

**William Danilo Garay Jiménez****El Autor**

Docente de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca- Facultad de Administración y Economía- Tecnología en Asistencia Gerencial Presencial - Funza. Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Mercadeo, Maestrante en Dirección de Empresas y Dirección de Proyectos.

*wgaray@unicolmayor.edu.co*

**Resumen**

El mercadeo multinivel o venta directa es un sistema que poco a poco ha ganado espacio en lo económico, en lo social, aun en lo político, se ha convertido en una muy buena alternativa para las personas que buscan aumentar sus ingresos o generar una independencia económica, de igual forma es una solución cercana para una población que no tiene la facilidad de acceder al mercado laboral en los puestos de trabajo tradicionales ya sea porque no cuentan con los requisitos académicos, culturales, sociales, económicos, o de cualquier índole; en esta opción, mujeres cabeza de familia, hombres y mujeres mayores de cincuenta años, amas de casa, jóvenes, padres que quieren pasar más tiempo con sus hijos y familias; encuentran una opción para generar ingresos a sus familias.

Ingresos residuales que son los que se continúan recibiendo después de que el trabajo está hecho, proveniente de un negocios en el que en realidad no hay que estar presente para generar las ganancias, porque este resulta de las utilidades que le genera el equipo de trabajo que se ha construido por años; hoy el número en Colombia asciende a más de dos millones en este sistema, que han visto en él una opción para mejorar sus ingresos familiares y poder disfrutar de una mejor y darle a sus familias una mejor calidad de vida.

**Palabras claves:** Mercadeo Multinivel, Asociación Colombiana de Venta Directa, Marketing de boca en boca.

**Abstract**

The Multi Level Marketing ("MLM") is a system that has slowly gained ground in economic, social, and even in the political field. It has become a good alternative for people that are looking for an increase in their income or generating economic independence. MLM is usually considered as a close solution for a population that does not have access to the labor market in the traditional jobs either because they have no academic, cultural, social, or economic requirements; In this option, female heads of households, men and women over fifty, housewives, young people, parents who want to spend more time with their children and

families; all of them can get an option to generate additional income for their families.

The residual income could be defined like the money that people continue receiving after the work is done, from businesses, that do not require permanent presence to generate profits, because this is a result from the team work that has been built for a long time. Today, the number of users in Colombia ascends to more than two million in this system, who have seen on MLM a good option to improve their family income and get a better quality of life.

**Keywords:** multi level marketing, MLM, World Federation of Direct Selling Association

## INTRODUCCIÓN

El mercadeo multinivel como sistema de comercialización entre un fabricante y el consumidor final a través de un único intermediario o distribuidor, este recibe una comisión por cada venta realizada, se realizan fuera de un local comercial, normalmente la gestión de venta se realiza en el domicilio del consumidor o cliente, es un sistema de venta que se realiza mediante un contacto personal, en este sistema el fabricante no crea una relación laboral con la fuerza de ventas porque son distribuidores independientes, las metas de ventas o crecimiento son propias de cada distribuidor, exige un alto nivel de servicio al cliente; el crecimiento acelerado de este sistema es

**William Danilo Garay Jiménez** gracias a la oportunidad que brinda de generar ingresos adicionales, se requiere de una baja inversión en dinero para iniciar con una empresa independiente, el distribuidor cuenta con una permanente capacitación tanto de producto como de desarrollo humano, se ofrecen flexibilidad de horarios en los tiempos de dedicación al negocio, los inventarios son administrados directamente por el fabricante y no por los distribuidores, se generan extraordinarias utilidades ya sea por el porcentaje de descuento como distribuidor que se tiene, o por la comisión de venta que se pueda desarrollar en el equipo de distribuidores que cree en su red.

Los expertos en MLM se refieren a la importancia de este sistema de la siguiente forma: (Seoane, s.f.)

*“Si no estás en un Negocio de Franquicia, o un Network Marketing, estarás Fuera de la Tendencia Económica del Siglo XXI”*

*“Si yo tuviera que hacerlo todo de nuevo, en lugar de construir un negocio al estilo tradicional, lo iniciaría en Network Marketing.”*

Robert T. Kiyosaki. Millonario y Escritor de Bestsellers.

*“El Network Marketing, puede constituir un vehículo explosivo para llegar a la riqueza, pero hay un gran pero, no pienses ni por un minuto que va a ser un trayecto fácil: este sistema funcionara únicamente si tú lo haces. Para tener éxito requerirá rodaje, tiempo y energía. Pero si lo tienes no es*

*nada extraño obtener ingresos del orden de entre 20 000 Y 50 000 Euros al mes (es correcto: al mes)”.*

Harv Eker. Multimillonario y Presidente de Peak Potentials Training.

