

RIF: J 30647247-9



Universidad
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNA OPORTUNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

Reportaje sobre la oportunidad de negocio que representan las redes de
mercadeo en Venezuela.

Autor:

Adames Carlos

24.224.023

Profesor coordinador:

Mercedes Malavé

Caracas, 7 de marzo de 2016

Índice

- Resumen..... Pág. 3.
- Presentación del proyecto..... Pág. 4-6.
- Estrategia..... Pág. 7-10.
- Propuesta..... Pág. 11-32.
 - Tendencia de negocio del siglo XXI..... Pág. 12-15.
 - Origen y evolución..... Pág. 15-21.
 - Realidad o ilusión..... Pág. 21-25.
 - Top 10..... Pág. 26-29.
 - El que no sabe es como el que no ve..... Pág. 29-32.
- Conclusión..... Pág. 33-34.
- Recomendaciones..... Pág. 35.
- Referencias..... Pág. 36-37.
- Anexos..... Pág. 38-41.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar de qué forma influyen las redes de mercadeo en la calidad de vida del venezolano. Bien sea positiva o negativamente, las redes de mercadeo o el Web Marketing constituyen una herramienta económica para los ciudadanos, ya que estas proporcionan un ingreso extra dentro del presupuesto familiar o personal de la persona que se desempeña en dicho ámbito.

Las redes de mercadeo son un sistema de venta directa en multinivel, lo que implica que cuentan con canales de distribución personalizados fuera de los establecimientos tradicionales. La venta directa se convierte en un medio por el cual un vendedor independiente recomienda el producto y la oportunidad de negocio, cuyos requisitos de entrada no están limitados a un perfil profesional ni una gran inversión económica.

Comprendiendo lo que esto representa tanto para las empresas como para los ciudadanos, el estudio estuvo basado en la oportunidad de negocio que ofrecen estas empresas de multinivel y en la capacidad que tiene el venezolano de reconocer esta oportunidad y aprovecharla para alcanzar su libertad financiera y mejorar su calidad de vida.

Los avances de personalidades importantes que se desempeñan en el Web Marketing, y en sus testimonios con respecto a su crecimiento económico y personal forman parte importante de esta investigación, esto con el fin de demostrar que las redes de mercadeo son una tendencia de negocio mundial efectiva, y por tanto colabora con el incremento económico de los venezolanos y con la mejora en su calidad de vida.

Estas empresas de multinivel se rigen por un código de ética de la World Federation Direct Selling Association y de su homólogo en el país, lo que ayuda a afianzar la legalidad de esta oportunidad de negocio y el impacto que esta pueda tener a nivel socioeconómico.

Presentación del proyecto

Reportaje sobre la oportunidad de negocio que representan las redes de mercadeo en Venezuela.

Título: Una oportunidad de emprendimiento.

En el siglo XXI la tecnología se ha hecho protagonista de la historia y con ella muchos aspectos de la sociedad han cambiado. El venezolano debe ir de la mano con la tecnología y avanzar junto a ella, por esta razón han surgido nuevas oportunidades de negocio que mezclan la economía con la tecnología.

No es un secreto para los venezolanos que la situación país se torna un poco complicada, y por esta razón es necesario buscar alternativas económicas que permitan el desarrollo personal y social de cada persona. Alrededor del mundo se han desarrollado miles de estrategias de negocio que van de la mano con el avance tecnológico, pero según coinciden varios expertos existe una oportunidad de emprendimiento que son Las redes de mercadeo y constituyen una tendencia de negocio mundial en este siglo.

Se realizó un trabajo de investigación sobre lo que es una red de mercadeo en Venezuela, la diferencia que existe con respecto a los negocios piramidales y lo que representa como oportunidad de negocio. Se plantea como problemática la falta de información debido a la postura que tiene el venezolano con respecto a esta profesión que en otros países está más desarrollada y es más conocida.

La motivación principal para la realización de este proyecto final de grado fue la oportunidad que pueden tener los venezolanos entrando en esas redes de mercadeo a nivel internacional que les permiten aumentar sus ingresos y así mejorar su calidad de vida en este país.

Objetivo general:

Realizar un reportaje en donde se exponga la oportunidad de negocio que representan las redes de mercadeo en Venezuela.

Justificación

La justificación de este proyecto final de grado gira entorno a la necesidad de oportunidades de trabajo que padece el venezolano. No es un secreto para nadie la desmejora en la calidad de vida por la situación económica que presenta el país. Existe la posibilidad de que las redes de mercadeo sean una herramienta económica para aumentar los ingresos sin dejar de hacer lo que ya estamos acostumbrados y pueden representar una forma para mejorar la calidad de vida del venezolano.

Desde el principio de la historia, el sistema educativo enseña que se debe estudiar para graduarse y conseguir un buen cargo en alguna empresa que de los beneficios pertinentes para desarrollarse dentro de la sociedad, esto implanta una mentalidad de empleado, casi desde el nacimiento, ya que no todos crecen con la posibilidad de ser dueños de su propio negocio.

Con las redes de mercadeo existe la posibilidad de que los venezolanos sean sus propios jefes, pero siempre es necesario arriesgarse y asumir que mientras más te esfuerces mayores serán tus logros. Entendiendo que en siglo XXI las redes de mercadeo representan una tendencia de negocio a nivel mundial, es necesario nutrir a las personas de información para explotar esta herramienta y así mejorar la calidad de vida de muchos venezolanos.

Con este proyecto final de grado se pretende ampliar información sobre las redes de mercadeo de forma que las personas se motiven y vean una oportunidad de emprendimiento y de mejora en su calidad de vida con esta nueva tendencia de negocio.

La sociedad necesita y exige calidad, pero se debe tomar en cuenta que el cambio lo hace cada persona individualmente, es necesario tomar riesgos, asumir responsabilidades y tomar las riendas de su futuro sin dejarlo en manos de alguien más.

En conclusión este reportaje está encaminado a atender la necesidad de información que tienen los venezolanos para explorar esta oportunidad laboral que las redes de mercadeo representan, y así mejorar la calidad de vida generando ingresos extras que ayuden a un mejor desarrollo social.

Se realizará un reportaje escrito investigativo de modo que se pueda contar con la opinión de varios profesionales para demostrar de qué manera influyen las redes de mercadeo en calidad de vida y además dar una herramienta que sirva a las personas para ampliar su conocimiento con respecto al tema de las redes sociales. Alrededor del mundo existen muchos países en los cuales esta modalidad de negocio es muy popular y las personas han sabido aprovecharla, a diferencia del venezolano que por falta de conocimiento no ha logrado explotar esta manera de emprendimiento al 100%.

La escogencia del reportaje como estrategia periodística para el desarrollo del tema de las redes sociales se debe a la capacidad que posee este de desarrollar un mismo tema con diferentes puntos de vista y además la particularidad tiene de mostrar una realidad ante una sociedad que tiene alguna necesidad o carencia.

Estrategia

Para la realización de este reportaje fue necesario seguir una serie de pasos entre los cuales se encuentra el proceso investigativo. Durante este proceso se recolecta la mayor cantidad de información de modo que el periodista en cuestión pueda estudiar la problemática desde distintos puntos de vista y pueda empezar a desarrollar el texto periodístico.

Luego de recolectar la información pertinente de distintas fuentes, se realizó una serie de entrevistas que ayudaron, con sus testimonios, a la realización del reportaje. Y para finalizar se analizaron todos los aspectos de la investigación para acercarse a una conclusión clara de modo que el reportaje muestre una visión objetiva de la realidad, en la cual se muestra lo que representan las redes de mercadeo en Venezuela.

