

El modelo Network marketing como alternativa de negocio para los jóvenes de Aguachica- Cesar.

Geily Daniela Ayala García

“Estudiante del programa de administración de empresas, de la universidad Popular del Cesar, seccional Aguachica”

Correo electrónico: gayala@unicesar.edu.co

Yissel Yajaira Pimienta Peña

“Estudiante del programa de administración de empresas, de la universidad Popular del Cesar, seccional Aguachica”

Correo electrónico: yyajairapimienta@unicesar.edu.co

Resumen

La presente investigación se realizó para analizar el modelo Network marketing como alternativa de negocio para los jóvenes de Aguachica Cesar, teniendo en cuenta que en la actualidad es un modelo de negocio que cada día está cobrando más fuerza en el mercado y considerando que las cifras de desempleo han venido en aumento, se encontró que, para los jóvenes de 15 a 28 años en el total nacional en el trimestre marzo mayo de 2022 fue de 19,0%. (DANE, 2022) Frente a ello se plantea como objetivo analizar el modelo Network marketing como alternativa de negocio para jóvenes de Aguachica; por ello, se realiza una investigación descriptiva de tipo documental en donde se muestra una estrategia idónea y adecuada de Network marketing a partir de la venta directa como mecanismo de oportunidad de emprender para los jóvenes. La investigación realiza un aporte a la situación de empleo y economía de la región ya que se centra en la generación de una cultura de autosuficiencia en donde el reconocimiento de las propias capacidades, el crecimiento individual y el hecho de manejar el propio tiempo son elementos importantes frente a una economía que poco a poco se va diversificando.

Palabras Claves: Afiliados, desempleo, marketing, venta directa

The network marketing model as a business alternative for the youth of Aguachica- cesar.

Abstract

The present research was conducted to analyze the Network marketing model as a business alternative for young people in Aguachica, Cesar. Taking into consideration that it is currently a business model that is gaining more strength in the market every day and considering that unemployment rates have been increasing, it was found that the unemployment rate for young people aged 15 to 28 years in the national total during the March-May 2022 quarter was 19.0% (DANE, 2022). In light of this, the objective is to analyze the Network marketing model as a business alternative for young people in Aguachica. Therefore, a descriptive documentary research is carried out, presenting a suitable and adequate Network marketing strategy based on direct selling as a mechanism for young people to embark on entrepreneurial opportunities. The research contributes to the employment and economic situation of the region by focusing on the generation of a culture of self-sufficiency where recognizing one's own abilities, individual growth, and managing one's own time are important elements in an economy that is gradually diversifying.

Keywords: Affiliates, unemployment, marketing, direct sales.

Introducción

La presente investigación se realiza para analizar el modelo Network marketing como alternativa de negocio para los jóvenes de Aguachica Cesar, teniendo en cuenta que en la actualidad es un modelo de negocio que cada día está cobrando más fuerza en el mercado. El objeto fundamental de estudio es dar a conocer las características que rodean a las principales empresas que utilizan el modelo de negocio del Network Marketing.

Actualmente se puede observar que el municipio de Aguachica, se encuentra en pro de buscar alternativas que favorezcan ingresos adicionales; de hecho, según informe del banco mundial Colombia viene con una economía desacelerada donde para el próximo año se verán afectados diferentes factores y continuamente la demora en el mejoramiento de las condiciones del mercado laboral.



La investigación del modelo de Network Marketing brinda a los jóvenes la oportunidad de ejercer una profesión y de emprender un negocio que permite obtener un código como distribuidor independiente y generar ingresos adicionales distribuyendo productos y formando redes sólidas. Es así que se pretende mostrar una tendencia que inevitablemente está presente en la nueva economía tal y como lo menciona en su libro Robert Kiyosaki "El Network marketing como el negocio del siglo XXI". (Molina, 2020).

Para el desarrollo de la investigación se hace énfasis en las empresas respaldadas por ACOVEDI (La Asociación Colombiana de Venta Directa) amparadas por la ley 1700 de 27 de diciembre de 2013 la cual regula el sector de la venta directa. En cuanto al municipio de Aguachica se pueden presenciar que existen varias de esas empresas con origen extranjero y son desarrolladas a partir de líderes, distribuidores y vendedores que bajo el modelo de negocio Network marketing han logrado grandes resultados y viven actualmente de él.

La importancia del estudio es poder brindar el diseño de una estrategia efectiva para el desarrollo del modelo para los jóvenes que están en búsqueda de oportunidades y así mostrar las diferentes posibilidades que se tienen para el acceso a una fuente de ingresos cuya base es el mercadeo pero que también aporta mucho más allá de lo económico.