*“Usted obtiene Ingresos inmediatamente y un importante ingreso residual a largo plazo. Es el modelo de Empresa más poderoso y atractivo en la nueva economía”.*

*“Los nuevos profesionales: El surgimiento del Network Marketing como la próxima profesión de relevancia”.*

Charles W. King. Dr. en Administración de Empresas por la Universidad de Harvard. Profesor de Marketing en la Universidad de Illinois, Chicago (UIC)

*“El Network Marketing es sin duda el modelo económico más brillante de la historia del capitalismo. Hoy, gracias a Internet los negocios en red nada tienen que ver con el pasado, tienen mucho que ver con el presente y todo con el futuro”.*

Warren Buffett.

Inversionista y empresario.

Accionista mayoritario y CEO de Berkshire Hathaway

*“Generalmente cuesta mucho menos empezar en una compañía de network marketing que comenzar tu propio negocio desde cero. Como con cualquier proyecto que vayas a emprender, aprende todo lo que puedas sobre lo que vas a hacer antes de empezar. El Network marketing ha probado*

**William Danilo Garay Jiménez**  
*ser una fuente de ingresos viable y bien remunerada y los retos pueden ser apropiados para ti.”*

Donald Trump. Multimillonario Ejecutivo y Empresario. Fundador de Trump Entertainment Resort

Sin duda los resultados que ha generado este sistema son sobresalientes y viene en continuo crecimiento en nuestra economía; cada día son más las compañías que quieren implantar este sistema de comercialización por su practicidad y su cercanía al cliente final; en el presente artículo se analizará las variables más sobresalientes de dicho sistema y el impacto que este genera en la economía mundial.

### **EL MERCADO MULTINIVEL OPCIÓN O ILUSIÓN**

El mercado multinivel es un sistema que acoge a mujeres cabeza de hogar, jóvenes, amas de casa, hombres y mujeres mayores de 40 años, es decir, una población económicamente activa, pero que actualmente para el sector productivo son personas que encuentran pocas oportunidades en él.

De acuerdo a un estudio realizado por la Asociación Colombiana de Venta Directa, Acovedi, el crecimiento del sector estuvo por encima del 7 por ciento, ocupando a más de dos millones de personas que se dedican a esta labor, comercializando productos como cosméticos, productos

nutricionales, productos de aseo personal, ropa, accesorio entre otros.

La motivación más importante por la cual las personas ingresan a este sistema es la búsqueda de ingresos adicionales, normalmente utilizan tiempo extra o fines de semana para iniciar este negocio, pero luego de ver los resultados, de obtener reconocimientos, de ver mejoras en el autoestima y la autonomía, los afiliados resultan convirtiéndose en comerciantes independientes.

La venta directa se ha transformado en una industria que día a día demuestra cuán importante se ha convertido para la sociedad, haciendo uso de las oportunidades de crecimiento impulsados por el apoyo empresarial, la tecnología y los nuevos consumidores de mercados emergentes; las estadísticas de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa arrojaron que el sector que reúne aproximadamente 100 millones de empresarios independientes a nivel mundial, estos venden al año 183.000 millones de dólares, que corresponde al 6,4 por ciento en el año 2013 (Gómez, 2015), la World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) reportan que las ventas globales en el 2013 fueron de 178.000 mil millones de dólares esto es un 8,1% desde el 2012 ([vivaenetworking.com/](http://vivaenetworking.com/), 2014).

**William Danilo Garay Jiménez**

Global Market by Country*			
2012		2013	
COUNTRY	US DOLLARS	COUNTRY	US DOLLARS
1. U.S.	\$31.6B	U.S.	\$32.7B
2. Japan	\$22.7B	China	\$27.3B
3. China	\$20.0B	Japan	\$17.9B
4. Brazil	\$14.6B	Korea	\$14.5B
5. Korea	\$13.3B	Brazil	\$14.2B
6. Mexico	\$7.3B	Germany	\$8.5B
7. France	\$4.9B	Mexico	\$8.1B
8. Malaysia	\$4.7B	France	\$5.3B
9. Russia	\$4.3B	Malaysia	\$4.7B
10. Germany	\$3.8B	Russia	\$4.3B
11. U.K.	\$3.2B	U.K.	\$3.3B
12. Colombia	\$3.0B	Colombia	\$3.3B
13. Taiwan	\$3.0B	Taiwan	\$3.1B
14. Italy	\$3.0B	Italy	\$3.1B
15. Thailand	\$2.9B	Thailand	\$3.0B
16. Venezuela	\$2.3B	Canada	\$2.0B
17. Canada	\$2.2B	Argentina	\$1.9B
18. Argentina	\$1.7B	Peru	\$1.9B
19. Australia	\$1.5B	Australia	\$1.4B
20. Peru	\$1.4B	Venezuela	\$1.4B
21. Indonesia	\$1.1B	India	\$1.2B
22. India	\$1.1B	Philippines	\$1.2B
23. Philippines	\$1.0B	Indonesia	\$1.1B