Esta investigación radica en la desmejora de la calidad de vida del venezolano debido a la situación económica del país. Para la estructuración del reportaje se tomó en cuenta el hecho de que las personas no tienen mayor conocimiento del potencial de negocio que el marketing multinivel representa y que necesitan oportunidades de emprendimiento satisfactorias que los ayuden a mejorar económicamente. Por esta razón primero se define, luego se explica y para finalizar se exponen algunos casos de éxito.

Estructura del reportaje

Subtítulos

1. tendencia de negocio del siglo XXI

Dar una introducción sobre que son las redes de mercadeo y definir todos los términos que se utilizaran a lo largo del reportaje de una manera adecuada

tomando en cuenta que los temas centrales son las redes de mercadeo y su influencia en la calidad de vida del venezolano.

2. Origen y crecimiento

En este capítulo se desarrolla la historia y la evolución de las redes de mercadeo a nivel mundial.

3. Realidad o ilusión

Como influyen las redes de mercadeo en la calidad de vida del venezolano según las investigaciones y aclarar las diferencias entre las redes de mercadeo y los negocios piramidales

4. Top 10

Una lista de las 10 empresas de mercadeo multinivel con mayores ingresos anuales.

5. El que no sabe es como el que no ve

Resultados positivos y negativos de la influencia de las redes de mercadeo tomando en cuenta los métodos de recolección de datos y demostrar que la falta de información es el principal factor que impide que esta oportunidad laboral no sea explotada al máximo en Venezuela.

El hilo conductor de estos 5 capítulos es la forma en la que se arrojan detalles que nutrirán a las personas que lo lean para convencerse de la oportunidad que representan las redes de mercadeo en el mejoramiento en la calidad de vida del venezolano.

Las entrevistas realizadas fueron desarrolladas con el fin de obtener el testimonio de personas que forman parte de alguna red de mercadeo y así con su experiencia puedan contagiar ese entusiasmo y curiosidad a otras personas para que estas puedan emprender de la misma forma y así aumentar sus ingresos económicos con esta forma especial de negocio.

Debido a que lo que se pretende desarrollar con la entrevistas es el punto de vista de los profesionales con respecto a las redes de mercadeo, las preguntas eran interpersonales de modo que cada entrevistado diera su opinión y de qué forma las redes de mercadeo han influido en sus vidas, bien sea de manera positiva o negativa.

Además de las investigaciones en diferentes libros de Robert Kiyosaki, Barry Carter y Paul Zane Pilzer, también se utilizó un documental reconocido a nivel internacional llamado “El ascenso del empresario”, protagonizado por el periodista Eric Worre, con el fin de demostrar mediante la opinión de distintos expertos en la industria que tan positiva o negativa puede ser la influencia de las redes de mercadeo en la sociedad.

Entre los entrevistados están:

- Guillermo Cortez: Trabajador de Herbalife a nivel Internacional. Tiene más de 15 años en la red y proporciona oportunidades de emprendimiento a los venezolanos desde Estados Unidos, de manera que las personas que integran su red trabajan desde Venezuela y sus ingresos son en dólares.

Contacto: Dolaresparahoy@Gmail.com

- Laura Digirolamo: Ejecutiva Gold de Vision Travel, una red de mercadeo que ofrece servicios viajeros a nivel nacional e internacional y que también posee la particularidad de que todos sus integrantes generan ingresos en dólares.

Contacto: Digirolamo66@gmail.com

- Joan Paola Cruz: Estudiante de Maestría del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de los Andes, quien realizó un estudio sobre la viabilidad de las estructuras de mercadeo en red como formas de negocio.

Contacto: JoanCruz90@gmail.com

- Karmen Olmo: trabaja en una red de Puerto Rico (Pixingo) y aunque percibe ingresos residuales por parte de esta red no está totalmente de acuerdo con el sistema de los negocios multinivel.

Contacto: KarmenOlmo@gmail.com

- Alexander Medina: Contador público y tiene 6 meses trabajando en la red de Vision Travel. Sus resultados han sido positivos en cuanto a su crecimiento económico desde que se inició en este negocio multinivel.

Contacto: Ajmedinao@gmail.com

- Robert Kiyosaki: Uno de los escritores más populares sobre las redes de mercadeo. Expuso la oportunidad de emprendimiento que representan las redes de mercadeo para la libertad financiera que anhelan las personas.

Planempresarialrdm@gmail.com

Las redes de mercadeo son consideradas una tendencia de negocio mundial en el siglo XXI

Una oportunidad de emprendimiento

En un país en donde las oportunidades de trabajo son escasas y el sueldo mínimo alcanza solo para cubrir las necesidades básicas del ser humano, es pertinente buscar alternativas que permitan crecer económica y socialmente. No es un secreto para nadie la situación crítica que presenta Venezuela hoy en día y en lugar de ahogarse en la desesperación es momento de encontrar opciones económicas que ayuden a surgir al venezolano.

La vida en estos momentos es prácticamente inconcebible sin la tecnología, por lo tanto, hay que aprovechar esta herramienta para el crecimiento y desarrollo humano. Este siglo ha venido cargado de avances tecnológicos que, con un buen uso, podrían ayudar en la evolución económica y social.

El venezolano, en su mayoría, está acostumbrado a un sistema donde la economía siempre depende de otro, no es su culpa sino del sistema educativo. Desde que nacemos y durante nuestro crecimiento, nos enseñan que debemos estudiar para graduarnos y conseguir un buen trabajo que nos proporcione ciertos beneficios para nuestra evolución personal y profesional, crecemos con esa concepción de que en algún momento seremos empleados de alguien.

No todos nacen con la posibilidad de manejar un negocio familiar, o con los medios para desarrollar un negocio propio y algunos nacen sin siquiera con la posibilidad de decidir qué hacer con su futuro. Esto nos da como consecuencia que la fuerza de empleo se encuentre en manos de un porcentaje mínimo de personas, comparadas con la población mundial, según expresa Robert Kiyosaki en su libro La Escuela de Negocios.

De acuerdo con el cuadrante del flujo del dinero expuesto por Robert Kiyosaki en su libro Cash Flow, un 65% de la población mundial son empleados y un 30% son autoempleados, lo que nos da como resultado que un 95% de la

población mundial genera ingresos lineales, es decir, cambian tiempo por dinero. En este siglo existen alternativas de negocio que no radican en el simple hecho de generar ingresos lineales sino que generan ingresos residuales.

El ingreso residual es aquel ingreso que recibe un individuo sin que sea necesaria su presencia física en el lugar de trabajo o actividad para el aumento de sus ganancias, es decir, se realiza un buen trabajo una vez y se sigue recibiendo pago fijo por este trabajo. Un ejemplo de este tipo de ingreso es el que gana un escritor, cantautor, o digamos un científico, que hizo un nuevo descubrimiento y tiene los derechos del mismo.

Otro atractivo de este ingreso, según un artículo escrito en el año 2012 por el Sr. Wednesday, es que puede pasar a ser heredado por los hijos o relacionados de quien los recibe. Por ejemplo podríamos mencionar a Michael Jackson, Selena, Elvis Presley, entre otros. Estas personas aunque han fallecido, sus discos y sus trabajos realizados siguen generando dinero para sus familias o instituciones que recibieron el derecho de esta herencia.

Tendencia de negocio del siglo XXI

En este siglo las redes de mercadeo son consideradas como una tendencia de negocio mundial, su evolución y crecimiento a lo largo de los años, ha asegurado el éxito de las personas trabajadoras que han decidido emprender por este camino que va de la mano con la tecnología.