A nivel mundial temas como el desempleo, subempleo y la insatisfacción laboral han tomado mayor importancia en los últimos años, debido a que las cifras y la situación en general de las personas son

cada vez más alarmantes. Diariamente se ven diferentes artículos en los cuales todos los estudios arrojan como resultado una conclusión en común: la oferta laboral excede en gran manera la demanda y las oportunidades laborales cada vez son más escasas.

Se calcula que al menos 220 millones de personas seguirán desempleadas en todo el mundo este año, muy por encima de los niveles pre pandémicos, con una débil recuperación del mercado laboral que exacerba las desigualdades existentes, dijo el miércoles la Organización Internacional del Trabajo (OIT). La agencia de Naciones Unidas pronosticó que las perspectivas mejorarán a 205 millones de desempleados en 2022, aún muy por encima de los 187 millones registrados en 2019 antes de los estragos causados por la crisis del coronavirus. (Weller, 2020).

Colombia es la tercera economía con la mayor tasa de desempleo de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (Oce), con una tasa de desocupación laboral que está 1,3 puntos porcentuales arriba en comparación a febrero de 2020. Y, según proyecciones del Banco de la República, la tasa de desempleo estará en un rango entre 10,5% y 13%, con un escenario central en 11,7% para 2022 (Banco de la República, 2022).

A nivel nacional, la población desocupada en mayo de 2022 se redujo en 940 mil personas frente al mismo mes de 2021, lo que refleja una variación de -26,2%, para llegar así a 2,7 millones de desocupados. En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, el total de desocupados fue 1,3 millones, representando una

disminución del 30,9%, para aportar -16,0 p.p. a la variación nacional. Estas variaciones estadísticamente significativas. (El Nuevo Siglo, 2022).

En el primer semestre de 2022, en la región Caribe el total de ocupados fue 4.703 miles de personas, la población desocupada fue 627 mil personas y la población fuera de la fuerza laboral fue 3.179 miles de personas. . (DANE, 2022).

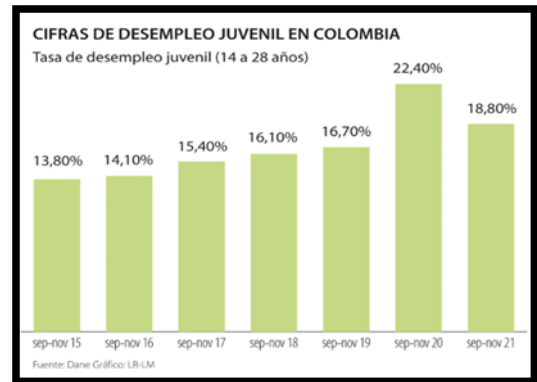


Ilustración 1 fuente: Dane

Metodología: Un conjunto de procesos sistemáticos y empíricos que se aplica al estudio de un fenómeno” (Sampieri, 2016)

El tipo de estudio que se empleó para el desarrollo de la investigación es descriptivo y exploratorio. La parte que comprende las empresas vinculadas a Acovedi se trabajó de forma exploratoria, por medio de la revisión de investigaciones realizadas con anterioridad y la información disponible a través de internet en donde se logró obtener información primaria y secundaria reciente sobre la venta directa a través de la modalidad de multinivel. De esta manera, se obtuvo información específica que dio mayor estructura al desarrollo del trabajo y presentó una perspectiva más amplia de las variables que en él intervinieron.

La investigación cualitativa es trabajada en la presente investigación y se hace uso de la revisión documental pues esta permite identificar investigaciones elaboradas con anterioridad y de allí construir unas

propias premisas, considerando las bases teóricas y realizando las relaciones necesarias entre la documentación encontrada (Valencia, 2018).

- Fuentes primarias: es importante partir de las fuentes primarias las cuales están integradas desde la información suministrada desde cámara de Comercio, revisión de resultados financieros pertenecientes a las empresas investigadas, así como en otros documentos que se han realizado a nivel nacional en donde se encuentra la información pertinente y adecuada para profundizar y analizar en la investigación. (Martínez, revista comunicar, 2018)

- Fuentes secundarias: son aquellas que contienen información organizada y elaborada, producto del análisis, síntesis y reorganización de las fuentes primarias, entre las que se encuentran: diccionarios, enciclopedias, antologías, directorios, anuarios, bibliografías, catálogos, boletines de sumarios, índices de citas o índices de

impactos, obras de referencia, entre otras. (Martínez, Revista comunicar, 2018)

La información se obtuvo directamente de artículos, y estudios realizados en otros países acerca del tema a tratar, así como investigaciones, informes y ensayos, que apoyarán y orientarán el proceso de investigación, permitiendo el análisis, el comentario, la síntesis e interpretación o evaluación de la información recolectada. Entre las bases de datos utilizadas para la recolección de la información, se encuentran EBSCO, base de datos multidisciplinaria; Dialnet, uno de los mayores portales bibliográficos de literatura científica y Google académico, en los cuales se utilizaron palabras claves de búsqueda tales como: marketing multinivel, venta directa, mercadeo en red, Network marketing, venta por catálogo.