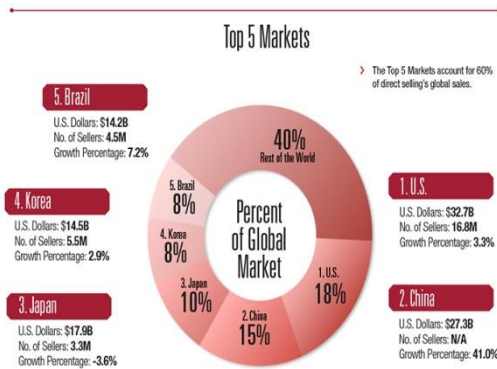
\*Data taken from WFDSA Report 2014.

Fuente: <http://vivaenetworking.com/>

Los recientes datos ilustran claramente el desarrollo sostenible de la venta directa en la mejora de políticas gubernamentales y la recuperación económica, como apoyo a la iniciativa empresarial, alrededor de las tres cuartas partes de los mercados estudiados, muestran un crecimiento sólido en los últimos tres años. Los datos globales se expresaron en dólares para eliminar las fluctuaciones monetarias

A continuación se presenta los cinco países que representan el 60% de las ventas globales de venta directa, dentro de un ranking anual de 23. Todos menos Japón generaron crecimiento positivo:

**William Danilo Garay Jiménez**



Fuente: <http://vivaenetworking.com/>

De acuerdo con los datos WFDSA siete de los mercados de mil millones de dólares con tasas de crecimiento acumulado son mercados emergentes, arraigados al deseo de mejorar la situación socioeconómica: (vivaenetworking.com/, 2014)

- Argentina, 28,1%
- China, 23,3%
- India, 20,0%
- Filipinas, el 17,8%
- Venezuela, el 15,7%
- Indonesia, 12,0 %
- Colombia, un 11,6%

La venta directa en un modelo de comercialización y ventas de gran relevancia para los mercados emergentes, dice Derrick Irwin, gestor de la cartera Wells Fargo Advantage Emerging Markets Equity Fund, quien afirma el hecho de que algunas personas sean escépticas al consumo de estos productos debido a la desconfianza, de si se trata de productos falsificados o productos de calidad, pero si se venden por alguien de confianza, la oportunidades son muy, muy buenas.

Por su parte América Latina sigue siendo una región en desarrollo, emprendedora que busca maneras de maximizar los ingresos individuales y de los hogares. Miguel Francisco Arismendi, director general de Amway para el área Andina, con sede en Bogotá, Colombia, en una entrevista dada al medio vivaenetworking.com en el año 2014, afirma: “No hay duda de que la venta directa ofrece grandes oportunidades”.

### América Latina

Aquí, la venta directa se está convirtiendo en una opción de trabajo de tiempo completo, dice Pío del Castillo, gerente de comunicaciones corporativas de Mary Kay. Brasil registro años tras años un crecimiento de las ventas al por menor de 7,2%, lo que para una tasa anual compuesta de tres años, representa un 8,6%; el número de distribuidores también creció, alcanzando de un 1,3% a un 4,5 millones.

Los mercados multimillonarios de venta directa en América latina son:

- Brasil, \$ 14.2 mil millones
- México, \$ 8,1 mil millones
- Colombia, \$ 3,3 mil millones
- Argentina, \$ 1,9 mil millones
- Perú, \$ 1,9 mil millones
- Venezuela, \$ 1,4 mil millones

En América latina el factor familiar juega un papel importante y hace ver la venta

**William Danilo Garay Jiménez**

directa como una opción atractiva de autoempleo, que genera fuentes sostenibles de ingresos y flexibilidad en la gestión de sus propios ingresos.

Los colombianos interesados en generar una fuente de ingresos adicional están recurriendo cada vez más a las empresas de marketing multinivel. La primera mitad del año ha sido descrito por los medios de comunicación colombianos como un semestre de incertidumbre financiera, la economía colombiana proyecta un crecimiento moderado; bajo este escenario, los colombianos están buscando opciones de ingresos adicionales y en esta búsqueda el MLM se está convirtiendo en una verdadera opción.

De acuerdo con la Asociación Colombiana de Venta Directa (Acovedi) en promedio en la última década, la industria ha crecido un 8% anual, muy por encima del crecimiento de la economía colombiana y ha generado 14.000 puestos de trabajo directos. Se estima que hay dos millones de personas que participan en los diferentes negocios de MLM en Colombia. El año pasado, la industria de venta directa colombiana generó casi \$ 3 mil millones de dólares en ventas de cosméticos y cuidado personal que representan el 59% de las ventas totales de la industria.