Según las investigaciones realizadas, las redes de mercadeo son una estrategia de venta de productos o servicios mediante la cual distribuidores independientes pueden asociar a otros distribuidores y obtener comisiones por el movimiento de esos productos o servicios dentro de su red. Este sistema de ventas es mejor conocido como Multinivel.

En una organización de Multinivel, se asocia a personas, quienes a su vez asocian a otras personas, y así sucesivamente generando una red. De esta manera, los distribuidores comunes tienen la oportunidad de construir una

organización lucrativa de muchos niveles, que puede tener cientos o incluso miles de integrantes.

Esta actividad comercial es muy ventajosa, debido a que su costo inicial es muy bajo, y el potencial de ingresos y ganancia es ilimitado. Otro de sus atractivos es que los desarrolladores de redes de mercadeo reciben ingresos o comisiones de manera residual, afirma Guillermo Cortez en su entrevista.

La American Marketing Association indica que es una función organizacional y un conjunto de procesos para la creación, comunicación y entrega de valor para los clientes e incluye la gestión de relaciones con los mismos de forma que beneficie a la organización y a las partes interesadas.

Según esta organización, las redes de mercadeo también conocidas como Network Marketing, Marketing Multinivel o MLM, representan una gran oportunidad de negocio y están dando grandes resultados a nivel mundial.

Conforme los aportes de uno de los blogs de GlobediaVenezuela, algunos conceptos y recursos que hacen parte de este gran negocio son la figura del mentor, los sistemas de entrenamiento y la capacitación. En las organizaciones de venta directa o de mercadeo multinivel se tiene la gran opción de seguirle los pasos a un experimentado y exitoso empresario de la línea ascendente que comparte sus enseñanzas y testimonio de vida, y permite la consultoría personalizada para aprender de primera mano las estrategias que hacen exitoso al líder en su grupo.

El mentor además constituye un soporte para manejar los momentos y las circunstancias difíciles que encuentra el empresario o distribuidor en el desarrollo de su negocio. Además este mentor proporciona gran cantidad de bibliografía para el crecimiento y desarrollo cognoscitivo del acreedor nuevo en la red de mercadeo.

El venezolano necesita mejorar su calidad de vida, entendiéndose por calidad el desarrollo de sus necesidades básicas. La mejora en la economía forma parte de esta calidad que todo venezolano anhela y según el desarrollo de las

redes de mercadeo y el avance tecnológico que se ha venido observando, es hora de buscar alternativas en herramientas que quizá hemos tenido desde siempre pero en este siglo es que hemos logrado ver su potencial.

La aceptación universal del MLM como herramienta de comercio legítima por parte de la economía tradicional, ha acelerado un fenómeno que el futurista Barry Carter llama privatización en masa. Tal como Carter lo explica en su libro Riqueza infinita, la privatización en masa ocasiona una transferencia mayorista de la propiedad comercial, que pasa de burocracias corporativas y centralizadas a las manos de millones de individuos autónomos.

Es difícil asegurar estadísticas confiables sobre el crecimiento global de las redes de mercadeo, ya que muchas empresas no informan las cifras de su facturación, o su número de miembros a ninguna organización de comercio. Sin embargo, basado en datos disponibles de la Asociación de Venta Directa (DSA), En Washington D.C., así como de otras fuentes de la industria, Duncan Maxwell Anderson, director editorial de la revista Network Marketing Lifestyles, estima que las ventas anuales realizadas a través de las organizaciones de MLM, han alcanzado cerca de 30 mil millones de Dólares en los Estados Unidos, y 90 mil millones en todo el mundo.

Las redes de mercadeo han crecido hasta convertirse en una de las fuerzas impulsoras de la economía del siglo XXI, y además enseñan a la gente que no tienen que hacer a otros más pobres para hacerse rico. La creatividad humana puede generar riqueza a partir de la nada.

Este modelo de negocio fue inventado hace más de ocho décadas, pero desde 1990 hasta la actualidad, los desarrollos tecnológicos de última generación, lograron que sus peculiares virtudes se hicieran obvias para las principales corrientes corporativas, en una forma nunca antes conocida.

Origen y crecimiento

Para estudiar la evolución de las redes de mercadeo es necesario ir hasta los inicios de las ventas directas. Según la Asociación Mundial de la Federación de Venta Directa (WFDSA) se conoce como Venta Directa a la comercialización de productos entre Fabricante y Consumidor Final a través de un distribuidor, recibiendo éste último una comisión por cada venta realizada. Esta simple y básica intermediación en una relación de compra-venta ha existido desde hace siglos. El avance y la evolución de las sociedades construyen también un comercio global y masivo donde se originan industrias y mercados con modelos de negocio definidos, como es el caso de las redes de mercadeo.

Estudiando los orígenes de la redes de mercadeo podemos remontarnos a los vendedores callejeros que en los tiempo de las colonias Europeas en América vendían herramientas, té y alimentos puerta por puerta. Esto se debe a la relación que tienen las ventas directas con las redes de mercadeo, ya que una parte de la otra tras los avances tecnológicos.

A finales del siglo XIX, casi cincuenta años antes de que se esbozara el Network Marketing, el neoyorkino David H. MacConnel se ganaba la vida vendiendo libros puerta a puerta. Para incentivar a sus clientes a comprar nuevos libros, David empezó a regalar un frasco de perfume a los clientes que repetían compra. Mientras desarrollaba esta técnica se percató de que, sobre todo a las mujeres, les interesaba más el perfume que los libros.

En 1886, tras madurar la idea y concretar el producto, funda la California Perfume Company y para 1906 la empresa de David H. McConnel ya tiene alrededor de 10.000 distribuidores en Norte América.

Según Gabriela Sirkis, cuando se hace un estudio de la historia de la comercialización se pueden observar varios logros que marcaron grandes cambios. Durante la década de 1900 a 1920, la dinámica de administración de la

fuerza de venta directa cambió, los vendedores de venta directa eran asociados generalmente mediante anuncios en los periódicos.

El vendedor pedía los productos mediante el correo a la compañía y este los vendía como podía, la ganancia del vendedor resultaba de la diferencia entre el precio que compraba a la compañía y lo que le cobraba al cliente. El único contacto que tenía con la oficina central del fabricante era por correo, además no recibía una capacitación sobre ventas, ni información sobre los productos que no fuera por correo.

Los factores que generaron este fenómeno fueron los cambios tecnológicos ocurridos a lo largo del siglo XX, los cuales hicieron posible ciertos cambios en los paradigmas de consumo.

El crecimiento de las actividades del marketing directo se van a mantener en los próximos años debido a factores como la mejora de sistemas y bases de datos de las empresas, la proliferación de marcas y productos, la necesidad de medir y controlar los resultados de las actividades de comunicación, la búsqueda de menores costos, el uso del internet como medio de compra del cliente y el deseo de este de contar con un conjunto de elección más amplio para tomar su decisión de compra.

La Fuller Brush Company, una compañía fabricante de productos para el hogar y cepillos, en 1915 se reinventó como una organización con sucursales y estas a su vez supervisaban, entrenaban y asociaban a nuevos vendedores. Se estima que para 1920 existían más de doscientas mil personas que vendían puerta a puerta solo en Estados Unidos. A finales de esta década surgen algunas compañías que son leyenda en la industria de la venta directa, como Avon Corporation, Electrolux fabricante de aspiradoras y W.T Raleigh.

En 1925, la Asociación Nacional de Compañías de Venta Directa, antecesora de la actual DSA se convirtió en la organización de comercio y vocera de la industria de la venta directa.