En el enfoque cuantitativo los planteamientos a investigar son específicos y delimitados desde el inicio de un estudio. Además, las hipótesis se establecen previamente, esto es, antes de recolectar y analizar los datos. La recolección de los datos se fundamenta en la medición y el análisis en procedimientos estadísticos. (Roberto, 2016)

Resultados

Identificar las empresas que implementan el modelo Network marketing en Colombia

Se realizó un cuadro informativo identificando las empresas de venta directa respaldadas por Acovedi (Asociación Colombiana de Venta Directa); es una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a las principales empresas de Venta Directa del sector con el objeto de promover actividades de ayuda mutua y de

mejoramiento de las mismas, así como de servir de medio de expresión y de defensa de los intereses del gremio, de generar parámetros y objetivos comunes, e intercambiar opiniones e información. (Acovedi, Acovedi, 2013)

La asociación tiene registrada actualmente 28 compañías, de ahí 22 empresas tienen presencia en Aguachica, Cesar entre ellas podemos encontrar las siguientes:

Empresa	Empresa
4Life	oriflame
Amway	Just
Avon	Le*Bon
Azzorti	Natura
Belcorp	Leonisa
Dolce	Nikken
Fuller Pinto	Nova venta
Gano Excel	Un Skin
Grupo MP	omnilife
Herbalife Nutrición	Grupo hinode
Hy cite	

Ilustración 2 fuente: Propia

Realizar un análisis acerca de las variables que intervienen en las empresas que usan Network Marketing

Una vez obtenidas las empresas pertenecientes a ACOVEDI, se procede a organizar una matriz de variables con el fin de analizar los componentes de cada una y lograr

la comparación entre ellas. Es necesario resaltar que se tomaron para el análisis 5 de ellas, las cuales son las más representativas en el municipio y cuentan con mayor visibilidad y afiliados.

Gano Excel

Gano Excel nació en Malasia, pero ha ganado reconocimiento internacional como líder mundial en la investigación, cultivo, producción, distribución y comercialización de productos innovadores de clase mundial Ganoderma.

Beneficios por la incorporación

Una vez que usted decida iniciar su negocio en Gano Excel, el requisito básico que deberá cumplir es el mantenerse ACTIVO, significa que usted genera un mínimo de 50PV en Volumen Personal (PV) cada cuatro (4) semanas.

Desde el primer día en el que inicie su negocio Gano Excel, usted tendrá la oportunidad de aprovecharlas las cinco primeras formas maravillosas para generar ingresos inmediatos y sostenibles.

Formas de Ganar

Gano Excel tiene 12 formas de ganar.

Diseñar una estrategia efectiva para el desarrollo del modelo de Network marketing como alternativa al desempleo enfocada en el municipio de Aguachica, Cesar.

Compensación

Ingresos inmediatos

Ganancias Directas (ganancia diaria semanal)

GEN5 (Pago semanal)

Los Vendedores Independientes que son “ESP Calificados” podrán obtener compensaciones entre \$25 y \$150 Dólares, cada vez que por personas a quienes hayan vinculado en forma personal

(GEN 1), realice la compra de algunos de paquetes (ESP). Además, los “ESP Calificados” gozarán de compensaciones de \$5 a \$40 Dólares, hasta cuatro (4) generaciones en profundidad

(GEN2 - GEN5)

Bono súper estrella (pago semanal)

La clave fundamental para incrementar y acelerar el desarrollo de su negocio es invertir en el éxito de su equipo. El ayudar a los Vendedores Independientes a quienes hayan afiliado en forma personal a alcanzar y mantener - su condición de Binario Calificado, esto le permite obtener un MVP

- Bono Súper estrella de \$25.

