



Facultad de Ciencias Económicas
Maestría en Gestión del Talento Humano

El network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala

(Artículo Científico – Trabajo de Graduación)

Flor Pamela Murillo Soriano

Guatemala, octubre 2020

El network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala

(Artículo Científico – Trabajo de Graduación)

Flor Pamela Murillo Soriano

Mgr. María Eugenia Roca (**Asesor**)

M.A. Lisbeth Xiomara Cifuentes (**Revisora**)

Guatemala, octubre 2020

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M. A. Ronaldo Antonio Díaz Girón

Decano

M.Sc. Heber Abimael Chinchilla Guzmán

Coordinador



Guatemala, 12 de junio del 2020

Señores

Facultad de Ciencias Económicas

Presente

Por este medio doy fe que soy el autor del Artículo científico titulado "El network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala" y confirmo que respeté los derechos de autor de las fuentes consultadas y consigné las citas correspondientes.

Acepto la responsabilidad como autor del contenido de este Artículo científico y para efectos legales soy el único responsable de su contenido.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Flor Pamela Murillo Soriano". The signature is stylized and cursive.

Flor Pamela Murillo Soriano

Maestría de Gestión del Talento Humano

Camé No.:000076405



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo; adquiere sabiduría"

REF.: C.C.E.E.M.GTH.UV A01-PS.008.2020.

LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 29 DE SEPTIEMBRE DE 2020.

DICTAMEN

Tutor: Mgtr. María Eugenia Roca

Revisor: M.A. Lisbeth Xiomara Cifuentes

Artículo Científico titulado: "El network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala".

Presentada por: Flor Pamela Murillo Soriano

Decanatura autoriza la impresión, como requisito previo a la graduación profesional.

En el grado de: Maestría en Gestión de Talento Humano

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Facultad de Ciencias Económicas



1779

upana.edu.gt

Diagonal 34, 31-43 Zona 16

Guatemala, 02 de agosto del año 2,020

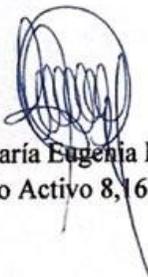
Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente.

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado: **“El network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala “**, realizado por Flor Pamela Murillo Soriano, Carné 000076405, estudiante de la Maestría de Gestión del Talento Humano, he procedido a la Asesoría de la misma, observando que cumple con los requerimientos establecidos en la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, extiendo por este medio dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.



Licda. María Eugenia Roca Barillas de Cifuentes
Colegiado Activo 8,168

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana Ciudad.

Estimados señores

En relación al trabajo de artículo científico **“El network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala.”** realizado por Flor Pamela Murillo Soriano, carné 000076405, estudiante de la **Maestría de Gestión del Talento Humano**, he procedido a la revisión del mismo, haciendo constar que cumple con los requerimientos de estilo establecidos por la reglamentación de Universidad Panamericana.

De acuerdo con lo anterior, se extiende el presente dictamen de aprobado.

Al ofrecerme para cualquier aclaración adicional, me suscribo de ustedes.

Atentamente,



M.A. Lisbeth Xiomara Cifuentes
Colegiado No. 15534
Revisora

Nota: Para efectos legales, únicamente la sustentante es responsable del contenido del presente trabajo.

Contenido

Abstract	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
Metodología	1
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	2
1.3 Objetivos de investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2 Objetivos específicos	2
1.4 Definición del tipo de investigación	3
1.4.1 Investigación descriptiva	3
1.5 Sujeto de investigación	3
1.6 Alcance de la investigación	4
1.6.1 Temporal	4
1.6.2 Geográfico	4
1.7 Definición de la muestra	5
1.7.1 Empleo muestra finita o infinita	5
1.8 Definir instrumentos de investigación	6
1.9 Recolección de datos	6
1.10 Procesamiento y análisis de datos	7
Capítulo 2	8
Presentación de resultados	8
2.1 Presentación de resultados	8
Capítulo 3	30
Discusión	30
3.1 Extrapolación	30
3.2 Hallazgos y análisis general	31
3.3 Conclusiones	34
Referencias	36
Anexos	37

Abstract

El objetivo del presente estudio fue el de analizar el network marketing como estrategia de retención para el alcance de resultados en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala. Se identificaron los beneficios de este modelo de negocios aplicado a las empresas en la gestión del talento humano. Se analizó como herramienta en la gestión del talento humano y se definieron los indicadores que miden el desarrollo en su implementación.

Se realizó una investigación de tipo descriptiva con la cual se concluyó que una adecuada estrategia en la gestión del talento humano es fundamental para la retención de los mejores talentos dentro de la empresa. Los factores como la motivación, el reconocimiento y el desarrollo personal son indicadores para la medición de la eficacia de los colaboradores en las estrategias implementadas por la organización.

Palabras clave: Talento humano, gestión, retención, indicadores, eficacia, estrategias.

Introducción

Las personas son uno de los activos más importantes de la empresa, la gestión del talento humano cumple con el compromiso de desarrollar profesionales talentosos para competir con equipos de alto rendimiento en el mercado. Para medir la eficacia en la gestión del talento humano se recurre a indicadores que permiten evaluar los procesos de Recursos Humanos, funcionan como soporte para la mejora continua en la obtención de equipos de trabajo de alto rendimiento

Las empresas están desarrollando una cultura basada en la innovación y orientada a situar al empleado en el centro de sus estrategias con ayuda de herramientas tecnológicas. El network marketing es uno de los modelos de distribución con marcada presencia en la economía en la actualidad renovando conceptos que impactan el modo de gestión del talento humano.

Para efectos de esta investigación y como objetivo principal, se analiza el network marketing como estrategia de retención para el alcance de resultados en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala. Se evalúa el nivel de satisfacción laboral, con la ayuda de indicadores de medición se busca conocer el compromiso de los colaboradores con el producto y sus resultados, junto con los beneficios de la aplicación de este modelo de negocios en la gestión del talento humano. Se identifican las condiciones objetivas del trabajo, como la compensación, los beneficios, las oportunidades de desarrollo personal y profesional.

Se trabaja una investigación de tipo descriptivo, los datos recopilados son tanto cualitativos como cuantitativos. Se recopila información con la ayuda de cuestionarios y encuestas, tomando una muestra de 32 colaboradores para luego proceder al análisis de los resultados. Con respecto a las conclusiones, estas responden tanto a la pregunta de investigación, como al objetivo general y objetivos específicos.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

Las empresas se encuentran en un proceso de evolución constante, la transformación digital continuará a la orden del día siendo clave para la gestión y retención del talento. Esto supone un cambio organizacional que genere nuevas tendencias en la gestión del talento con el fin de hacer una empresa más atractiva, que fidelice y que atraiga talento. Se debe posicionar al personal como eje central y modificar procesos en los cuales permitan ampliar sus capacidades y potencial productivo.

Es importante que el área de Recursos Humanos conozca a los empleados para poder ofrecer una experiencia personalizada, la cual aporte valor e impacte de manera positiva su comportamiento, buscando enriquecer al empleado a nivel personal y profesional.

Partiendo de una selección tradicional es posible enfocarnos en integrar estrategias enriquecedoras en donde el enfoque es la aportación de valor que genera un nuevo colaborador. Trabajar para que éste se sienta cómodo y entienda el valor como persona dentro de la empresa y no sentirse como un miembro más; esto dará como resultado que desempeñe sus labores de forma más eficiente, se encontrará fidelizado a seguir y aportar todo su talento a la organización atrayendo a otros con grandes talentos.

Es aquí donde el termino network marketing puede brindar al empleado la oportunidad de relacionarse con profesionales que ayuden a enriquecer sus conocimientos por medio de programas de entrenamiento, automotivación, empoderamiento, creando nuevos círculos de relaciones para escalar peldaños y cumplir sus metas personales y lograr sus objetivos profesionales.

El network marketing es un modelo de negocio que utilizan las empresas para comercializar productos a través de una red de distribuidores, tiene como característica que el mismo cliente tiene la opción de formar parte de la empresa y convertirse en vendedor, que a su vez son capaces de reclutar nuevos colaboradores.

Este tipo de negocio tiene ciertas ventajas como la posibilidad de moderar el tiempo y ritmo de trabajo. Cada miembro de la empresa puede multiplicar sus esfuerzos, habilidades y talentos para ayudar a otros a ser exitosos. Aplicando este esquema se ha formado un modelo de hacer negocios que forma parte de la nueva economía alrededor del mundo.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo incide el network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar el network marketing como estrategia de retención para el alcance de resultados en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar los beneficios del network marketing en las empresas y gestión del talento humano.
- Analizar el network marketing como herramienta de retención en la gestión del talento humano.
- Conocer el perfil para optar por la modalidad del network marketing.
- Definir los indicadores que midan el desarrollo de la implementación del network marketing en la gestión del talento humano.