En la década de los 30 la industria de la venta directa siguió en expansión. Frank S. Beveridge, ejecutivo de Fuller Brush, fundo Stanley Home Products. Las fuentes de información de la industria han destacado que bajo el trauma económico de los años de la depresión, las compañías que buscaban reducir los costos de distribución también se volcaron a la venta directa como herramienta de distribución.

En el año 1939, la California Perfume Company pasa a llamarse AVON, hoy día cuenta con más de 6 millones de distribuidoras que operan en más de 140 países con altos niveles de facturación. Es un ejemplo poderoso de algunas de las empresas que más se desarrollaron y que nacieron del emprendimiento de las primeras décadas del Siglo XX.

Durante esa misma década nace otra compañía fundamental en el origen del Network Marketing, Carl Rehnberg creó la empresa California Vitamins y desarrolló el primer producto Multivitamínico y de Suplemento Mineral norteamericano. En 1939, el mismo Carl Rehnberg funda otra compañía, NUTRILITE, que sirve para distribuir su producto.

La diferencia del sistema de ventas de Nutrilite frente a los que ya existían para entonces, resultó ser muy original y beneficioso, ya que una amplia mayoría de los distribuidores eran también consumidores del producto. De esta manera el efecto de la recomendación era más potente y lograba que muchos clientes conformes con el producto se volvieran distribuidores.

Cuando este modelo empezó a funcionar, la compañía añadió un matiz al sistema que lo convirtió en el primer esbozo de lo que hoy denominamos Network Marketing, Distribución en Red o Multinivel: Los distribuidores de Nutrilite podían asociar más personas a ellos, de manera que recibirían también una comisión por las ventas realizadas por estos distribuidores asociados.

Desde este punto comienza la historia de la Distribución en Red, la década de los 40. Esta etapa será denominada Ola 1 o “La Fase Subterránea” por Richard

Poe, el analista y pionero en el estudio profesional del multinivel junto al profesor Charles King, autor de “Los nuevos Profesionales”

La década de los 40 resulto particularmente memorable para la industria, sucedieron tres acontecimientos clave que tuvieron un impacto significativo en la evolución de la cultura de la venta directa.

En primer lugar, la industria adoptó el concepto de “contratista independiente” implementó contratos para distribuidores, los cuales especificaban que los distribuidores ejercían el negocio por su cuenta y por lo tanto debían correr con los gastos propios del mismo. El resultado fue que el estatus de contratista independiente posicionó al distribuidor como un recurso laboral más económico y liberaba a las compañías de cargas implícitas en la contratación de personal.

El segundo acontecimiento de la década de los 40 que tuvo un impacto significativo fue la creación del “plan de reuniones”, Stanley Home Products fue pionera en el perfeccionamiento de este programa de ventas.

Este plan de reuniones consistía en que un distribuidor de la compañía le pediría a una anfitriona que invitara a un grupo de amigas a su casa para una reunión. Luego de establecer una atmosfera interactiva, el distribuidor de Stanley comenzaría a mostrar los productos, a demostrar su uso y familiarizar a los visitantes con el mismo. Al final de la reunión se invitaba a los interesados a adquirir el producto y la anfitriona que había organizado la reunión se hacía generalmente acreedora de un porcentaje de las ventas para ser aplicado en sus propias compras.

En 1946 se creó la famosa Compañía y Marca de recipientes herméticos Tupperware. De la misma forma que en los inicios de Avon, esta empresa no empezó a notar unas ventas significativas hasta que el producto no se acercó a los potenciales consumidores de una manera familiar.

El plan de reuniones fue una excelente innovación que marcaría el futuro del Network Marketing, aun hoy en día es ampliamente utilizado por los distribuidores de prácticamente todas las compañías de redes de mercadeo.

El tercer desarrollo que transformó la estructura de la industria de la venta directa fue la creación del canal Multinivel. Los historiadores de la industria concuerdan en que en la década de los 30 y el comienzo de los años 40, marcaron el comienzo de esta nueva era en la actividad.

Richard DeVos y Jay Van Andel, eran descendientes de inmigrantes holandeses y distribuidores destacados de Nutrilite. Hacia 1958, Nutrilite tuvo problemas financieros en California, y tanto DeVos como Van Andel deciden constituir otra compañía con una organización similar.

DeVos y Van Andel fundan Amway en 1959, una empresa industrial y comercial que salía al mercado con un único producto: un limpiador multiusos doméstico líquido y orgánico, llamado L.O.C. Al final de la década de los '60, Amway ya tenía un catálogo de más de 200 productos, 700 empleados y 100.000 distribuidores independientes en EE.UU y Canadá.

Con Amway empezaron a definirse las características que sentaron las bases de cómo serían las compañías de Network Marketing en las siguientes décadas. La Distribución en Red era una forma de venta directa pero también empezó a ser una buena Oportunidad de Negocio para aquellos interesados en emprender una actividad empresarial independiente.

En los años 70, las redes de mercadeo se expanden con fuerza en EE.UU, como consecuencia, en estos años se originan controversias en la opinión pública de algunos estados acerca de la legalidad y la regulación de esta Industria, acusándola principalmente de ser un negocio ilegal con esquemas Ponzi, comúnmente conocidos como Negocios Piramidales.

A raíz de estas controversias y con la necesidad de sentar unas bases sólidas y transparentes para el Network Marketing, se funda en 1978 la World Federation Direct Selling Associations (WFDSA), que agrupará a las principales Asociaciones de venta directa y marcará las directrices para la regulación del sector en todo el mundo. En 1979, la Comisión General de Comercio considera mediante Sentencia que el Network Marketing es un Legítimo Modelo de Negocio. Este mismo año la industria de las redes de mercadeo empieza su expansión internacional.

En 1980, nace otra compañía fuerte dentro del Sector, Herbalife, fundada por Mark Huges. La expansión de esta compañía es vertiginosa. Conquistó el mercado estadounidense en un par de años y posteriormente se expandió a nivel mundial.

Desde los 80, el Network Marketing ha sufrido una evolución muy potente. Esta década será denominada por Richard Poe como la “Fase de Proliferación”. Surgieron grandes compañías dedicadas exclusivamente a distribuir con redes de mercadeo cuyos números de facturación se multiplican de año en año muy por encima de lo que estaba acostumbrado el sector de la distribución tradicional.

A partir del año 90 surge una etapa denominada por Richard Poe la “Fase de Mercado Masivo” fue un verdadero boom para las empresas de distribución multinivel y a partir de ese momento el modelo de negocio no hizo otra cosa más que crecer.

Con sus altas y sus bajas este modelo ha buscado sobrevivir por encima de varios intentos de desprestigio, ya que determinadas personas han montado varios falsos negocios disfrazados de Multinivel, Venta Directa o Programas de Afiliados para encubrir una estafa clara, en ocasiones llegando a perjudicar a miles de personas.

Una muestra clara de la solidez y seriedad de los profesionales de la industria y las entidades reguladoras y supervisoras es que, efectivamente, las

quejas e informaciones de empresas sospechosas se tramitan, investigan y se depuran responsabilidades penales.

Realidad o ilusión

La vida hoy en día es más dura, existe una fuerte competencia, riesgos, miedos e incertidumbre. Pero al igual que los antiguos pioneros hicieron fortunas en el Oeste, así nosotros tenemos delante oportunidades para triunfar y prosperar como nunca antes, en formas que jamás hubiéramos imaginado en otra época.

Como todo lo innovador, esta nueva modalidad de trabajo ha generado incertidumbre y miedo, de hecho han surgido ciertos atentados para intentar desprestigiar esta oportunidad de crecimiento económico.