### **¿Qué es venta directa?**

Es un canal de distribución al por menor que se caracteriza por el contacto personal entre los vendedores independientes y el consumidor/usuario del producto/servicio; por tal motivo se le denomina como un “Negocio de Gentes”. (acovedi.org.co/, s.f.)

La Venta Directa es la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros o en su lugar de trabajo, siempre por fuera de locales comerciales establecidos; usualmente se realiza a través de una explicación o demostración de dichos bienes o servicios por parte de una fuerza de ventas independiente.

La venta directa se caracteriza porque:

Se realiza fuera de un local comercial.

Implica una demostración, presentación o argumentación personalizada.

Se realiza en el domicilio o lugar de trabajo del consumidor.

Requiere del contacto personal entre comprador y consumidor.

No existe relación laboral con la Fuerza de Ventas (compradores)



Demanda altos niveles de servicio al cliente (compradores y consumidores).

Es una fuente de ingresos adicionales sin restricción de sexo, edad, nivel educacional o experiencia previa que se puede realizar con alta flexibilidad de horario. Sin embargo, en Colombia, algunas organizaciones se dirigen exclusivamente a las mujeres e incentivan aspectos tales como el rol familiar.

Las metas de crecimiento son propias de cada vendedor.

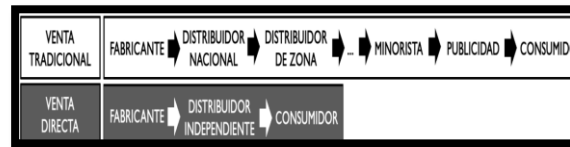
Carlos Ongallo, (Orgallo, 2007) sostiene que de las famosas «cuatro pes» del Marketing Mix que su tiempo enunció Philip Kotler, (Product, Price, Place, Promotion) , la sociedad de consumo occidental ha hecho hincapié en la última: la comunicación;

*Ante el acceso de todas las empresas a una tecnología «plug and play», ante los estrictos márgenes de algunos productos, ante la fuerza de los canales tradicionales de distribución, la publicidad en medios parece ser la principal aliada de la venta en lo relativo a productos de gran consumo.*

*En cambio, la venta directa recupera el verdadero valor del producto, le da al mismo la importancia que tiene sin más intermediario que la persona prospectora del mismo, y deja en evidencia lo que para muchos estudiosos de la publicidad aún no*

**William Danilo Garay Jiménez**  
*está demostrado empíricamente: la escasa correlación entre inversión en publicidad, impacto en el consumidor, y repercusión real en la venta del producto. (Ongallo, 2007)*

#### VENTA DIRECTA FRENTE AL RETAIL



Fuente: El Canal venta directa en Colombia modelos de operación realidad actual y experiencias, Nidia Barrera (2013)

La venta directa reduce los pasos para llegar al consumidor final.

Las empresas de venta directa, se enfocan en fortalecer lazos de fidelización, incrementar la percepción de valor, dar mayor respaldo e información acerca de los productos, crear sentido de pertenencia e identificación ideológica con los distribuidores o compradores, existe una relación directa con el cliente, cara a cara, mientras en un canal tradicional los esfuerzos se realizan en los diferentes actores que pertenecen al canal como son los grandes distribuidores nacionales o regionales, estos a su vez se dividen en zonas, luego en cada uno de los puntos de venta como supermercados o tiendas, es decir, que el productor o fabricante, está muy distante del cliente final; siendo esta una ventaja del canal de venta directa, que entre clientes y empresa solo se encuentra el distribuidor independiente.

William Danilo Garay Jiménez

George Silverman psicólogo de Harvard y pionero de lo que se denomina Word of Mouth Marketing (WOMM), (Price , 2013) afirma “*Un cliente feliz y satisfecho tiene el poder de influenciar a un sinnúmero de escépticos*”, es una tendencia que día a día se consolida e impulsa a las marcas a depositar su confianza como también a entablar un diálogo constante y permanente con sus clientes más asiduos, con el propósito de convertirlos en clientes fieles que puedan ser influenciadores y evangelizadores del producto y la marca.

Para el WOMM, la base de toda estrategia de comunicación cuyo objetivo es construir brand awareness o *conocimiento de marca* es el poder de la recomendación, es **cualquier acción generada por el negocio que logre ganar la recomendación de un cliente creando un efecto “voz a voz”**, la reacción en cadena de recomendaciones y referidos tienen un impacto mayor sobre el mercado en su decisión de compra que cualquier expresión publicitaria; de acuerdo con un [estudio](#) realizado en el 2007 por la [WOMMA](#) (Word of Mouth Marketing Association), el 92% de las decisiones de compra son tomadas bajo la influencia de recomendaciones, mientras que el 74% se producen bajo el impacto de un anuncio publicitario.; esta es la estrategia utilizada por el mercado multinivel o venta directa para llegar a los clientes y logra el crecimiento tan vertiginoso que ha tenido en la economía.