1.4 Definición del tipo de investigación

Para este estudio se desarrolló el método descriptivo, en el cual se extrajeron características generalizadas para contribuir al tema del network marketing. Se buscó conocer situaciones y actitudes que predominan en las actividades que se realizan en las organizaciones para el análisis de la información y brindar resultados que incidan en el buen desempeño de estas.

Se pretende la obtención de información cuantificable para el análisis estadístico de los datos recopilados. Realizando un estudio transversal de las diferentes secciones pertenecientes a un mismo grupo.

1.4.1 Investigación descriptiva

Se trabajó una investigación de tipo descriptiva. Se realizó la recolección de datos a través de cuestionarios con preguntas cerradas con el fin de conocer cómo se llevan a cabo las buenas estrategias de retención que ofrecen las empresas de network marketing al personal.

Los datos recopilados son tanto cualitativos como cuantitativos buscando que sean variados, diversos y exhaustivos. La investigación descriptiva permite que el encuestado se encuentre en un entorno tranquilo para garantizar la obtención de datos honestos y de calidad.

1.5 Sujeto de investigación

En la siguiente investigación participaron 100 sujetos de tres distintas organizaciones. Los colaboradores propuestos en esta investigación son del rango consultor independiente dentro de la red multinivel de las empresas dedicadas a la comercialización de productos para el cuidado de la salud.

Las compañías propuestas fueron seleccionadas por ser tres modelos dentro de una misma industria de tamaños diversos que permitieron la obtención de los datos para su análisis.

Todos los participantes deberán responder a los planteamientos de los cuestionarios electrónicos para determinar las características en la gestión del talento humano que se realizan en las empresas, para conocer el grado de motivación y desempeño de los trabajadores.

Se propuso llevar el estudio a las siguientes empresas:

1. Immunotech Research LTD. Empresa de comercialización de la red proporcionando productos de salud.
2. Amway. Empresa de comercialización de productos para la salud, nutrición y cuidado personal.
3. Herbalife International. Empresa de comercialización de productos de cuidado personal y nutrición

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

La investigación se realizó en 3 meses, abarcando mayo, junio y julio del presente año. Durante el primer mes se realizó el trabajo de búsqueda de información y delimitar el espacio en el que se llevó a cabo el estudio. Seguido a esto se planificó en el mes de junio establecer la metodología de la investigación y para finalizar, en el mes de julio se procedió a la presentación de resultados del análisis de los datos obtenidos.

1.6.2 Geográfico

Las empresas que forman parte de la investigación cuentan con operaciones dentro del departamento de Guatemala.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo muestra finita o infinita

El tamaño del universo en estudio es menor de 30,000 elementos por lo que la fórmula es finita, con niveles de confianza que superen el 95% y el error muestral menor al 8%.

Según la población establecida la muestra es de 46 personas, este dato es obtenido mediante la fórmula de poblaciones finitas que se encuentra a continuación:

$$n = \frac{P * q}{\frac{e^2}{Z^2} + \frac{P * q}{N}}$$

Dónde:

P = Probabilidad de aceptación

Q = Probabilidad de rechazo

e = Error

Z = Distribución Normal de Probabilidad

N = Universo

$$n = 0.95 * 0.05$$

$$\frac{0.02^2}{0.82894^2} \quad (+) \quad \frac{0.95 * 0.05}{100}$$

$$\frac{0.000582}{0.82894^2} + \frac{0.00045}{100}$$

$$n = 0.0475$$

$$0.000582 + 0.00045$$

$$n = 46.02 = 46$$

1.8 Definir instrumentos de investigación

Los instrumentos que fueron utilizados para la recopilación de la información son los siguientes:

Cuestionario: se utilizó el cuestionario como una herramienta de retroalimentación para el estudio de los factores que inciden en la retención del personal, para identificar la percepción de los trabajadores, de las condiciones dentro de la organización. Se utilizaron preguntas cerradas para encontrar los patrones y rasgos de comportamiento para concluir con un análisis de los datos.

En el cuestionario de retención laboral se evaluaron distintas dimensiones tales como la apreciación del clima laboral, perfil del empleado, liderazgo y actitud frente al aprendizaje y desarrollo profesional.

Encuesta: con esta herramienta se buscó obtener información para conocer la satisfacción laboral de los empleados en las empresas de network marketing, evaluando factores que permitan conocer la opinión de los trabajadores acerca de la cultura organizacional y sobre los beneficios que la empresa ofrece como estrategia de retención.

Entrevista: para conocer los indicadores clave de la gestión del talento humano se realizó una entrevista para evaluar los procesos y cuantificar el rendimiento en función a las metas y objetivos de la empresa.

1.9 Recolección de datos

El instrumento de recolección de datos fue estructurado minuciosamente con el fin de recabar información veraz y útil para el correcto análisis de la investigación. Los cuestionarios fueron diseñados para realizarse en línea, para su eficiente distribución y facilidad de respuesta. Fueron enviadas por medio de correo electrónico esperando respuesta en un rango de tiempo de 2 semanas.

Una vez recolectados los datos se procedió al análisis y elaboración de gráficas para obtener conclusiones acerca de la información recabada sobre el tema de investigación, estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas comercializadores de productos para la salud y cuidado personal.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Al finalizar con el procesamiento de los datos se procedió al análisis del propósito de la investigación; se deben poder determinar de acuerdo a las encuestas realizadas, los diversos factores que influyen en la retención del talento humano, tanto las variables personales como organizacionales para medir el compromiso del empleado con la empresa e identificar el impacto de la estrategia de gestión de recursos humanos.

Se debe entonces conocer los beneficios y estrategias de retención en las empresas de network marketing generando valiosos aportes que pueden ser empleados en otros proyectos y ser utilizados para definir indicadores de desarrollo en la gestión del talento humano en las empresas guatemaltecas.

Capítulo 2

Presentación de resultados

2.1 Presentación de resultados

Los datos a continuación son el resultado de un estudio realizado a las empresas de network marketing dedicadas a la comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala

Para el estudio se utilizaron cuestionarios y entrevistas electrónicas como instrumentos de medición. El total de cuestionarios enviados fue de 46 y los formularios recibidos fueron 32, los resultados obtenidos están compilados en las gráficas de este documento.

La entrevista personal fue respondida por un ejecutivo de una de las compañías del estudio. Se incluye un cuadro con el resultado obtenido.

Tabla – Características de la muestra

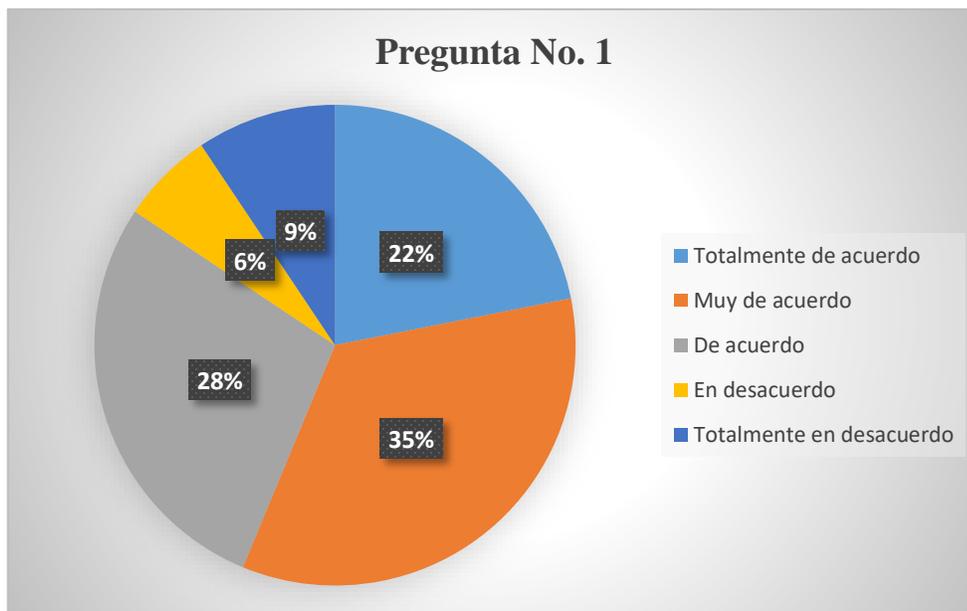
Encuestados	47
Rango de edades	25 - 54
Escolaridad	-Nivel medio -Universitario
Sexo	-11 hombres -21 mujeres

Fuente: elaboración propia, 2020

Cuestionario: Retención laboral

1. Veo un futuro para mi dentro de esta empresa

Totalmente de acuerdo	7
Muy de acuerdo	11
De acuerdo	9
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	3