El mercadeo en red puede ser una opción para las personas que quieran o deban hacer frente a la crisis económica actual, y aunque puede ser una estructura empresarial confundida en muchas ocasiones con las pirámides, se muestra como sostenible en el tiempo e involucra un intercambio comercial real, afirma Paola Cruz, estudiante de Maestría del Departamento de Ingeniería Industrial de la Universidad de los Andes, quien realizó un estudio sobre la viabilidad de las estructuras de mercadeo en red como formas de negocio.

Las redes de mercadeo, también conocidas como modelos de marketing multinivel, son redes de distribución y comercialización de personas que reciben porcentajes de ganancia de acuerdo con los productos que venden y aquellos que son distribuidos por otras personas que ellos han vinculado a sus organizaciones.

De este modo, se genera una dinámica constante de intercambio comercial entre los grandes distribuidores, sus comercializadores y los clientes, en la que, de acuerdo con el estudio realizado, se producen dividendos reales con un soporte que es el producto mismo.

En la entrevista realizada a Paola Cruz vía correo electrónico, ella señaló que "La posibilidad de que una red de esta se caiga, entonces, no obedece a un fraude, como en las estructuras piramidales que lamentablemente se hicieron

famosas en el país, sino que dependen más de la relación que exista en las tasas de deserción e incorporación de nuevos miembros de la red. En el momento en que la deserción sea muy alta, obviamente se romperá la cadena de distribución, pero siempre hay la posibilidad de que se incorporen otras personas que mantengan a flote el sistema".

El caso más sonado de estafa con un negocio piramidal lo realizó, en los años veinte, Carlo Ponzi en Estados Unidos, razón por la cual a este tipo de estafa también se le conoce como Pirámide a lo Ponzi. En 2009 otro caso que sacudió al mundo financiero fue el del Bernard Madoff que, con US\$50.000 millones, es considerado el mayor fraude que ha realizado una sola persona.

Lo que diferencia de las redes de mercadeo de un negocio piramidal son fundamentalmente tres cosas: la primera es que manejan un producto y lo comercializan; lo segundo, es que hay un tope financiero de ganancias; y, por último, la recompra de producto que cada socio realiza que asegura una ganancia y puede lograr una libertad financiera.

La mala fama que genera este tipo de negocios es debido a que las personas no lo saben desarrollar bien y, cuando no ven resultados, comienzan a hablar mal no solo de la empresa, sino del modelo de negocio.

Según estudios realizados por el economista Paul Zane Pilzer, entre un 30 y 40% de la población mundial se encuentra desempleada en este momento. El motivo de esta realidad se debe al hecho que gracias al avance tecnológico, el trabajo que antes realizaban 10 personas ahora pueden realizarlo dos y hasta en menor tiempo.

Entrando a la realidad del venezolano vale mencionar que la situación país lo ha arrastrado hacia una mala costumbre de esperar que todo lo hagan por él, esperar que los demás les resuelvan sus problemas no es la solución. La economía no es en sí misma, por lo tanto cada quien debe encargarse de mejorar

su propia economía y no esperar que ella los mejore por el simple hecho de que ella no actúa por si sola.

A medida que la era de la Información se asoma, queda claro que los empleos, tal como los conocemos, se están convirtiendo en algo obsoleto. En los últimos veinte años, millones de personas han sido despedidas de sus trabajos en corporaciones. Muchos han buscado en vano otros empleos con sueldo, beneficios, o seguridad comparables.

Las compañías despiden empleados porque han mudado sus plantas fuera del país para siempre, o porque la automatización ha hecho innecesario el esfuerzo humano. "La tecnología hace cada vez más eficientes a las empresas, con cada vez menos personas," dice el economista Paul Zane Pilzer, autor de Riqueza Ilimitada, Dinero de otra Gente, y Dios quiere que usted sea Rico.

"Las compañías más lucrativas, son las que están reduciéndose más. Este proceso continuara acelerándose". Sigue afirmando el economista Paul Pilzer en el documental "El ascenso del empresario".

Los pronosticadores en economía predicen que en el siglo XXI será testigo de la muerte de los empleos, tal como los conocemos. Robert Reich, ex Secretario de Trabajo de EEUU, estima que un 20% de la fuerza laboral de los Estados Unidos ya está trabajando por su cuenta. Si los pronosticadores están en lo cierto, esa cifra puede acercarse al 100% en los próximos años y no solo en Estados Unidos sino a nivel mundial.

Tomando en cuenta la contraparte de lo que parece una oportunidad perfecta de negocio, Bill Gates dice, que los negocios convencionales quedarán obsoletos por el efecto de Internet y nunca por el efecto multinivel. En Internet, un negocio puede realizar miles de ventas diarias mientras que, por la filosofía y política de las redes de mercadeo, esto nunca será posible por la necesidad del contacto físico con cada cliente o distribuidor, con su correspondiente y complicado cierre personal de la venta.

La venta multinivel ralentiza exageradamente el tiempo mínimo para triunfar en cualquier negocio y aumenta el número de fracasos entre las comunidades de emprendedores que se alejan de las verdaderas oportunidades de negocio actuales, según el blog de Bill Gates.

Retomando los aspectos positivos de las redes de mercadeo y la sustentabilidad económica que estas proporcionan, es pertinente mencionar que existen grandes cantidades de empresas que utilizan el Marketing Multinivel para aumentar sus ganancias, y esto a su vez ayuda a miles de personas a mejorar su calidad de vida contando con un mejor ingreso económico y una flexibilidad de horario que no solo le permite desarrollarse profesionalmente sino que proporciona tiempo y espacio familiar.

Si se hace un enfoque solo por la parte socio económica que desarrolla este estilo de negocio, es pertinente mencionar que existen miles de redes de mercadeo a nivel mundial, incluso existe una cantidad considerable de redes de mercadeo en Venezuela, y sin embargo, aún no se ha explotado esta herramienta de la manera adecuada o a un 100% con respecto al desarrollo que esta tiene en otros países.

Todos sabemos que el dólar es una moneda fuerte, y en la situación crítica del venezolano no estaría demás contar con que sus ingresos viniesen en dólares. No todas las redes de mercadeo activas en Venezuela pagan en dólares, pero existan contadas oportunidades en las que el venezolano puede desarrollar su negocio multinivel y generar ingresos, tanto lineales como residuales, en dólares.

El generar ingresos en dólares en esta situación país que está atravesando Venezuela forma parte de un aspecto positivo y relevante a la hora de evaluar la influencia que pueden tener las redes de mercadeo en la mejora de la calidad de vida del venezolano, además que el nivel social también aumenta con la economía y este a su vez, influye en esta calidad.

Herbalife es una de las redes de mercadeo más exitosas a nivel mundial según estadísticas estadounidenses expuestas por Richard Bliss Brooke. Existen miles de casos de emprendedores que han tenido éxito con Herbalife, además es justo señalar que en Venezuela existen al menos 500 personas que trabajan para esta red y generan dividendos en dólares, sin contar las miles que también trabajan para la red y ganan en bolívares.

Guillermo Cortez es un emprendedor Venezolano que viajó al exterior a buscar oportunidades de trabajo y se topó con esto que los economistas llaman negocios multinivel. Aunque era algo nuevo para él, no era algo desconocido en EEUU y con un poco de motivación y convencimiento de parte de su patrocinador, Guillermo asumió arriesgarse y asumir el reto de formar parte de una de las redes más conocidas a nivel mundial como lo es Herbalife.

Como buen venezolano, no se conformó solo con su éxito y decidió aportar un granito de arena desde sus posibilidades. Guillermo empezó a formar su propia red y en lugar de reclutar personas de EEUU, empieza a darles oportunidad a los venezolanos interesados en aumentar sus ingresos. Así desde Venezuela ellos podían trabajar y ganar en dólares en la red de Guillermo.