**EL NEGOCIO PERFECTO**

En el discurso de motivación de los diferentes sistemas de venta directa es frecuente encontrar referencias a los planteamientos de Robert Kiyosaki.

A través de sus obras (Padre Rico, Padre Pobre y Los Cuadrantes del Dinero) (Kiyosaki, 2005) promueve la idea de que la riqueza personal depende de un cambio de valores y paradigmas respecto a cuál es el mejor camino para obtenerla; el autor sostiene que hemos sido condicionados para ubicarnos en el lado izquierdo del cuadrante de dinero mientras que la verdadera riqueza se encuentra cuando se asume el reto de pasar al lado derecho.

Kiyosaki identifica cuatro opciones respecto a la generación de dinero:

EL CUADRANTE DEL DINERO			
EMPLEADO		DUENO	
60%	trabaja para el dinero U.d.	4 %	El dinero trabaja para U.d.
Trabaja para un sistema cambiando tiempo por dinero 100 % de su propio esfuerzo 8 a 12 horas diarias y 7 días a la semana Dinero limitado y controlado por el jefe Jubilación no digna luego de 20 o 30 años de trabajo		Crea un sistema trabajando para él Se apalanca en un equipo (no depende 100% de su esfuerzo) Libertad financiera de 2 a 5 años	
AUTOEMPLEADO		INVERSIONISTA	
35%	Ingr eso lineal	1 %	Ingreso residual
Trabaja independiente, si deja de trabajar no hay ganancias, hay más responsabilidades Tiempo por dinero Tiempo limitado Depende el 100 % de su propio esfuerzo para ganar		Invierte en ideas de otros Se apalanca en su dinero Logra la libertad financiera	

Fuente: [www.google.com.co](http://www.google.com.co)



Al lado izquierdo se encuentran los empleados y los auto empleados, estos tienen en común la dependencia de su propio trabajo para generar el dinero necesario y su principal objetivo es el dinero en sí, estos son grupos vulnerables, los empleados según Kiyosaki corresponde al 60% de la población económicamente activa, la gran debilidad de este grupo es el riesgo de ser despedidos; por otro lado los auto empleados (profesionales independientes y microempresarios) correspondientes al 35%, deben afrontar enormes presiones para sostener sus negocios, pues en el momento en que dejen de trabajar, dejan de recibir ingresos; por ejemplo, un médico dueño de su propio consultorio al no atender un día, sea cual fuere el motivo, ese día no ha de recibir ingresos; lo mismo ocurre con los abogados, y todos aquellos profesionales independientes.

Por el contrario, al lado derecho se encuentran aquellos que no dependen de su propio esfuerzo para generar el dinero que requieren; a este lado se encuentran los Dueños de Negocios y los inversionistas.

El 4% son los denominados dueños de negocio, entre quienes se encuentran los más ricos del mundo, han construido enormes infraestructuras o equipos de trabajo que realizan el esfuerzo que ellos solos nunca podrían; finalmente el 1% de la población llega al cuadrante de los

**William Danilo Garay Jiménez**

Inversionistas, estos arriesgan su dinero confiando en los resultados de las infraestructuras y los esfuerzos que realizan otros. Según (Kiyosaki, Padre Pobre y Padre Rico, 2005) la principal motivación de quienes se ubican al lado derecho es la libertad financiera, la Independencia económica.

Todos los sistemas de venta directa promueven el cambio desde el cuadrante del empleado hacia el autoempleo (compensación plana) o hacia el dueño del negocio (Multinivel), para incentivar el cambio se esfuerzan en demostrar que la venta directa proporciona las herramientas para lograrlo sin mayores requerimientos de calificación y sin mayores riesgos.

**MODALIDADES DE VENTA DIRECTA**

MODALIDAD	DESCRIPCION
PUERTA A PUERTA	Es aquella en la que el comprador, sin previo aviso, se presenta en el domicilio del posible consumidor, mostrándole las características y ventajas del producto que pretende vender. Se trata de un contacto en FRIO con el consumidor.
REUNION DOMICILIO	Se diferencia del PUERTA a PUERTA porque en este caso se acuerda una cita con el consumidor, bien sea porque se le conoce o por referencias de otro consumidor.
ACTIVIDAD EMPRESARIAL	Se coordina con la dirección de recursos humanos o la Gerencia de las empresas para realizar una presentación a los empleados y obtener pedidos o afiliaciones.
PARTY PLAN	Se organiza una reunión a la que se invita a posibles consumidores a presenciar una demostración de los productos, evaluación física, degustación, clínicas de belleza o conferencias acerca de la oportunidad de negocio.
EN VIAJES O EXCURSIONES	Excursiones subvencionadas en parte por el fabricante o distribuidor en las que se realiza una presentación de los productos para conseguir que los asistentes realicen algún pedido.