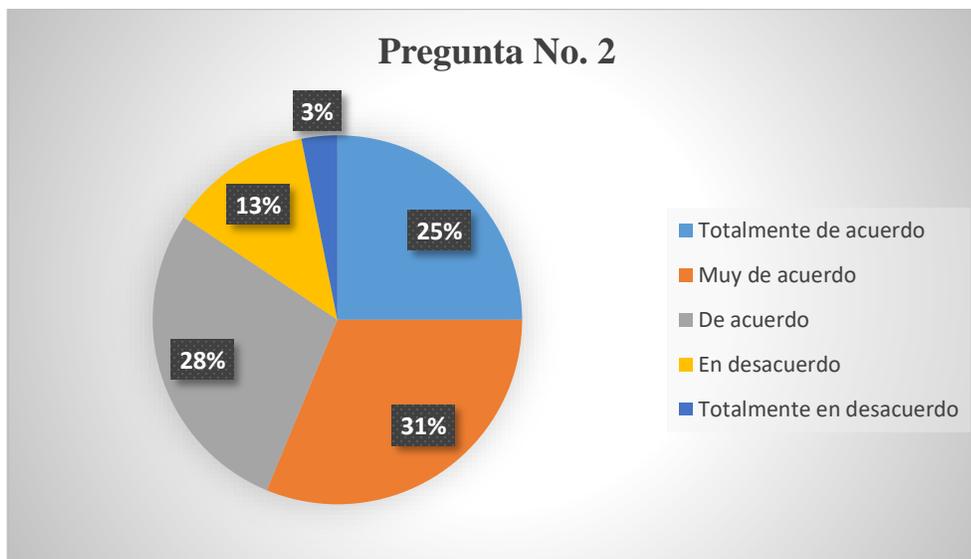


Fuente: elaboración propia, 2020

El 22% de los empleados consideran estar totalmente de acuerdo con permanecer laborando en un futuro dentro de la empresa, 35% dice estar muy de acuerdo y 28% opina estar de acuerdo. Lo que indica que la mayoría de los encuestados ven oportunidades a futuro dentro de la organización.

2. Definitivamente me veo trabajando para la empresa durante los siguientes 5 años

Totalmente de acuerdo	8
Muy de acuerdo	10
De acuerdo	9
En desacuerdo	4
Totalmente en desacuerdo	1

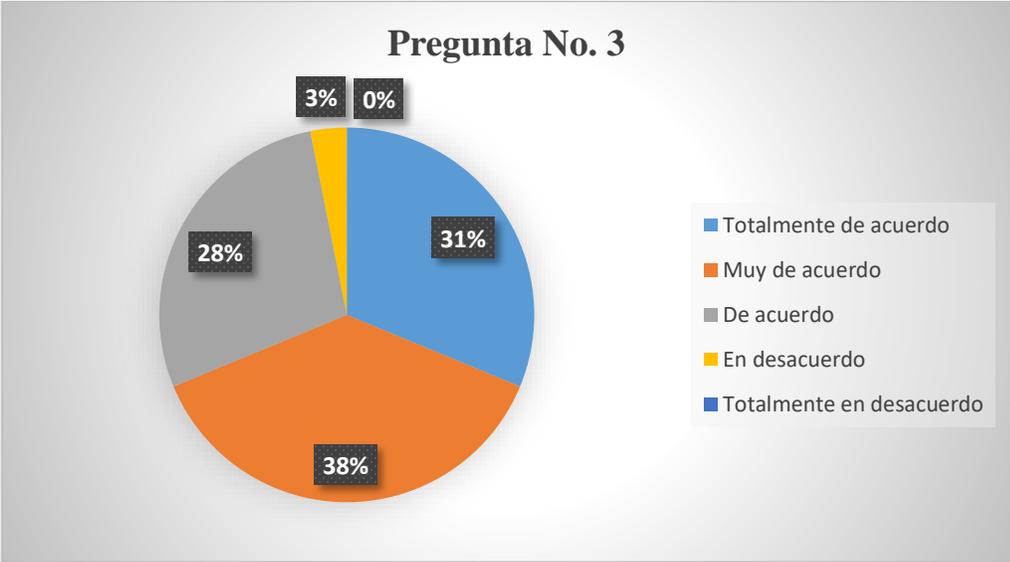


Fuente: elaboración propia, 2020

El 84% de los encuestados consideran permanecer dentro de la empresa por un período prolongado eligiendo las tres opciones con ponderación más alta dentro del cuestionario, únicamente el 15% de los empleados respondieron lo contrario.

3. Me satisface el trabajo que realizo dentro de la empresa

Totalmente de acuerdo	10
Muy de acuerdo	12
De acuerdo	9
En desacuerdo	1
Totalmente en desacuerdo	0

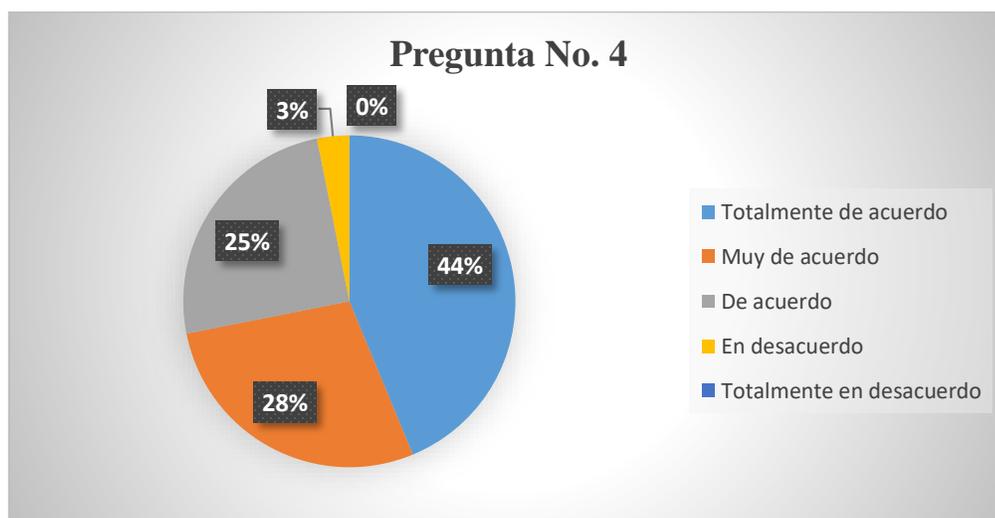


Fuente: elaboración propia, 2020

Se puede observar que el 38% de los encuestados se encuentran muy de acuerdo con el trabajo que realizan dentro de la empresa, a esto le sigue un 31% que considera estar totalmente de acuerdo y un 28% dice estar de acuerdo. Lo que indica que la mayoría de los colaboradores se sienten satisfechos con las labores que desempeñan dentro de la organización.

4. El personal ejecutivo de la empresa siempre está listo para dar consejos sobre cómo puedo aprender cosas nuevas

Totalmente de acuerdo	14
Muy de acuerdo	9
De acuerdo	8
En desacuerdo	1
Totalmente en desacuerdo	0

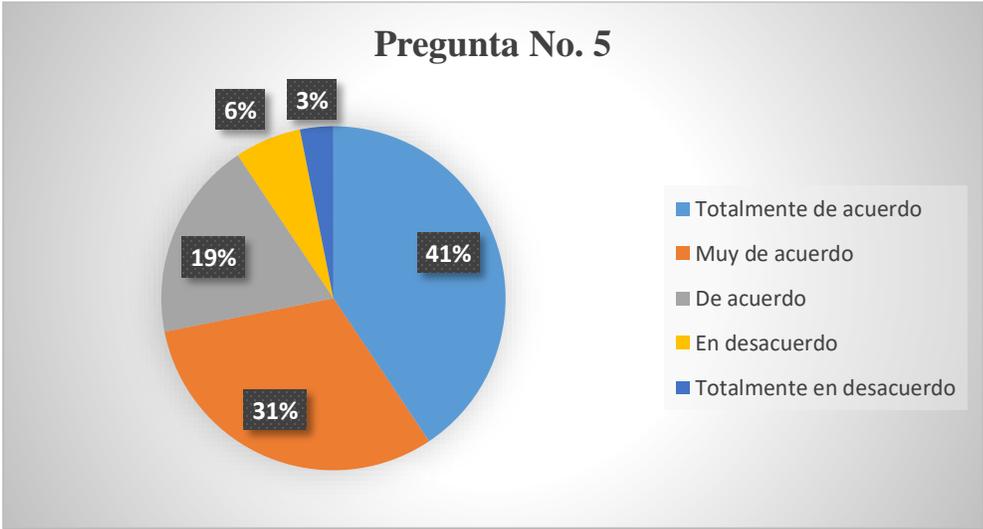


Fuente: elaboración propia, 2020

El 44% de los empleados indica estar totalmente de acuerdo de recibir apoyo por parte de los ejecutivos de la empresa, el 28% dice estar muy de acuerdo y el 25% dice estar de acuerdo, únicamente un 3% contestó estar en desacuerdo. Lo que indica que el personal ejecutivo de la empresa se encuentra listo para dar consejos de cómo pueden los colaboradores aprender nuevas cosas.