El testimonio de Guillermo no solo es alentador para los venezolanos, sino un ejemplo perfecto de emprendimiento y colaboración, el cómo venezolano conoce la situación en la que se encuentra hoy en día el país y que mejor manera de ayudar que dando herramientas como estas para mejorar la calidad de vida y así demostrar o al menos dar un indicio de que las redes de mercadeo son una tendencia de negocio para el siglo XXI.

Top 10

Las empresas multinivel, también conocidas como empresas de marketing multinivel o de network marketing, son cada vez más requeridas por las personas a las que les gustaría ingresar a un negocio que no solo les ofrece un buen potencial de ganancias, sino también otras ventajas tales como la posibilidad de empezar con una mínima inversión, de manera inmediata y sin necesidad de contar con mayores conocimientos o experiencia.

Pero así como aumenta cada vez más la popularidad de las empresas multinivel, también aumenta cada vez más el número de éstas en el mercado y, por tanto, las alternativas que tienen las personas al momento de elegir una a la cual afiliarse.

Según los estudios realizados en internet sobre las redes de mercadeo activas en Venezuela, se realizó una lista la cual se ordena de menor a mayor según los ingresos suministrados por la página web respectiva de cada una de las empresas en promedio a los ingresos que estas generan anualmente:

- 10.- Oriflame

Fundada en 1967, genera una ganancia anual de \$1,95 *billones* de dólares, con más de tres millones de asociados en el globo, esta red de mercadeo de productos de belleza, Oriflame, se ha caracterizado por sus certificaciones en materia de confianza y calidad.

- 9.- Belcorp

Fundada en 1968, genera una ganancia anual de \$1,96 *billones* de dólares. Entre las sedes de Belcorp en América Latina, destaca su ubicación en Perú, por ser el país de introducción en 1968 y por su crecimiento progresivo sin olvidar el ámbito laboral, dado que han sido calificadas como una de las mejores empresas para trabajar por *Great Place to Work*.

- 8.- Tupperware

Fue fundada en 1951 y genera una ganancia anual de \$2,67 *billones* de dólares. Durante las últimas décadas Tupperware se ha renovado, incluyendo no solo productos de marca propia, sino también accesorios para el hogar y marcas de belleza como Fuller y Armand Dupree. Aunque el mercado asiático sigue siendo sede del éxito Tupperware, la empresa sigue consolidando su presencia en América Latina pese a la competencia.

- 7.- Nu Skin

Fue fundada en 1984 y genera una ganancia anual de \$3,18 *billones* de dólares. Aparte de ser una de las mejores compañías de venta directa ha sido clasificada como una de las empresas más confiables por la revista Forbes. Sus principales mercados son Colombia, México, Venezuela, y países centroamericanos.

- 6.- Natura

Fue fundada en 1969 y genera \$3,20 *billones* de dólares al año. La empresa brasileña se ha destacado por su liderazgo en el sector belleza, estando como la segunda compañía de cosméticos con mayor ingreso en Brasil. Sus mayores mercados en Latinoamérica son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Francia, México y Perú, y está entrando recientemente en el mercado Venezolano.

- 5.- Mary Kay

Fue fundada en 1963 y genera \$3,60 *billones* de dólares en ganancia anual. La Línea Mary Kay incluye más de 250 productos clasificados en cinco categorías: Cuidado de la Piel, Línea de Color, Cuidado del Sol, Cuidado del Cuerpo y Fragancias. En América Latina se ha expandido la marca por medio de asociados que se hacen llamar “consultoras de belleza”, por ser la mayoría mujeres.

- 4.- Vorwerk (Thermomix)

Fue fundada en 1883 y genera \$3,70 *billones* de dólares al año. Vorwerk distribuye desde cosméticos, hasta electrodomésticos. Su marca más popular en Latinoamérica es el maquillaje Jafra, destacan la distribución directa de estos productos en México, Brasil y la República Dominicana. La empresa cuenta con subsidiarias de Thermomix y distribuidores independientes en la mayoría de los países de Latinoamérica.

- 3.- Herbalife

Fundada en 1980, genera una ganancia anual de \$4,80 *billones* de dólares. En rangos de popularidad, Herbalife es una de las empresas más destacadas en América Latina, cuenta con sede en la mayor parte de las economías de Suramérica y su crecimiento ha sido positivo en los últimos años, especialmente en México y Colombia, donde tienen patrocinio en diversos medios televisivos y con celebridades del deporte.

- 2.- Avon

Fue fundada en 1953 y genera anualmente \$9,95 *billones* de dólares en ganancias. Aunque tiene presencia en la mayoría de los países latinos, Brasil es su mayor mercado no solo en América Latina, sino a nivel mundial. La empresa se ha diversificado con la inclusión de promoción externa, como perfumes de celebridades, así como la ampliación de su propia manufactura con centros de investigación y desarrollo, localizados alrededor del mundo.

- 1.- Amway

Fue fundada en 1959 y genera una ganancia anual de \$11,80 *billones* de dólares. Amway llegó a América Latina en 1985, se expandió rápidamente dado a la red de ventas y a los cosméticos y productos de nutrición. La sede de Amway en Latinoamérica se encuentra en Argentina, pero también tienen presencia en

Guatemala, Brasil, Honduras, Canadá, México, Chile, Panamá, Colombia, Puerto Rico, Costa Rica, República Dominicana, Uruguay, El Salvador y Venezuela.

El que no sabe es como el que no ve

Existen otras redes importantes que contribuyen en la mejora de la calidad de vida del venezolano como lo es Vision Travel, aunque no figura en las empresas de multinivel con mayores ingresos, tiene una importante intervención en más de diez países incluyendo Venezuela. Además de proveer un servicio viajero a nivel nacional e internacional, los dividendos de esta empresa son cancelados en dólares para todos los países en los que se desarrolla, esto se debe a que su casa matriz está ubicada en Miami.

Este modelo de negocio es para todos. Desde gerentes de banco, hasta simples trabajadores. Es un comercio de 'voz a voz', donde la confianza en tu equipo de trabajo es vital, expresa Alexander Medina, asociado activo en la red de Vision Travel y contador público. Este emprendedor aún no ha dejado su trabajo tradicional, pero decidió incursionar en el mundo de las redes de mercadeo para aumentar sus ingresos y mejorar su calidad de vida.

Con menos de un año en la labor, Alexander ya maneja una red de 3 personas y ha notado el aumento de sus ingresos conforme se esfuerza por vender el servicio que ofrece y se educa con los soportes de esta red para así poder atraer personas a su red y los ingresos grupales sean más afectivos.

Esta red de mercadeo se maneja por ejecutivos: existen los nuevos asociados, que son aquellos que están empezando a desarrollar la red; y conforme van aprendiendo como se desarrolla, van ascendiendo a Ejecutivo Silver, Ejecutivo Platinum y Ejecutivo Gold, que en este caso son los expertos y con mayor experiencia. No existe un tiempo estipulado para llegar a ser Ejecutivo Gold, pero según las entrevistas realizadas existen personas que lo han logrado hasta en 6 meses con dedicación y otras se han tardado hasta dos años.

Según Laura Digirolamo, Ejecutiva Gold de Vision Travel, las características de las redes de mercadeo pueden llevar a la desconfianza, este mecanismo es totalmente legal, en la mayoría de los casos. “Quienes quieran ingresar a estos negocios deben estudiar”, como se menciona anteriormente este modelo de negocio es para todos, pero exige cierto nivel de conocimiento para su óptimo manejo y desarrollo. Aunque no distingue rasas, edades o sexo, como todo negocio, necesita una preparación previa, y todas las redes de mercadeo cuentan con las personas indicadas y capacitadas para educar a los nuevos inversionistas.