Rebaja de Volumen Personal (pago semanal)

La Rebaja de Volumen Personal por compra de volumen adicional complementa los esfuerzos de su negocio al proveer un descuento por volumen en cualquier semana en la que su compra sobrepase los 100CV en total (las compras personales ESP están excluidas)

Oriflame

Fue fundada en Estocolmo, Suecia en 1967 por Jonas y Robert af Jochnick, y su amigo Bengt Hellsten. Ellos decidieron iniciar su propio negocio para seguir su sueño y dar oportunidad a otros de transformar su vida.

El primero muestra el inicio de “la escalera de éxito Oriflame” desde el



ingreso del nuevo afiliado en la compañía hasta llegar al primer escaño de liderazgo denominado “Empresario Destacado”,

4 formas de ganar

Ganancia inmediata

Es cuando ganas dinero vendiendo productos

Incentivo Monetario

Puedes obtener un ingreso monetario por patrocinar (invitar) a otras personas a que se unan a tu Red. La suma de todas las ventas o consumos grupales son las que determinarán el monto.

Bonos Superiores

Estos son ingresos monetarios por desarrollar Líderes y ayudarlos a tener éxito.

Cheques en Dólares

Tú puedes recibir esta recompensa única cada vez que alcances un nuevo título en la Escalera del Éxito, comenzando con el título de Director. Desde que inicias el negocio se gana la diferencia (30%) entre el precio del cliente y el precio que se encuentra en el catálogo impreso o en línea. Además, puedes obtener de un 3% al 21% en tus ventas personales y grupales.

Las calificaciones siguientes tienen que ver con la capacidad de liderazgo del afiliado, de acuerdo al número de empresarios destacados (que hayan alcanzado el 21%). Sujeto a términos y condiciones de la empresa

Diseñar una estrategia efectiva para el desarrollo del modelo Network marketing como alternativa de negocio enfocada en el municipio de Aguachica, Cesar

En concordancia con el tercer objetivo, el cual tiene como propósito diseñar una estrategia efectiva para afrontar al desempleo enfocado en los jóvenes del

municipio: se ha creado una página de web que brindara un portafolio de empresas seleccionadas que con base a la investigación se encuentran bien categorizadas.

<https://yyajairapimienta.wixsite.com/empr-endeconexito>

Discusión de resultados:

1 resultado: Identificar las empresas con modelo Network marketing en Colombia, encontramos La Asociación Colombiana de Venta Directa es una entidad sin ánimo de lucro que agrupa a las principales empresas de venta directa del sector. Representan a 28 empresas asociadas que se expresan en más de 2 millones de colombianos que se encuentran dentro del modelo y 22 de ellas tienen presencia en el municipio de Aguachica como lo son Amway, Azzorti, Gano Excel, 4life, Natura, Avon, Royal prestige, Herbalife nutrition etc... (Acovedi, 2013)

A nivel mundial encontramos un ranking de las empresas que más facturan, en primer lugar, tenemos a Amway ocupa el primer lugar por octavo año consecutivo con \$ 8.500 millones en ingresos y \$ 100 millones en crecimiento, Natura & Co./AVON: reporta \$ 7.16B en ingresos, Herbalife Nutrition: creció con \$ 600 millones este año, sus ingresos son de \$ 5,5 mil millones, Nu Skin: \$ 100 millones entre 2019 y 2020 con un crecimiento de \$ 2.500 millones. (Perez, 2021) Podemos apreciar que no solo en Colombia estas empresas son muy rentables los números son los que hablan de lo rentable que puede ser trabajar con cualquiera de estas empresas.

2 resultado: Una vez obtenidas las empresas pertenecientes a ACOVEDI, se procede a organizar una matriz de variables con el fin de analizar los componentes de cada una y lograr la comparación entre ellas. Es necesario resaltar que se tomaron para el análisis 5 de ellas, las cuales son las más representativas en el municipio y cuentan con mayor visibilidad y afiliados.

3 resultado: el cumplimiento del tercer objetivo, que abogaba por la formulación de una estrategia efectiva para promover el Network Marketing como una solución viable a la problemática de la falta de oportunidad laboral para los jóvenes de Aguachica, Cesar, ha sido alcanzado de manera significativa. La creación de una página web estructurada y enfocada no solo sirve como una plataforma de información, sino que también establece un punto de encuentro para iniciativas, educación y oportunidades de networking en el sector de Network Marketing.