5. La empresa me estimula para que piense en donde estoy y que necesito hacer para lograr las metas de la empresa

Totalmente de acuerdo	13
Muy de acuerdo	10
De acuerdo	6
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

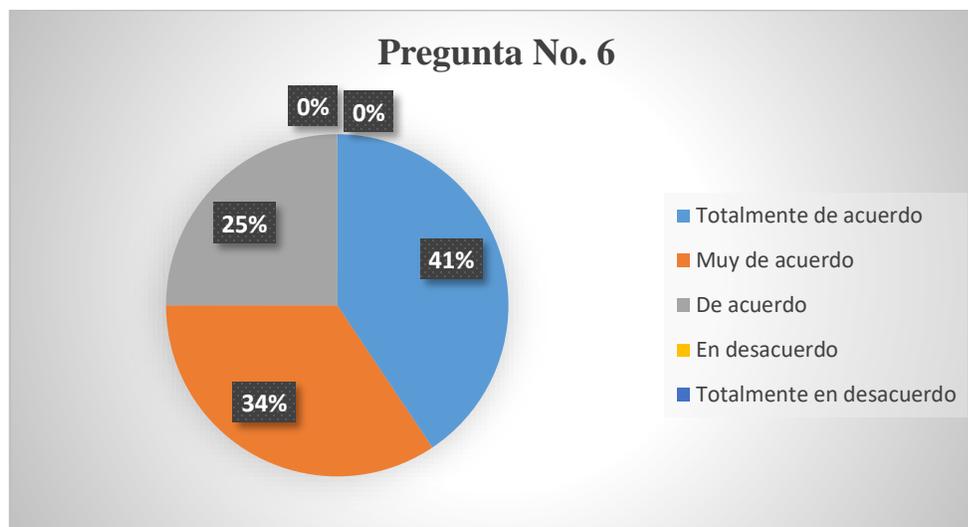


Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica cabe resaltar que el 41% de los encuestados se encuentra totalmente de acuerdo de recibir estímulo por parte de la empresa para lograr las metas establecidas, el 31% marcaron como respuesta la casilla muy de acuerdo y un 19% dice estar de acuerdo. El 6% de los colaboradores dice estar en desacuerdo de recibir el apoyo que necesitan por parte de la organización y únicamente un 3% respondió estar totalmente en desacuerdo.

6. La empresa me da la oportunidad de capacitarme en temas que me interesan

Totalmente de acuerdo	13
Muy de acuerdo	11
De acuerdo	8
En desacuerdo	0
Totalmente en desacuerdo	0

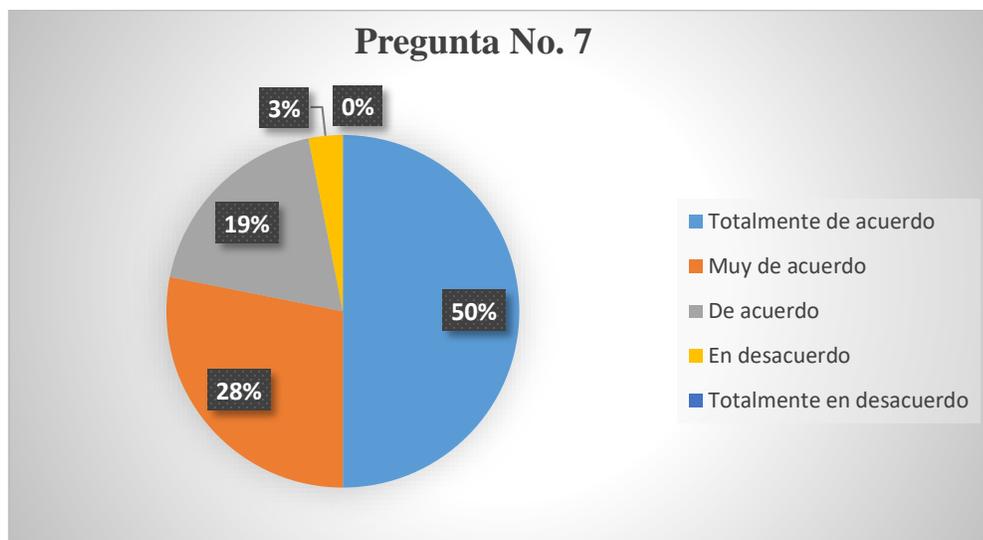


Fuente: elaboración propia, 2020

En esta pregunta los encuestados coinciden en tener la oportunidad de capacitarse, los porcentajes se dividen de la siguiente manera. El 41% respondió estar totalmente de acuerdo, 34% muy de acuerdo y un 25% marcó como respuesta estar de acuerdo.

7. Tengo suficiente oportunidad en el trabajo de usar mis talentos personales y tomar iniciativa

Totalmente de acuerdo	16
Muy de acuerdo	9
De acuerdo	6
En desacuerdo	1
Totalmente en desacuerdo	0

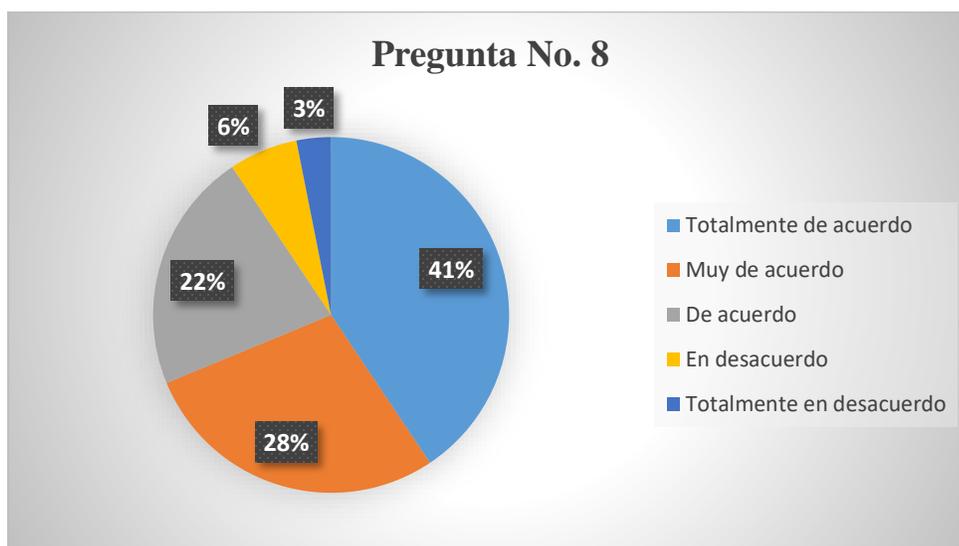


Fuente: elaboración propia, 2020

El 50% de los encuestados contestaron estar totalmente de acuerdo con sentirse apoyados al momento de proponer iniciativas generando nuevas ideas a partir de sus talentos personales, el 28% marco como respuesta estar muy de acuerdo y un 19% se encuentra de acuerdo. Únicamente un 3% dice estar en desacuerdo.