“La seguridad laboral está obsoleta” expresa Robert Kiyosaki en el documental estadounidense “El ascenso del empresario”. No existe educación financiera en el sistema educativo y la gente se entrena para trabajar por un sueldo, es aquí en donde inicia el problema, pero lamentablemente eso es lo que se enseña desde el colegio.

Aunque el sistema educa para que algún momento las personas sean empleadas de alguien más, opiniones de distintos expertos como Robert Kiyosaki, Donald Trump, Harry Dent, Paul Pilzer y otros, expresan que la mejor forma para aumentar la calidad de vida es ser emprendedores.

Ser emprendedor implica tener tu propio negocio, por lo tanto es necesario un capital considerable para arrancar con cualquier modelo tradicional para generar ingresos. Según Eric Worre la mejor manera de ser un emprendedor es con las redes de mercadeo, necesitas un capital mínimo de inversión y la misma red te capacita para su óptimo desarrollo, además existe un producto ya comprobado, por lo tanto no es un experimento de calidad. Las redes de mercadeo te ofrecen ser tu propio jefe, manejar tu tiempo y controlar tu economía según la opinión de los expertos.

En esa búsqueda por encontrar algo que mejore la calidad de vida del venezolano, se ha llegado a la conclusión que actualmente es más seguro ser un emprendedor que ser un empleado. Y no es casualidad que en la búsqueda de las opciones empresariales, la mayoría de los expertos hayan coincidido con una

herramienta laboral poco tradicional, la mayoría recomienda, que en la actualidad puede ser positivo empezar un negocio propio en redes de mercadeo.

Algunas personas lo llaman negocio de venta directa, porque el producto va del distribuidor directo al consumidor, sin intermediarios; otros lo llaman marketing multinivel o MLM porque existen múltiples niveles de comisión; y otros simplemente lo llaman redes de mercadeo, que es el término que mejor describe el uso de un gran grupo de distribuidores independientes, emprendedores independientes, que hacen que un producto se mueva de manera más eficiente.

El economista Harry S. Dent Jr., expresa en una entrevista realizada para el documental “El ascenso del empresario”, que un 1% de las personas que entran a las redes de mercadeo llegan a ser realmente exitosas, y esto se debe a que no todos aprovechan la herramienta al 100%, por lo tanto no explotan su potencial y se conforman con un ingreso medianamente considerable. El resto de las personas solo generan un buen ingreso adicional y cerca del 90% terminan siendo solamente consumidores.

Estos porcentajes solo demuestran que el que no sabe es como el que no ve, si se asume un negocio del cual no se sabe el margen de ganancia que este pueda producir, es muy probable que la mayoría se conforme cuando vean el incremento de sus ingresos y que estos ingresos aumenten su calidad de vida. Gracias a la gran cantidad de bibliografía disponible sobre el manejo de las redes de mercadeo, y el entusiasmo y dedicación de estas personas, es que este 1% de la población ha logrado ser verdaderamente exitosa.

La falta de información con respecto a sistemas económicos fuera de los convencionales no permite que los venezolanos exploren otros campos laborales que en esta era tecnológica podrían ser de gran ayuda para mejorar su calidad de vida. Decidir ser un emprendedor no es tarea fácil y asumir la responsabilidad de emprender con un producto o servicio que ya existe es más complicado todavía, pero como se dijo anteriormente, las redes de mercadeo constan de un grupo de emprendedores que faciliten el movimiento eficaz de este producto o servicio que

se distribuya en dicha red, y por lo tanto el equipo debe ser conformado bajo las bases de la confianza y procurar adquirir el nivel educativo y profesional que cualquier otro negocio amerita.

Según datos recolectados, un 75% de la población le gustaría ser su propio jefe y esta forma especial de comercio ofrece esta posibilidad, y según los expertos también permite aumentar tus ingresos y por lo tanto mejorar la calidad de vida del venezolano.

No se puede dar una conclusión exacta sobre cómo influyen las redes de mercadeo en la calidad de vida de los venezolanos porque este es un negocio en el que apenas Venezuela está incursionando. Comparado con la experiencia y conocimiento que tienen otros países con respecto a las redes de mercadeo, el venezolano aún no está en los estándares de experiencia como para generar datos estadísticos concluyentes con respecto al tema.

Haciendo énfasis en el éxito que muchas de las redes de mercadeo existentes han tenido en el exterior, se pueden tomar como referencia para despertar el interés del venezolano en esta forma de emprendimiento que permite alcanzar una libertad económica que a su vez genera un mejoramiento en la calidad de vida de acuerdo a los ingresos que este negocio puede llegar a generar.

La información existe, es decir, que las herramientas están disponibles para que las personas las utilicen y aprendan a desarrollar su negocio independiente en una red de mercadeo en Venezuela. Existen varias redes que están disponibles en el país y que ofrecen la oportunidad de generar ingresos en dólares, todo radica en el deseo del venezolano por alcanzar su libertad económica y la escogencia de una forma eficiente de negocio para lograrlo.

Conclusión

Según el análisis de las investigaciones realizadas para el desarrollo de este reportaje, se puede llegar a la conclusión que el venezolano necesita herramientas que lo ayuden a identificar oportunidades de negocio que le sirvan para mejorar su estatus social y económico.

Las redes de mercadeo son consideradas una tendencia de negocio mundial por la mayoría de los expertos. Esto se debe al avance que esta modalidad de negocio ha desarrollado durante los últimos 15 años debido a la evolución tecnológica que se presenta en la humanidad. La tecnología ha ocasionado un alza en el desempleo, por tanto es hora de buscar alternativas que vayan de la mano con esta.

Los venezolanos están atravesando una situación preocupante a nivel económico, por esta razón las redes de mercadeo constituyen una oportunidad de negocio positiva dentro del país. Tomando en cuenta que existen varias redes que trabajan a nivel internacional y proporcionan ingresos en dólares, el venezolano solo debe indagar y tomar una buena decisión con respecto al negocio que quiere desarrollar para que su proceso de emprendimiento sea el más ameno posible.

La falta de conocimiento por parte del venezolano con respecto a las redes de mercadeos lo que no ha permitido que este país se explote al 100% esta oportunidad de negocio; es otros países como Estados Unidos ya esta tendencia es aprovechada al máximo por las personas para aumentar sus ganancias y así tener un estilo de vida adecuado. Ya que en Venezuela aún no se ha desarrollado del todo este tema, se pueden tomar como referencias los casos de éxito que han experimentado otras personas en el exterior.

El emprendimiento es una cuestión de riesgo, de motivación y entusiasmo; en la actualidad es más seguro ser un emprendedor que un empleado, ya que no todos los empleados reciben la remuneración adecuada para la labor que realizan. Aunque ser empleados es una cultura que viene arraigada desde pequeños, es

hora de ampliar los horizontes, tomar nuevos caminos, el venezolano debe aprovechar las oportunidades que se presenten para aumentar su calidad de vida y las redes de mercadeo constituyen una herramienta de desarrollo económico que permite no solo mejorar la calidad de vida sino alcanzar una libertad financiera que no cualquier empleo ofrece.

La ventaja de las redes de mercadeo no es solo el hecho de ofrecer un producto o servicio de calidad que ya está comprobado y que ya tiene un posicionamiento en mercado, sino que debido a que no exigen un nivel de educación o desarrollo para pertenecer, la misma red se encarga de proporcionar la capacitación y el desarrollo del conocimiento de las personas que deciden aprovechar esta oportunidad de negocio. No solo ofrecen información sobre el producto o servicio, sino que ofrecen un entrenamiento para aprender a manejar tu propio negocio y de esta manera se desarrolle bien la red.

