apoyar la libertad económica en el mundo y crear un hermoso futuro que valga la pena vivir, pero debemos demostrar en este siglo XXI que un porcentaje mucho mayor de gente que se asocia al Network Marketing tiene iguales posibilidades de prosperar en esta profesión, y ahora se cree que las herramientas que se necesitan para la expansión de tal prosperidad está a nuestro alcance, ya depende de la voluntad de cada persona para hacer que los resultados sucedan, de que tan rápido desarrolle sus habilidades, de que tanto sea su deseo de crecer, de aprender o sus ganas de conseguir ingresos extras. Como también hay que tener en consideración que este tipo de negocio no necesariamente tiene que ser para aquellas personas desempleadas o de bajos recursos, sino que también para aquellas que tienen sus empleos pero desean generar unos que otros ingresos extras, y no solo disfruta del dinero sino que también la mayoría de las organizaciones tiene muy buenos premios para los afiliados a ella, como lo son los viajes con los gastos pagados, u hospedaje en ciertos sitios con un considerado porcentaje de descuento, pases vip a ciertos eventos, entre otros.

Por otro lado, en el Network Marketing se llega a mayor cantidad de mercados que en un mercadeo tradicional, se disminuyen los costos de distribución, se obtienen ganancias sin intermediarios, además las personas se convierten en empresarios bajo la condición de que deben tener ganas de enseñar a otros, tener mayor facilidad de construir lealtad de marca, a través de la recomendación del negocio y los distribuidores que son los que desarrollan la red de negocios, entonces como se puede ver este tiene varias características a su favor y de por sí ya trae consigo sus propias

estrategias que no hace falta más sino que conocerlas y aprender a manejarlas y aplicarlas.

El multinivel o network marketing se construye por la iniciativa de un par de empresas quienes hicieron que la industria del mercadeo en red de Estados Unidos y a nivel mundial tuviera un giro de 360 grados y con esta revolución surgiera la aparición de muchas empresas basadas en este sistema.

Esto nos demuestra que el sistema de multinivel no es algo nuevo y que está diseñando para personas emprendedoras que quieran iniciar su propio negocio con una inversión mínima y tener grandes oportunidades de generar ingresos a corto, mediano y largo plazo en donde tanto el distribuidor primario como el distribuidor secundario ganan comisiones por las ventas realizadas. Por ende ingresar a un negocio de multinivel nos prepara para iniciar nuestra propia empresa sin la necesidad de realizar enormes inversiones.

El multinivel es un modelo de negocios y una buena muestra del marketing directo en el que una persona se vincula con una compañía como independiente o franquiciado y recibe una compensación basada en la venta o recomendación de productos o servicios personales y de los demás miembros asociados mediante dicha persona, por lo tanto los ingresos residuales que es donde está el potencial de este sistema, depende no solo del trabajo y esfuerzo de esta persona sino del trabajo y esfuerzo de las personas asociadas a la misma, eso es lo que llamamos "Apalancamiento" y lo importante es que todos los miembros de la red de mercadeo tienen las mismas oportunidades de crecer económicamente.

Este modelo de distribución de productos ha ido cobrando relevancia durante los últimos años debido a la creciente dificultad de las personas para conseguir un buen empleo que le genere suficientes ingresos para tener una buena calidad de vida.

Puesto que el Network Marketing se basa en la recomendación boca a boca por parte de sus consumidores-distribuidores, la penetración en el mercado es muy superior, ya que el consumidor prefiere probar un producto recomendado por un conocido, antes que por habérselo ofrecido en un anuncio publicitario. Por otro lado, las habilidades que se necesitan para desarrollar este tipo de negocio, no excluye en nada al sexo femenino, e incluso se le suma otra gran ventaja a la mujer por la parte social ya que las féminas suelen desde pequeña ir desarrollando la capacidad emocional que les permite comunicarse de una mejor manera para con los demás.

REFERENCIAS

Impresas:

Arias, Fidas. (2012) *El proyecto de investigación*. Editorial Episteme, 6ta edición.

Balestrini, Mirian. (2006) *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. Consultores Asociados, 7ma edición. Venezuela

Hurtado, Jacqueline. (2007) *El proyecto de investigación*. Fundación Sypal. Editorial Magisterio, Bogotá.

(Fedupel, 2010) **Manual de Trabajos de Grado, de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales.**, Caracas.

Electrónicas:

Isturiz, Jesús (2012), en su trabajo de grado para optar por el título de Especialista en Administración de Empresas, Mención Mercadotecnia en la Universidad Católica Andrés Bello, en Caracas, Venezuela, realizó un trabajo de grado titulado Situación del multinivel en Venezuela.