8. Cuando ocurre un problema usualmente confío en los procedimientos que son dictados por la empresa

Totalmente de acuerdo	13
Muy de acuerdo	9
De acuerdo	7
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

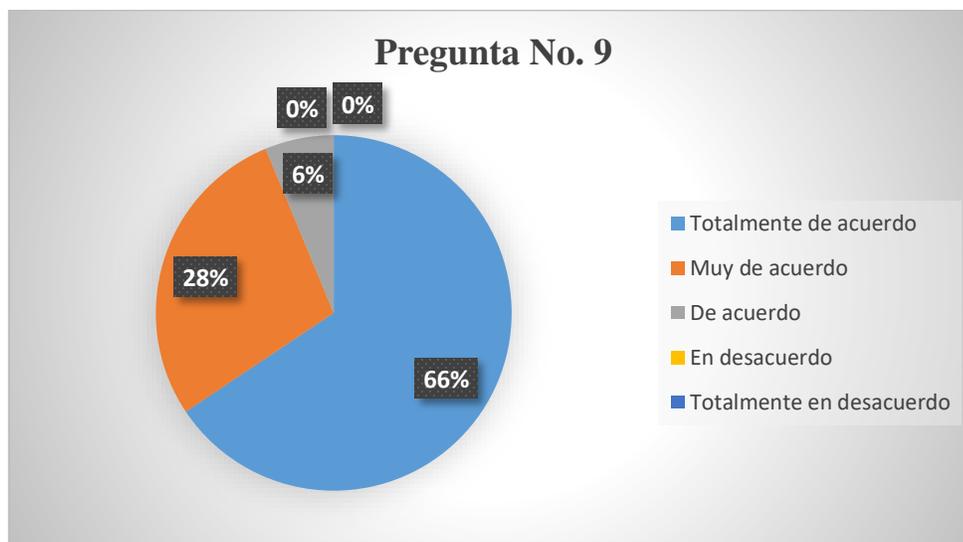


Fuente: elaboración propia, 2020

El 41% de los encuestados respondieron encontrarse totalmente de acuerdo en cuanto a confiar en los procedimientos de la empresa para la solución de los conflictos que puedan surgir en el ámbito laboral, el 28% se encuentra muy de acuerdo y un 22% dice estar de acuerdo. El 6% marcaron como respuesta estar en desacuerdo y con un porcentaje menor encontramos la casilla totalmente en desacuerdo con un 3%.

9. Si tengo la oportunidad de aprender definitivamente lo hago

Totalmente de acuerdo	21
Muy de acuerdo	9
De acuerdo	2
En desacuerdo	0
Totalmente en desacuerdo	0

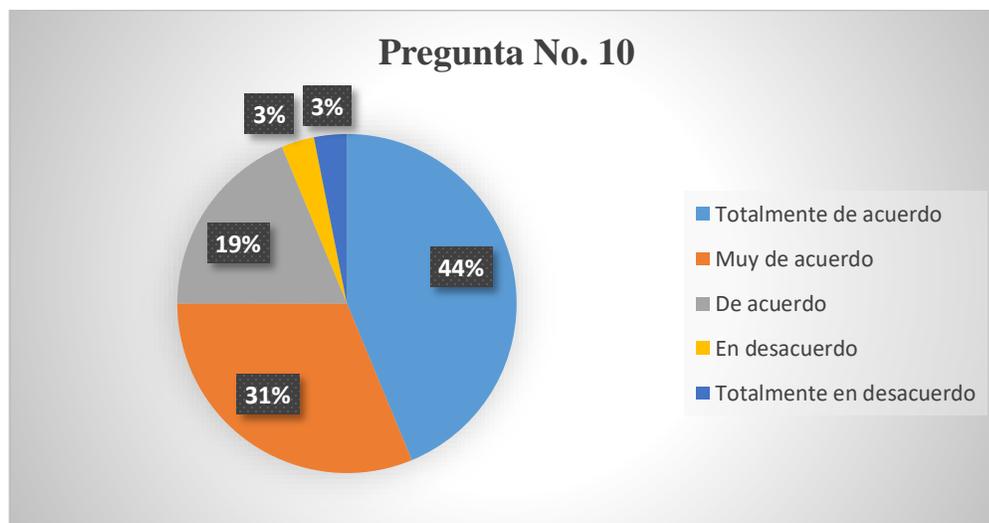


Fuente: elaboración propia, 2020

El resultado obtenido en esta pregunta indica que un 66% de los encuestados dice estar totalmente de acuerdo en adquirir nuevos conocimientos cuando se les presente la oportunidad, un 26% se encuentra muy de acuerdo y un 6% respondió estar muy de acuerdo, siendo estas las ponderaciones más altas para esta interrogante.

10. Soy capaz de motivar a otras personas para hacer las tareas lo mejor posible

Totalmente de acuerdo	14
Muy de acuerdo	10
De acuerdo	6
En desacuerdo	1
Totalmente en desacuerdo	1



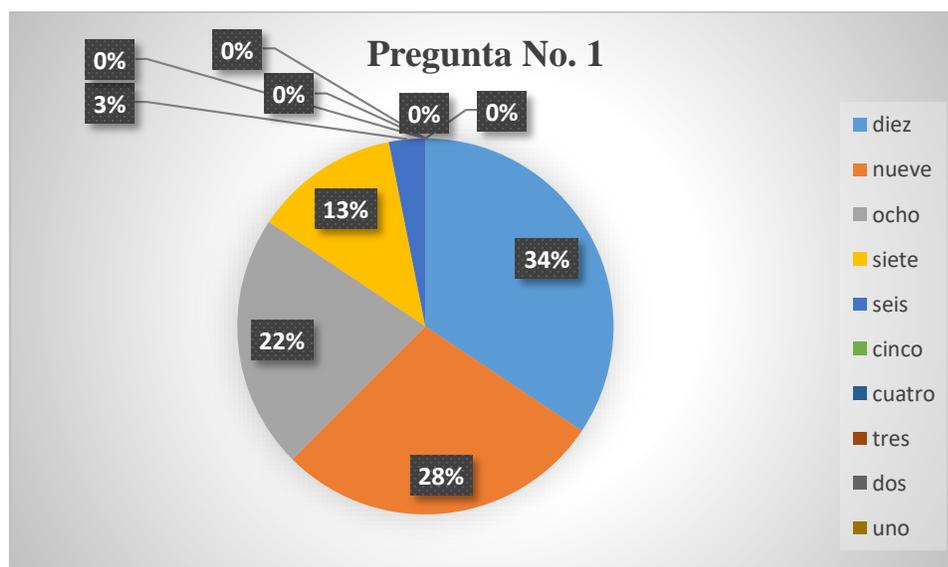
Fuente: elaboración propia, 2020

Del total de los encuestados, el 44% respondió estar totalmente de acuerdo, el 31% muy de acuerdo y un 19% dice estar de acuerdo de encontrarse motivados para influir en otras personas para realizar las tareas de manera más eficiente. Con un porcentaje menor encontramos las dos últimas ponderaciones, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con un 3% cada una.

Encuesta: Satisfacción laboral

1. ¿Qué tan feliz eres en el trabajo?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
11	9	7	4	1	0	0	0	0	0

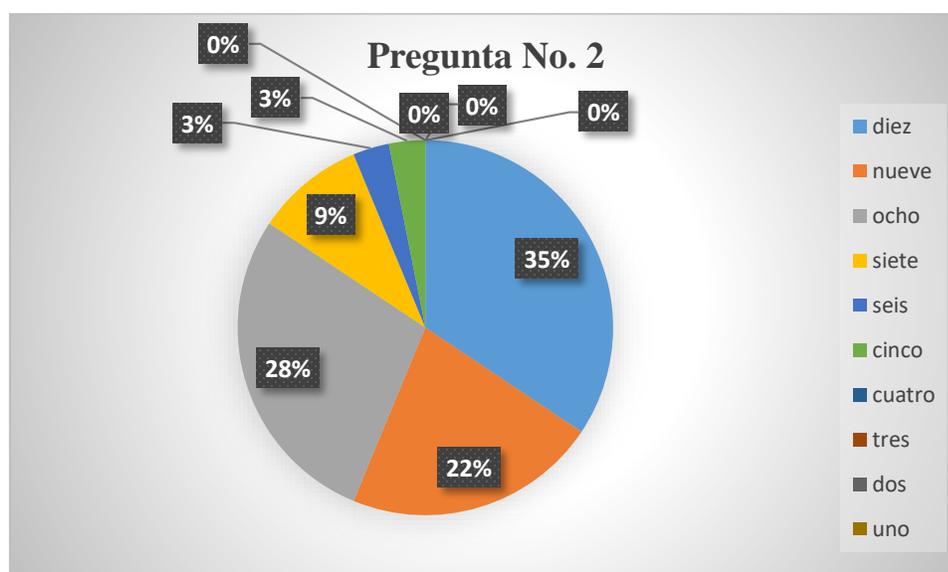


Fuente: elaboración propia, 2020

El 34% de los empleados respondieron con la ponderación más alta en cuanto que tan felices se encuentran en su puesto de trabajo, le sigue un 28% con una ponderación de 9; 22% con una ponderación de 8; 13% con una ponderación de 7 y por último un 6% que califica con un 6 esta interrogante.