En conclusión, los negocios multinivel ofrecen la oportunidad de tomar el control de su propia economía, ser su propio jefe, aprovechar el tiempo y crecer económica y socialmente. Además del crecimiento económico también está el crecimiento intelectual que este negocio permite desarrollar, aunque en un principio no exige un nivel profesional para desarrollarlo, las personas deben estudiar o nutrirse de información que los ayude a construir estas redes de mercadeo de forma adecuada y así poder alcanzar el éxito.

Recomendaciones

Tomando en cuenta las conclusiones a las que se ha podido llegar en este reportaje de investigación, es necesario mencionar que la falta de estadísticas claras con respecto al estado del multinivel en Venezuela es una limitante para el estudio de las redes de mercadeo en Venezuela.

Por ser una oportunidad de negocio que multiplica los ingresos, tanto de las empresas que aplican esta metodología como para los emprendedores que toman esta oportunidad, la mayoría no reporta los estándares de ganancia. Por esta razón las conclusiones están basadas en los casos de éxito conocidos y en las opiniones de los expertos que aseguran que las redes de mercadeo son la tendencia de negocio del siglo XXI, debido a que se encuentra de la mano con el desarrollo tecnológico y permite el ascenso de nuevos empresarios al campo de los emprendedores.

Es recomendable ampliar la información con datos socioeconómicos venezolanos que nos demuestren efectivamente que la economía del país no se encuentra en buen estado y contando con datos estadísticos por parte de las redes de mercadeo y sus ingresos anuales en el país, se podría considerar una mayor confiabilidad en lo que se ha venido discutiendo, que el marketing multinivel es una oportunidad de negocio que puede funcionar en Venezuela para aumentar los ingresos y así poder mejorar la calidad de vida de los venezolanos.

Referencias

- Amaiden A. *¿Qué es y cómo surgió el Mercadeo Multinivel (Negocio Multinivel)? Un poco de historia.* [Datos en Línea] Disponible: <http://andreaamaiden.com/que-es-el-mercadeo-multinivel-negocio-multinivel/> [Consultado: Enero del 2016]
- Carter B. *Infinite Wealth.* [Libro en Línea] Disponible: http://samples.sainsburysebooks.co.uk/9781136011542_sample_479586.pdf [Consultado: Febrero del 2016].
- Gates B. *Apalancamiento global* [Datos en Línea] Disponible: <http://www.multinivelconfuturo.com/bill-gates-network-marketing/> [Consultado: Diciembre del 2015]
- Gomez G. *Historia de las redes de mercadeo.* [Datos en Línea] Disponible: <http://vivaenetworking.com/2015/06/que-son-la-redes-de-mercadeo-primera-parte/> [Consultado: Enero del 2016].
- Gutiérrez, A. (2006). *Manual de géneros periodísticos.* Bogotá: Ecoe Ediciones, Universidad de la Sabana.
- Istúriz J. (2012). *Tesis: Situación del Multinivel en Venezuela.* [Datos en Línea] Disponible: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3211.pdf> [Consultado: Enero del 2016].
- Kiyosaki R., F. J. (2011). *El negocio del siglo XXI.* New York: Aguilar.
- Kiyosaki R., Letcher S. (1998). *El cuadrante del flujo del dinero. Guía del padre rico hacia la libertad financiera.* New York: Aguilar.
- Lizano B., R. D. (2010) *Manual de géneros periodísticos.* Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Mancera A. (2015). *Network Marketing – Origen, Evolución e Historia.* [Datos en Línea] Disponible: <http://networkerfactory.com/historia-del-network-marketing-mlm/> [Consultado: Enero del 2016].
- Marín M., C. (2009). *Manual de periodismo.* Caracas: Melvin.

- Olmo K. (2014) *Por qué debes renunciar a red de mercadeo ahora mismo*; [Datos en Línea] Disponible: <http://www.karmenolmo.com/por-que-debes-renunciar-a-red-de-mercadeo-ahora-mismo/> [Consultado: Febrero del 2016].
- Poe R. (s/a). *El Network Marketin en el siglo XXI*. [Libro en Línea] Disponible: http://www.grupoessfree.es/libros_descarga/EINetworkMarketingenelSigloXXI-RichardPoe.pdf [Consultado: Febrero del 2016]
- Rodríguez S. (2013). *8 claves para diferenciar el multinivel de una pirámide*. [Datos en Línea] Disponible: <http://susanarodriguez.net/8-claves-para-diferenciar-el-multinivel-de-una-piramide/> [Consultado: Febrero del 2016].
- S/a. (2014). *Empresas multinivel más conocidas y recomendadas*. [Datos en Línea] Disponible: <http://www.crecenegocios.com/empresas-multinivel-mas-conocidas-y-recomendadas/> [Consultado: Febrero del 2016].
- Singer B. (s/a) *El ABC para crear un equipo de negocios exitoso*. [Libro en Línea] Disponible: http://www.estrella10.com/resources/El_ABC_para_crear Equipos_de_Negocios_Exitosos.pdf [Consultado: Enero del 2016]
- Worre R. (s/a) *Go Pro, 7 pasos para convertirse en un profesional del mercadeo en red*. [Libro en Línea] Disponible: <http://es.slideshare.net/rafaronmero/go-pro-7-pasos-para-convertirse-en-un-profesional-del-mercadeo-en-red-spanish-edition-worre-eric> [Consultado: Diciembre del 2015]
- Worre R. *El ascenso del empresario*. [Datos en línea] Disponible: <https://youtu.be/nSwHz7ekDTU> [Consultado: Febrero del 2016]
- Viteri A. (2013). *¿Es el multinivel o mercadeo en red una pirámide?* [Datos en línea] Disponible: <http://mercadeoenred.net/es-el-multinivel-un-modelo-de-negocio-legal/> [Consultado: Febrero del 2016]

Anexos



VISION TRAVEL



Agencia de viajes virtual colaboradora en la construcción de este reportaje.



Una de las empresas líderes en el multinivel de Venezuela.



Talleres de capacitación sobre redes de mercadeo.



Herbalife, patrocinador oficial de Cristiano Ronaldo.

Modelo de entrevista para personas que desarrollan alguna red de mercadeo.

Nombre:

Profesional en:

Trabajo y cargo que desempeña:

Edad:

País:

Red:

Los datos anteriores se consideran para los agradecimientos y para su opinión en el desarrollo del reportaje.

- Que son para usted las redes de mercadeo y sus características básicas?
- Diferencias entre el multinivel como estrategia de mercadeo y el mercadeo tradicional?
- Ventajas y desventajas de las redes de mercadeo?
- Diferencia entre una red de mercadeo y un negocio piramidal?
- De qué forma positiva o negativa influyen las redes de mercadeo en la mejora de la calidad de vida?
- Cuáles son los riesgos y porque cree usted que la gente teme asumir este reto?
- Nombre algunas de las redes de mercadeo que conoce y especifique si forma parte de alguna
- De una opinión general sobre el web marketing y en caso de pertenecer a esta tendencia de negocio mundial explique brevemente su experiencia.
- De qué manera han influido las redes de mercadeo en su vida?
- Comprendiendo que esta es una herramienta que le puede dar la libertad financiera que desea, elegiría usted otra opción para emprender?

- En un intervalo de tiempo aproximado cuanto pudiese tardarse en alcanzar esta libertad financiera que ofrecen las redes de mercadeo?
- Es posible que la falta de información sea una de las causas por las cuales los venezolanos aún no han explotado este modelo de negocio? Porque?