MODALIDAD	DESCRIPCION
PUNTOS DE VENTA DIRECTA AL PUBLICO	<p>Recientemente BELCORP habilitó puntos de venta donde el consumidor puede adquirir los productos a precios de CATALOGO.</p> <p>A su vez, algunos compradores habilitan auténticos almacenes en sus hogares donde los consumidores pueden adquirir los productos de uno o varios catálogos, o también se venden los premios obtenidos.</p>
CENTROS DE BIENESTAR / FERIAS DE BATIDOS	<p>Como una variación de las REUNIONES A DOMICILIO y del PARTY PLAN se han habilitado CENTROS DE BIENESTAR HERBALIFE donde los compradores pueden invitar a los consumidores a conocer los productos en un ambiente más profesional y envolvente.</p> <p>El consumidor puede adquirir BATIDOS NUTRICIONALES preparados o MENUS/DESAYUNOS que se convierten en alternativas frente a los restaurantes.</p>

El profesor Rafael Vega (Vega , s.f.) perteneciente a la facultad de Administración de la Universidad de los Andes en un artículo publicado en unillanos.edu.co, presenta su estudio “Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?”; realiza un análisis del modelo “*Emprendimiento y la innovación tres niveles de análisis: entorno macro, empresas e industrias*” en donde muestra el entorno y las condiciones que se deben generar para motivar el emprendimiento en un país; el profesor Vega plantea que las principales variables que se deben tener en cuenta son las siguientes:

Las principales variables que conectan el nivel macro y el nivel de las empresas son las siguientes:

- Instituciones. Esta variable condensa las políticas generales que tienen que ver con el desarrollo de la

**William Danilo Garay Jiménez** competitividad, incluyendo, entre otras, la política comercial, la política laboral, la política de ciencia y tecnología, la regulación y los trámites. Las instituciones conforman el sistema que determina las reglas del juego, establecen límites a lo que las empresas pueden hacer y definen la asignación de recursos para distintos propósitos.

- Infraestructura. Esta variable agrupa la disponibilidad de elementos de infraestructura sobre los cuales se soporta la acción de las empresas, e incluye la disponibilidad de vías, puertos, aeropuertos, comunicaciones y demás.

- Acceso a capital. Identifica la disponibilidad de diferentes modalidades de capital que existen para financiar las sucesivas etapas en el crecimiento de las empresas innovadoras.

- Cultura de toma de riesgos. Las empresas se comprometen con estrategias innovadoras de mayor alcance en la medida en que haya mayor información sobre la forma como opera la innovación y puedan pertenecer a redes de empresas motivadas por el logro de objetivos de innovación.

- Fluidez de la relación universidad-empresa y universidad-ambiente. Cuanto más dinámica y efectiva sea la relación entre las universidades y las empresas en un país, mayor será el flujo de innovaciones desarrolladas en un país.

Las principales variables que conectan el nivel macro y el nivel de las empresas son las siguientes:

- Instituciones. La existencia de reglas de juego favorables para la creación de empresas son un factor decisivo para la gestación de empresas innovadoras (regulación, trámites, competencia, etc.).

- Acceso a capital. La existencia de fuentes de capital a las cuales puedan acceder los individuos para financiar empresas nacientes es un elemento crítico en el desarrollo de emprendimientos innovadores.

- Incentivos al comportamiento innovador en las organizaciones. El despliegue de la capacidad creativa de los individuos dentro de las empresas depende en forma crucial de la presencia de incentivos correctos para el comportamiento innovador.

- Cultura de toma de riesgos. La cultura dominante hacia la toma de riesgos puede ser afectada por la existencia de información que permita identificar oportunidades y casos de éxito y también por la presencia de redes sociales que faciliten a los emprendedores lograr acceso a recursos en forma oportuna, para superar barreras que se presentan en su camino.

El profesor Vega analiza las principales variables para impulsar el emprendimiento en una población; ahora, dentro de la industria del mercado multinivel los siguientes son algunos de los beneficios que las empresas ofrecen a sus clientes por

**William Danilo Garay Jiménez**

comercializar sus productos y generar posicionamiento de sus marcas:

Libertad de tiempo y dinero: este es con mucho el primero y el más importante objetivo o razón de los [negocios de multinivel](#) en el mundo, proporcionar el ingreso suficiente para hacer de los sueños materiales una realidad y tener el tiempo para disfrutarlos.