2. ¿Recomendarías esta organización a tu familia o amigos para trabajar?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
11	7	9	3	1	0	0	0	0	0

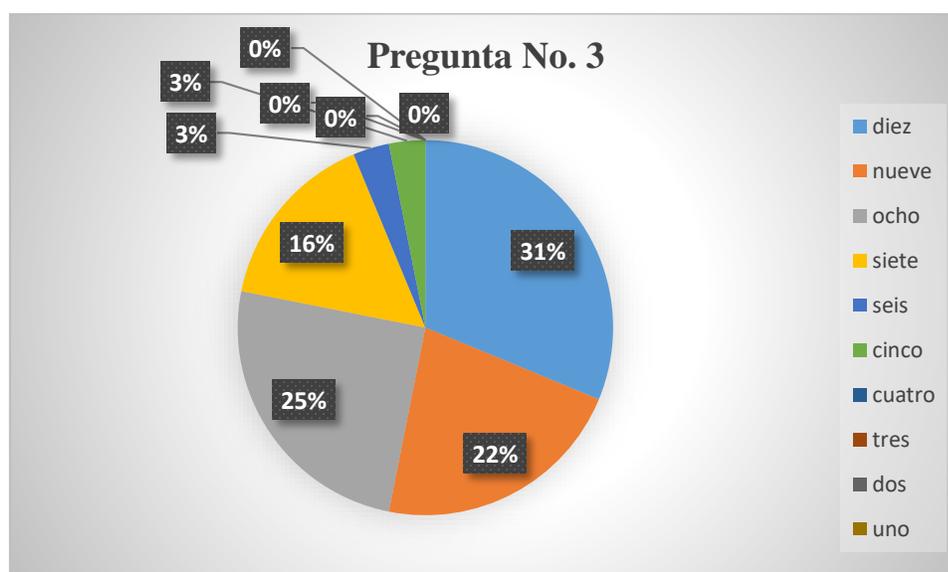


Fuente: elaboración propia, 2020

Los resultados de esta pregunta permiten conocer que tan identificados se encuentran los trabajadores con la organización, la mayoría de los encuestados ponderaron esta pregunta con los tres rangos más altos de respuesta sumando así un 85%, el resto de los encuestados con un 15 % respondieron en un rango de 5-7 de la tabla de respuestas.

3. ¿Recomendarías los productos que ofrece la empresa?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
10	7	8	5	1	1	0	0	0	0

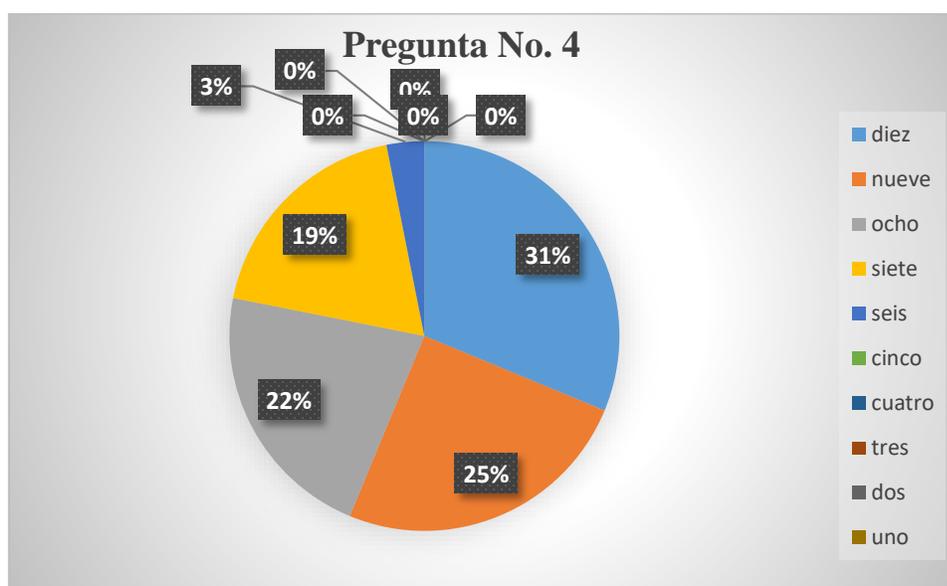


Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se muestra que tanto recomendarían los colaboradores los productos de la empresa. Esto nos da como resultado, un 31% con una ponderación de diez, 22% con una ponderación de nueve, seguido de un 25% que calificó con un ocho y un 16% respondió con un siete. Un 3% de los encuestados respondió a esta pregunta con una ponderación de seis y otro 3% respondió con 5, siendo estos dos últimos las puntuaciones más bajas.

4. ¿Estás orgulloso de ser parte de esta organización?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
10	8	7	6	1	0	0	0	0	0

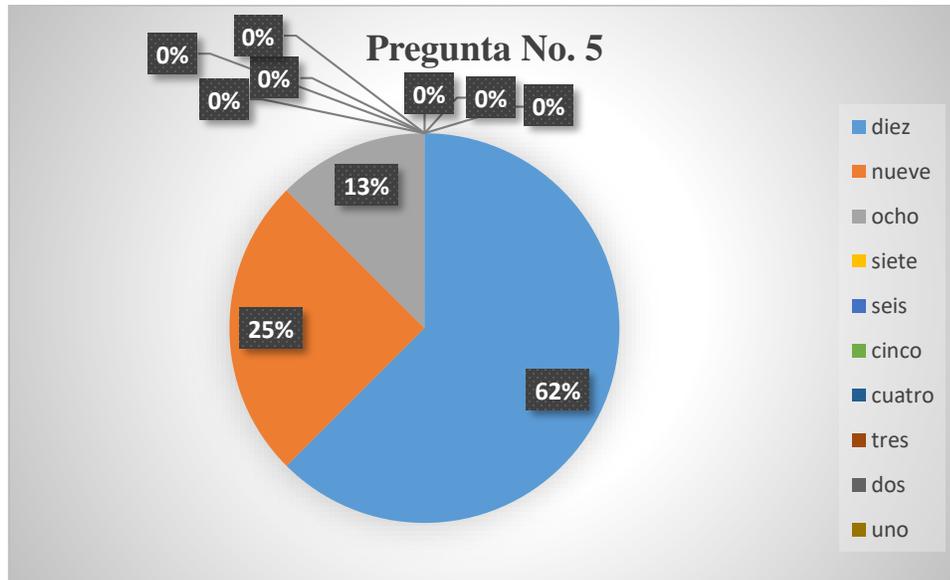


Fuente: elaboración propia, 2020

El 78% de los encuestados respondieron dentro de los primeros tres rangos más altos de puntaje, están orgullosos de formar parte de la organización, 19% calificó esta pregunta con un siete y un 3% con la ponderación más baja de las respuestas para esta interrogante, que equivale a un seis.

5. ¿Sé lo que esperan de mí en el trabajo?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
20	8	4	0	0	0	0	0	0	0

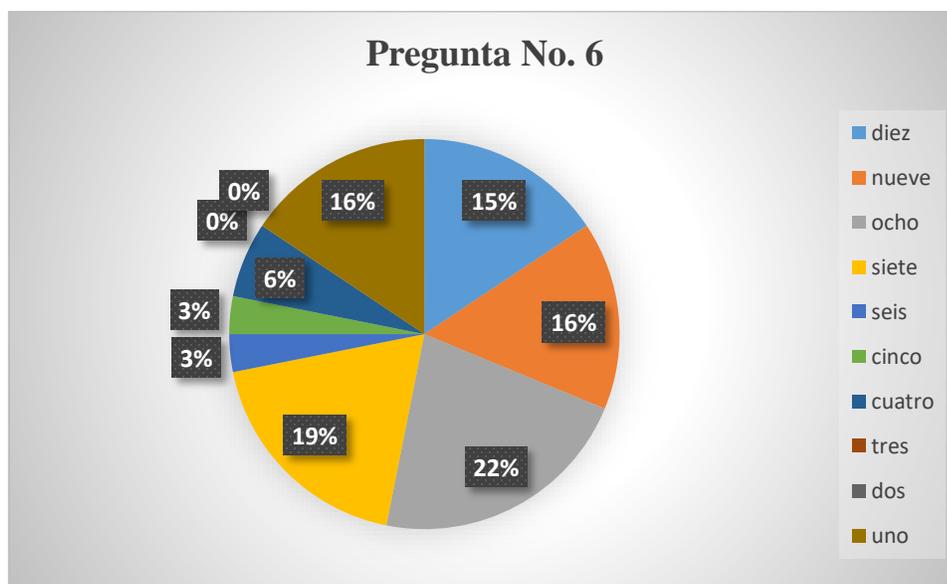


Fuente: elaboración propia, 2020

Como se evidencia en los resultados de esta pregunta el 62% de los empleados ha marcado el número 10 como respuesta, siendo esta la ponderación máxima de la tabla, un 25% respondió con un nueve y un 13% con una ponderación de ocho.