Padilla, Juan (2012), en su trabajo de grado para optar por el título de maestro en ingeniería, facultad de ingeniería en la Universidad Nacional Autónoma de México, en México D.F. Realizo un trabajo de grado titulado optimización de un modelo estadístico de un sistema multinivel.

Nieto, Nathaly (2013), en su trabajo de grado para optar por el título maestro en psicología del trabajo, facultad de psicología en la Universidad Autónoma de

Querétaro, en México, Querétaro. Realizo un trabajo de grado titulado Marketing Multinivel: Riesgos e Impactos en la Calidad de Vida en Mujeres Queretanas.

Aumento de Madres solteras, 31 de mayo del 2009, disponible en: <https://es.zenit.org/articles/el-cambiante-rostro-de-la-maternidad-aumentan-las-madres-solteras/>

Ventajas o beneficios del Network Marketing, 2016, disponible en: <http://adolfobolla9.wixsite.com/networkerprofesional/ventajas-del-networking>

Que es mercadeo? 26 de septiembre del 2010, disponible en: <http://www.gerencie.com/%C2%BFque-es-mercadeo.html>

Estrategias básicas para el éxito en el Network Marketing, 03 de Marzo del 2015, disponible en: <http://networkmarketingbyc.blogspot.com/>

Teoría del plan de compensación unilevel, 17 de Febrero del 2015, disponible en: <http://www.planesdecompensacion.com/plan-de-compensacion-uninivel-hibrido/>

Plan de compensación matricial o matriz, 28 de Septiembre del 2015, disponible en: <http://www.hernandogarciaf.com/2015/09/plan-de-compensacion-matricial-o-matriz.html>

Plan de compensación binario, 16 de Octubre del 2012, disponible en: <http://es.slideshare.net/nestorhguerrero/plan-binario>

Historia del network marketing, 2013, disponible en: <https://jdaavidulloa.files.wordpress.com/2013/05/fundamentos-del-marketing-multinivel.pdf>

Escogencia de empresa multinivel, 2013, disponible en:
<https://jdaavidulloa.files.wordpress.com/2013/05/fundamentos-del-marketing-multinivel.pdf>

Estrategia para el network marketing, 2014, disponible en:
<http://networkmarketingbyc.blogspot.com/>



ANEXO

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

ENCUESTA

A continuación, se realizarán una serie de 20 preguntas dirigidas a madres solteras del municipio Valencia, Edo. Carabobo para conocer su situación laboral y económica:

1.- ¿Es Ud. Quien se hace cargo de los gastos de su familia?

Si_____ No_____

2.- Devenga Ud. la cantidad equivalente a dos o más salarios mínimos?

Si_____ No_____

3.- Devenga Ud. la cantidad equivalente a un salario mínimo o menor a este?

Si_____ No_____

4.- Posee Ud. Cuenta en alguna institución bancaria?

Si_____ No_____

5.- Ud. Dispone tarjetas de créditos?

Si_____ No_____

6.- Ud. dispone de vehículo propio?

Si_____ No_____

7.- ¿Recibe Ud. Algún tipo de ayuda económica de parte de terceros para sostener a su familia?

Si_____ No_____

8.- Realiza alguna otra actividad económica informal?

Si_____ No_____

9.- Esta Ud. conforme con la calidad de vida que tiene actualmente?

Si_____ No_____

10.- ¿Con sus ingresos actuales podría conseguir la calidad de vida que desea tanto para Ud. como para su familia?

Si_____ No_____

11.- ¿Vive Ud. alquilada?

Si_____ No_____

12.- ¿Vive Ud. en casa propia?

Si_____ No_____

13.- Sus hijos asisten a una institución privada?

Si_____ No_____

14.- Sus hijos asisten a actividades extracurriculares?

Si_____ No_____

15.- En vacaciones escolares, Ud. tiene el habito de inscribir a sus hijos en algún tipo de plan vacacional?

Si_____ No_____

16.- Suele Ud. realizar paseos familiares?

Si_____ No_____

17.- En caso de no cumplir con las últimas cuatro condiciones, le gustaría a Ud. tener un mejor poder adquisitivo para poder disfrutar dichas condiciones?

Si_____ No_____

18.- Anteriormente le han presentado una oportunidad de negocio (para emprender)?

Si_____ No_____

19.- Sabía Ud. que a través del emprendimiento su situación económica y laboral posiblemente mejore?

Si_____ No_____

20.- Estaría Ud. dispuesta a escuchar nuevas propuestas de emprendimiento?

Si_____ No_____