Conclusiones

En función de los resultados recogidos y el análisis profundo realizado, se puede inferir que el modelo Network Marketing emerge como una alternativa potencialmente viable y sustentable frente a la falta de oportunidades laborales que prevalece en la demografía joven de Aguachica, Cesar

La adopción del modelo de Network Marketing introduce una ruta divergente para el empleo, permitiendo a los jóvenes explorar oportunidades fuera de los empleos tradicionales, lo que, en última instancia, podría ampliar

Esta estrategia se destaca como una solución ingeniosa que capitaliza las tendencias digitales contemporáneas, facilitando una integración más fluida de los jóvenes en el mercado laboral a través de canales no convencionales. Además, se espera que actúe como un facilitador para la creación de emprendimiento, al proporcionar acceso a una amplia variedad de recursos y herramientas necesarios para emprender con éxito en este campo.

Además, el enfoque colaborativo de la estrategia, que involucra la participación de entidades clave como Acovedi, augura un entorno de apoyo robusto y bien regulado, que puede ayudar a evitar las trampas comunes asociadas con el sector del Network Marketing. En síntesis, se puede afirmar que la estrategia diseñada es una respuesta acertada y bien fundamentada a las necesidades identificadas, y tiene el potencial de catalizar un cambio positivo en la esfera del empleo juvenil en Aguachica, Cesar.

el espectro de oportunidades de empleo en la región.

Este modelo fomenta el espíritu emprendedor, permitiendo a los jóvenes tomar la iniciativa para crear y gestionar sus propios negocios, fomentando así una cultura de independencia y autonomía. La dedicación, el enfoque y la perseverancia fueron aspectos destacados como cruciales para el éxito en este campo, lo que promueve el desarrollo de una fuerza laboral resiliente y adaptable.

A través del continuo énfasis en la capacitación y el desarrollo de habilidades, los jóvenes tienen la oportunidad de desarrollar competencias cruciales, como la

habilidad de venta y las relaciones interpersonales. Esto, no solo beneficia su emprendimiento dentro del Network Marketing, sino que también es una inversión en su desarrollo personal y profesional a largo plazo.

Referencia

Banco de la Republica (2022). *Datos de desempleo en Colombia*. Tomado desde página web. <https://www.larepublica.co/economia/el-banco-de-la-republica-estima-que-la-tasa-de-desempleo-llegara-a-11-7-en-2022-3298730#:~:text=Teniendo%20en%20cuenta%20que%20se,11%2C7%25%20para%202022>.

DANE (2022). Indicadores de mercado laboral. Tomado desde página web https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/CP_empleo_may_22.pdf

El nuevo siglo (2022). Artículo "La tasa de desempleo nacional se ubicó en 10,7% en septiembre". Tomado desde página web <https://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/10-31-2022-mas-de-1700000-colombianos-consiguieron-empleo-este-ano-dane>

Molina, J. (2016). *Network Marketing Generador De Oportunidades*. Fundación Universitaria Católica - Lumen Gentium. Tomado desde página web https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/900/FUC_LG0015556.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valencia, V (2018). *Revisión Documental En El Proceso De*

Investigación. Universidad Tecnológica de Pereira. Tomado desde página web



<https://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/1000/1771/1771.pdf>

Weller, J. (2020). La pandemia del COVID-19 y su efecto en las

Acovedi. (27 de diciembre de 2013).
acovedi. Obtenido de
<https://acovedi.org.co/>

evaluacion/#:~:text=b)%20Fuentes%20secundarias%3A%20son%20aquellas,de%20sumarios%2C%20C3%A
Dndices%20de%20citas

Martínez, R. A. (19 de marzo de 2018).
Revista comunicar. Obtenido de
[https://www.revistacomunicar.com/wp/escuela-de-autores/las-fuentes-de-informacion-y-su-evaluacion/#:~:text=b\)%20Fuente s%20secundarias%3A%20son%20aquellas,de%20sumarios%2C%20C3%ADndices%20de%20citas](https://www.revistacomunicar.com/wp/escuela-de-autores/las-fuentes-de-informacion-y-su-evaluacion/#:~:text=b)%20Fuente s%20secundarias%3A%20son%20aquellas,de%20sumarios%2C%20C3%ADndices%20de%20citas)

tendencias de los mercados laborales. Publicaciones CEPAL. Tomado desde página web
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45759/1/S2000387_es.pdf

Martínez, R. A. (19 de marzo de 2018).
revista comunicar. Obtenido de
<https://www.revistacomunicar.com/wp/escuela-de-autores/las-fuentes-de-informacion-y-su->

Molina, J. (2016). Network Marketing Generador De Oportunidades. Fundación

Perez, K. A. (23 de ABRIL de 2021).
Universo MLM.

Roberto. (6 de diciembre de 2016).
Texcana american.

Sampieri. (06 de diciembre de 2016).
Tecana American. Obtenido de
<https://tauniversity.org/resumen-del-libro-metodologia-de-la-investigacion>