Baja inversión inicial: los negocios de multinivel están diseñados para que el nuevo empresario o afiliado invierta una cantidad muy modesta de dinero (menos de 500 dólares) para comenzar comparada a cualquier inversión inicial que debe hacer un nuevo dueño de negocio en una empresa tradicional donde debe invertir miles, cientos de miles o millones de dólares para comenzar dependiendo claro de la línea de negocios que elija: consumo masivo, industria, servicios, telecomunicaciones.

Baja inversión de tiempo: en los negocios de multinivel se invierte una cantidad mínima de tiempo dado que el empresario o afiliado no está al frente de todas las actividades administrativas y logísticas demanda una empresa o negocio tradicional. De dos a cuatro horas diarias que utiliza el empresario o afiliado para contactar y presentar la oportunidad de negocios a nuevos prospectos, asistir a entrenamientos sobre productos o servicios que ofrece su compañía, capacitarse y

entrenarse con materiales de apoyo al negocio físicos y virtuales.

Mentoría y apoyo: los negocios de multinivel cuentan como ningún otro con [líneas de apoyo](#) o patrocinio conformadas por líderes experimentados con importantes resultados económicos que están dispuestos a compartir y asesorar con su experiencia y técnicas al nuevo empresario o afiliado, sin costo para que cometa el menor número posible de errores y así disminuir considerablemente su curva de aprendizaje ahorrando tiempo valioso; en un negocio o empresa tradicional este recurso no existe, el empresario debe recurrir a agremiaciones públicas o privadas para que lo asesoren en el desarrollo de su negocio o contratar consultorías privadas con expertos en determinados temas relacionados con su empresa, que le representan según el periodo de tiempo que requiera la coyuntura actual de su negocio cuantiosas inversiones de dinero.

Apalancamiento y expansión: los negocios de multinivel tienen un poder de expansión fenomenal debido a la construcción de redes de afiliados en todo el mundo que actúan como franquicias personales asociadas multiplicando el ingreso, de lo cual cada empresario que construya un grupo se verá altamente beneficiado y ahora con mayor potencia que nunca aprovechando [recursos](#) únicos como

**William Danilo Garay Jiménez**  
la Red Mundial de Información y todas sus herramientas de apoyo.

Sin límite de edad: uno de los aspectos que más afecta y desmoraliza a las personas en general es que su vida útil la ponga una compañía o un medio social como ocurre en la cultura de los empleos donde a los cuarenta años ya se considera “vieja” en la industria del multinivel esto no sucede porque un empresario puede comenzar su negocio a partir de los dieciocho años y salirse cuando quiera, a los ochenta, noventa o más años.

Crecimiento personal: existen sistemas de capacitación y entrenamiento para sus afiliados no sólo en lo que se refiere a conocimiento de sus productos y/o servicios sino a herramientas de desarrollo humano como [libros](#), audios, videos de y reuniones físicas o virtuales para crear el espíritu de trabajo en equipo en los afiliados a la vez que se capacitan en temas tan importantes como son las relaciones humanas, superación personal, finanzas, liderazgo, resolución de conflictos.

Reconocimiento: el ser humano en general anhela el reconocimiento de sus talentos y labores.

El mercadeo multinivel sin lugar a duda se ha convertido en una muy buena alternativa para las personas que buscan

**William Danilo Garay Jiménez**

aumentar sus ingresos o generar una independencia económica, de igual forma es una solución cercana para una población que no tiene la facilidad de acceder al mercado laboral en los puestos de trabajo tradicionales ya sea porque no cuentan con los requisitos académicos, culturales, sociales, económicos, o de cualquier índole; en esta opción, mujeres cabeza de familia, hombres y mujeres mayores de cincuenta años, amas de casa, jóvenes, padres que quieren pasar más tiempo con sus hijos y familias; encuentran una opción para generar ingresos a sus familias.

Alguno de los factores que hay que tener en cuenta en la población que se dedica a trabajar en esta industria son los siguientes: es un trabajo sin beneficios ni seguridad social, el ingreso es incierto, posible acumulación de inventarios para cumplimiento de metas, en algunos casos las compañías son poco conocidas en el sector.

La industria multinivel apareció en el mercado colombiano ya hace más de tres décadas, y en algún momento generó mucha incertidumbre por el manejo particular de su sistema; pero ha ido avanzando hasta el punto que en Colombia se ha desarrollado la Ley 1700 del 27 de diciembre de 2013 (Acovedi, s.f.) por medio de la cual se reglamentan las actividades de comercialización en red o mercadeo multinivel en Colombia.