6. En los últimos siete días: ¿He recibido reconocimiento o estímulo por hacer un buen trabajo?

diez	nueve	ocho	siete	Seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
5	5	7	6	1	1	2	0	0	5

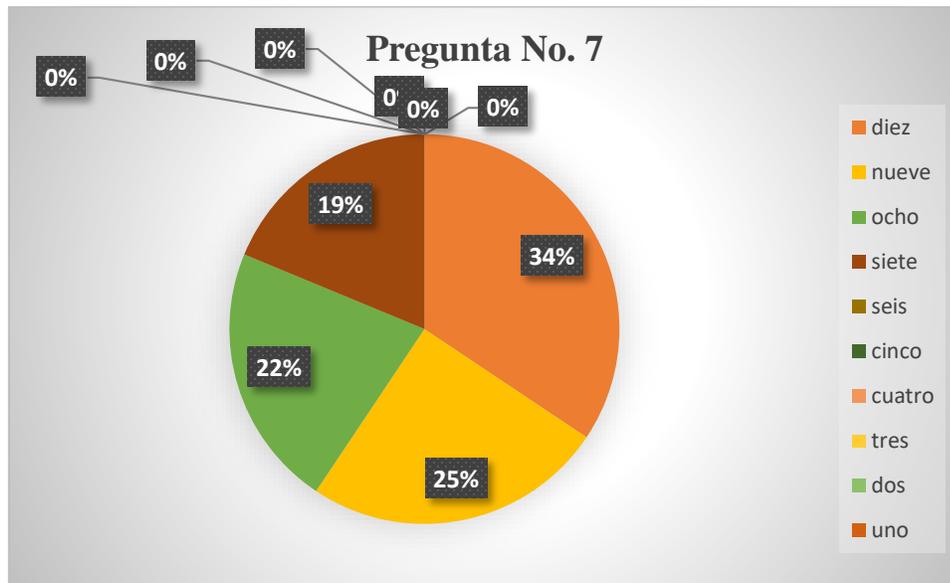


Fuente: elaboración propia, 2020

Se puede observar en esta gráfica que las frecuencias se encuentran dispersas entre los rangos de respuesta, 15% respondieron con una ponderación de diez, 16% con ponderación de nueve, un 22% con ponderación de ocho, 19% respondieron con el numeral siete, un 3% con el numeral seis al igual que otro 3% con una ponderación de cinco, 4% pondero esta pregunta con el numeral cuatro y un 16% con una ponderación de uno. Lo que indica que la mayoría de los encuestados han recibido un reconocimiento por su buen trabajo en la última semana.

7. ¿Son importantes mis opiniones en el trabajo?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
11	9	7	4	1	0	0	0	0	0

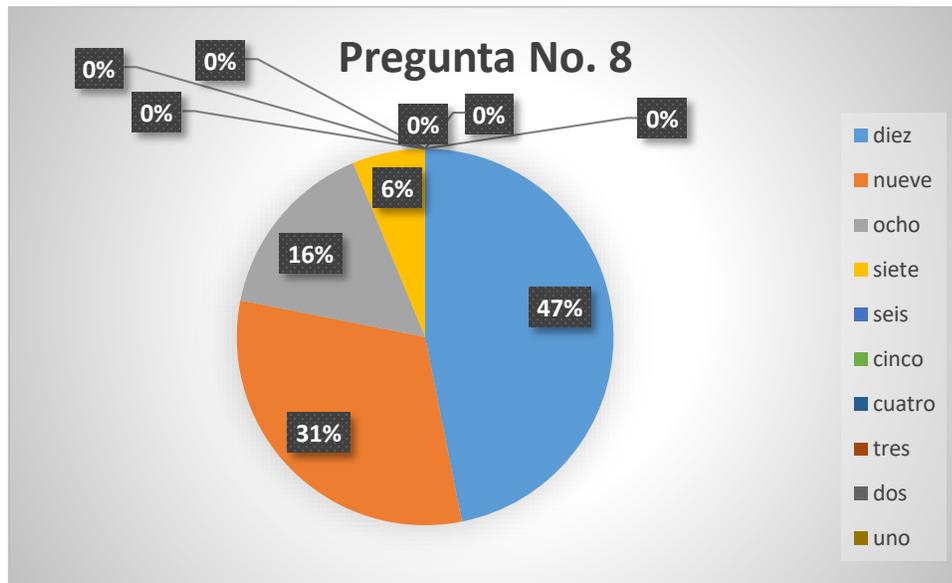


Fuente: elaboración propia, 2020

El 81% de los encuestados respondió a esta pregunta con una puntuación dentro del rango 8-10, lo que permite afirmar que la mayoría considera que sus opiniones son importantes en el trabajo.

8. ¿Me hace sentir la empresa que mi trabajo es importante?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
15	10	5	2	0	0	0	0	0	0

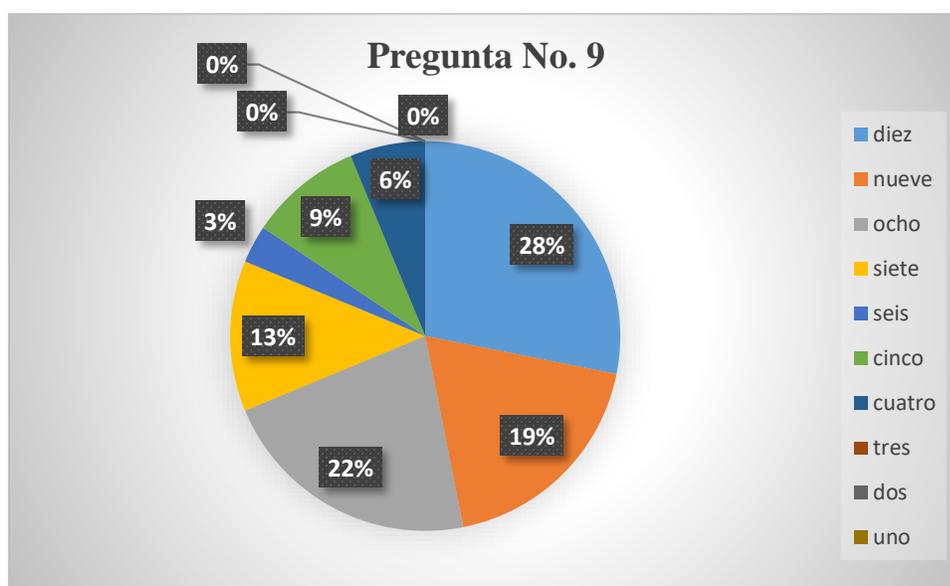


Fuente: elaboración propia, 2020

En esta gráfica se puede observar que el total de los encuestados eligieron como respuesta cuatro de las ponderaciones más altas para esta interrogante, el 47% respondió con un diez, 31% con un nueve, 16% con ocho y un 6% con una ponderación de siete. Esto indica que la mayoría de los colaboradores sienten que su trabajo es importante para la empresa.

9. ¿Están mis compañeros de trabajo comprometidos a realizar trabajo de calidad?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
9	6	7	4	1	3	2	0	0	0

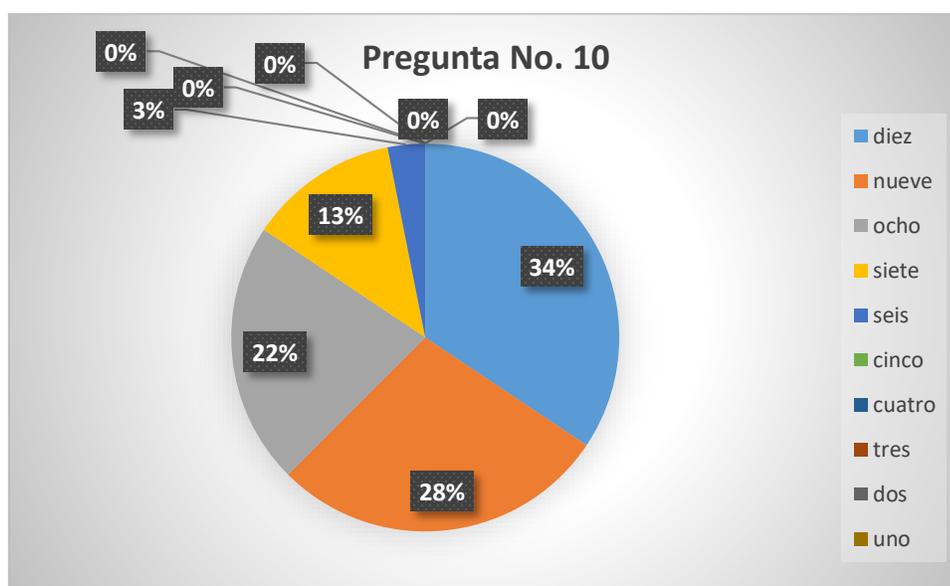


Fuente: elaboración propia, 2020

El 81% de los encuestados respondieron en un rango de ponderación de 7 – 10, evidenciando así el compromiso por parte de los compañeros de realizar un trabajo de calidad. El 18% de los colaboradores respondieron en un rango de 4 – 6, concluyendo así con un total del 100%.