Esta ley conocida con el nombre de Comercialización en Red o Mercadeo Multinivel en Colombia es pionera, en ninguna otra parte del Mundo existe una legislación tan clara y detallada sobre el particular. El gobierno nacional, a través de esta ley quiso respaldar el sector de venta directa dentro del marco legal, dejando claro en qué consiste la actividad de venta directa, tanto para las personas que pertenecen al sector y a las personas que no pertenecen, la Ley 1700 de 2013 hace claridad sobre lo que realmente debe ser y representa una compañía de mercadeo multinivel real, seria y con compromiso autentico por su gente.

Algunos trabajos realizados recientemente en Fedesarrollo (Kugler, 1998)( Mauricio Cárdenas, Adriana Kugler y Raquel Bernal. 1998. Regulación del Mercado de Trabajo y Empleo en Colombia, 1976-1996, y Adriana Kugler y Mauricio Cárdenas. 1998.) Efectos de los Costos de Despido sobre la Rotación: Evidencia de la Reforma Laboral Colombiana, dicho estudio indica que la flexibilización introducida en la Reforma Laboral de 1990 aumentó la volatilidad del empleo a lo largo del ciclo económico; en el año 1995 la tasa de desempleo era del 9%, la cifra de desempleo más reciente en el 2015 está en el 15.8% esto corresponde a un cambio de 7 puntos porcentuales en 10 años, la reforma redujo

las cesantías, restringió la definición de despidos sin justa causa y extendió el uso de contratos temporales, ha aumentado la rotación laboral, redujo los incentivos para evadir la legislación y parece haber contribuido a la expansión del sector formal, otro efecto de la reforma ha sido aumentar el desempleo de corto plazo y reducir el desempleo de largo plazo.

Es pues el sector del mercado multinivel una estrategia muy efectiva para generar ingresos en los hogares, si bien es cierto que no cuenta con los beneficios que da un trabajo formal en lo que corresponde a la seguridad social, sí es una solución en producir entradas económicas a las familias colombianas; un sector que motiva a su fuerza de ventas no solo en lo económico, sino en ese salario emocional a través de los premios, incentivos, viajes, bonos, capacitaciones, seguimiento continuo de líderes; todo esto ha desarrollado un sistema en el cual la población lo mira como una gran opción de crear una estabilidad económica.

Una industria que poco a poco ha ganado espacio en lo económico, en lo social, aun en lo político debe ser analizada detalladamente por la academia a través de monitoreo e investigaciones con el objetivo de generar información más concreta del impacto que genera este sistema en el entorno, y la posibilidad de recopilar todas esas experiencias adquiridas, muchas veces

**William Danilo Garay Jiménez** empíricamente para poderlas llevar a un conocimiento más estructurado, que permita transmitir las tendencias y dinámicas actuales del mercado, a los profesionales en las distintas áreas del conocimiento.

### Referencias Bibliográficas

- Acovedi . (s.f.). *acovedi.org.co/*. Obtenido de *acovedi.org.co/*:  
<http://www.acovedi.org.co/ley-multinivel-en-colombia/>
- acovedi.org.co/*. (s.f.). *www.acovedi.org.co/*. Obtenido de *http://www.acovedi.org.co/venta-directa/*
- Gómez, C. G. (27 de 10 de 2015). *Portafolio.co*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/negocios/la-venta-directa-crece-10-y-mueve-negocios-6-billones>
- Kiyosaki, R. T. (2005). *Padre Pobre y Padre Rico*. Aguilar .
- Kugler, A. (19 de 10 de 1998). *eltiempo.com*. Obtenido de *eltiempo.com*: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-833191>
- Ongallo, C. C. (2007). La Venta Directa. En C. C. Ongallo, *La Venta Directa* (págs. 8,9). Ediciones Días de Santos.
- Orgallo, C. C. (2007). *La Venta Directa* . Ediciones Días de Santos .
- Price , J. A. (01 de 10 de 2013). *youngmarketing.co*. Obtenido de



**William Danilo Garay Jiménez**

<http://www.youngmarketing.co/que-es-wom-parte-1/>

Seoane, R. (s.f.). *Que dicen los Expertos sobre el Network Marketing.*

Obtenido de

<http://www.todonetwork.info/blog/que-dicen-los-expertos-sobre-el-network-marketing/>

Vega , R. (s.f.). *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EN COLOMBIA:*

Obtenido de [unillanos.edu.co/](http://web.unillanos.edu.co/):

<http://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

[vivaenetworking.com/](http://vivaenetworking.com/). (01 de 10 de 2014).

Obtenido de

<http://vivaenetworking.com/2014/10/el-mlm-y-la-venta-directa-siguen-creciendo-en-todo-el-mundo/#comments>