10. ¿He tenido oportunidad de aprender y crecer durante el último año?

diez	nueve	ocho	siete	seis	cinco	cuatro	tres	dos	uno
11	9	7	4	1	0	0	0	0	0



Fuente: elaboración propia, 2020

Se puede observar en la gráfica que el 97% de los encuestados ha tenido la oportunidad de aprender y crecer dentro de la organización durante el último año, únicamente un 3% respondió marcando una ponderación inferior a 7.

Entrevista: Inmunotec

1. ¿Cuentan con instrumentos definidos para medir el desempeño de los empleados?	Si, Backoffice
2. ¿Qué habilidades buscan en los miembros que se integran a la organización?	Optimista, trabajador y líder perseverante
3. ¿De qué manera recompensan el cumplimiento de objetivos de los empleados?	Producto, incentivo económico, viajes
4. ¿Qué medios utilizan para que los nuevos empleados adopten las nuevas ideas, cultura y forma de actuar de la empresa?	Medios tecnológicos como Whatsapp, Zoom, Webinar, Facebook y Telegram
5. ¿Cómo evalúan la efectividad del entrenamiento de los colaboradores de la organización?	Al finalizar los cursos de Webinar por medio de encuestas y resultados reflejados del desempeño de Backoffice
6. ¿Qué métodos utilizan para determinar la satisfacción del empleado?	Evaluaciones de desempeño, Feedback
7. ¿Cuentan con un plan de compensaciones para los colaboradores de la organización? ¿En qué consiste?	Sí, por medio de bonos y comisiones, <ol style="list-style-type: none"> 1. Ventas de producto directo 2. Pago de patrocinio 3. Pago de residuales 4. Bonos por ascensos 5. Bonos de ascenso acelerado 6. Bono de liderazgo

Capítulo 3

Discusión

3.1 Extrapolación

La gestión del talento humano requiere de varios aspectos, tales como la cultura organizacional, las estructuras de las empresas, el giro del negocio, procesos internos y la tecnología. La gestión del talento humano en cualquiera de sus diferentes escenarios se encuentra conformada por las personas, en donde se busca potenciar su habilidad, motivación, participación y mejoramiento continuo. En recursos humanos es importante conocer a los empleados y ofrecerles una experiencia personalizada que les aporte valor, y que esto impacte en su comportamiento de modo positivo.

El network marketing es un sistema efectivo de ventas utilizado por diferentes compañías a nivel mundial, distribuyen productos creando una red de consumidores que manifiestan a sus contactos su satisfacción. Así se convierten en multiplicadores de la marca a partir de la recomendación. Con la ayuda de la tecnología amplían sus capacidades y potencial productivo; el área de Recursos Humanos desarrolla una cultura basada en la innovación y se orienta a situar al empleado como centro de sus estrategias.

Según Idalberto Chiavenato (2009):

Desde el punto de vista de la administración de personas, la organización viable es aquella que no solo consigue captar y aplicar en forma conveniente sus recursos humanos, sino que también los mantiene satisfechos, a largo plazo, dentro de la organización. (p. 440)

En la retención de personas se exige poner especial atención a la seguridad del trabajo la cual garantiza calidad de vida dentro de la organización. Entre los elementos para definir la permanencia de los empleados en la organización se puede mencionar la motivación, en la cual se trabaja para mantener satisfecho al personal para que éste se comprometa con el alcance de los objetivos de la organización. Dentro del network marketing los procesos para retener a las personas son complejos y elaborados, buscan la realización de las personas haciendo énfasis en la motivación extrínseca de los individuos.

Es importante para toda empresa medir y evaluar los procesos de las áreas estratégicas, el impacto de la medición y gestión de indicadores de recursos humanos fortalece a la organización, los directivos en la búsqueda de lograr mejores decisiones deben incorporar nuevas alternativas a los modelos tradicionales de gestión, que les permitan mejoras mediante el desarrollo de ideas innovadoras.

Con ayuda de la capacitación el personal adquiere conocimientos para realizar de forma más eficiente las tareas asignadas. Este es un indicador generado por las empresas de network marketing, por medio del cual es posible brindar las herramientas necesarias que permiten al empleado mejorar su desempeño y desarrollo profesional. Se incrementa el nivel de satisfacción del colaborador, la confianza y el compromiso para asumir retos y ejecutar las tareas que se le han asignado.

3.2 Hallazgos y análisis general

En el estudio realizado se busca analizar el network marketing como estrategia de retención para el alcance de resultados en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala. Para la recaudación de los datos se hizo uso de herramientas como cuestionarios y entrevistas, mismas que consistieron en una serie de preguntas sobre diferentes aspectos y atributos del trabajo como las condiciones generales, compensación y beneficios, relaciones con compañeros de trabajo y supervisores, entre otras, de las cuales su tabulación permite las siguientes interpretaciones:

Los empleados se encuentran comprometidos con las obligaciones y responsabilidades de su trabajo, esto es un factor importante dentro de la retención de los empleados para medir objetivos y cuantificar resultados. La gestión del talento y motivación del equipo humano pasa a ser clave dentro de la estructura organizacional. Los Recursos Humanos juegan un papel estratégico en la organización, ya que de ellos depende la captación, la gestión y la retención del talento.

Se puede decir que los empleados se encuentran motivados y a gusto con su lugar de trabajo, esto indica que las estrategias utilizadas hasta el momento por las empresas han sido eficientes. Si la empresa cuenta con trabajadores satisfechos mayor será la productividad y la rentabilidad, la

motivación juega un papel fundamental. Son importantes los beneficios que ofrece la empresa que buscan generar a los empleados comodidad con su puesto de trabajo como los bonos y el salario emocional, valorando así otras opciones como la flexibilidad laboral y el teletrabajo.

Se puede apreciar la dimensión cognitiva de los colaboradores en cuanto aspectos como condiciones laborales, oportunidades de crecimiento y resultados del trabajo, este es un indicador de una buena gestión de Recursos Humanos de la empresa. El disponer de personal motivado y satisfecho de las labores que desempeña dentro de la organización, debe ser una prioridad para el departamento de Recursos Humanos ya que estos son parte importante de la estructura organizacional.

La comunicación interna es una de las más importantes en la empresa, en cuanto mejor sea ésta mejor será el desempeño de los colaboradores. Surge para responder a las nuevas necesidades en cuanto a la motivación de los equipos de trabajo y la gestión del talento. Los resultados obtenidos demuestran que mantienen una buena comunicación entre los diferentes niveles de la organización.

Según los datos obtenidos, se indica que las empresas son constantes en sus estímulos para alcanzar las metas trazadas por la organización, la mayoría dice estar de acuerdo, pero no todos los colaboradores se ven motivados con los esfuerzos realizados hasta el momento, por lo que una opción puede ser que se adopten nuevas técnicas que involucren los intereses de todos los individuos.

Es necesario formar adecuadamente a los mandos intermedios en desarrollo de competencias y gestión de habilidades, esto permite alcanzar las metas personales y organizacionales convirtiéndose en un factor que refuerza la relación de lealtad del trabajador. Con este hallazgo podemos identificar uno de los objetivos específicos trazados en este estudio, en donde se aborda el network marketing como estrategia en la gestión del talento humano.

El empoderamiento es una estrategia utilizada por las empresas de network marketing para motivar y comprometer a los empleados con los resultados, la empresa brinda las herramientas necesarias para que cada colaborador tome iniciativa y realice su mejor esfuerzo en cada tarea. La empresa busca cumplir su objetivo de dar más poder de decisión, autonomía y participación a todos los empleados de todos los niveles de la organización, apoyando siempre a cada integrante del equipo.

Con este análisis se evidencia la cercanía a los superiores y el empoderamiento que estos les brindan.

Las empresas que invierten en la formación de sus talentos tienen un índice de rotación inferior a los que no lo hacen y obtienen un rendimiento superior. Lo que muestra que se logra impactar de manera positiva a los colaboradores de la empresa, permitiendo que estos desarrollen nuevas habilidades y competencias profesionales. Esto se puede identificar como un indicador de desarrollo en la gestión del talento humano de la organización.

Contar con políticas establecidas implica disponer de un plan de acción para la pronta respuesta de cualquier inconveniente que pueda afectar el clima organizacional y la productividad de la empresa. Las empresas que forman parte del estudio han demostrado tener una estructura sólida y procedimientos a implementar frente a problemáticas que puedan surgir con el cliente interno y externo.

Las organizaciones de todo tipo solamente pueden crecer a través del trabajo en equipo. Dentro de las empresas de network marketing propuestas existen programas de formación de líderes, son los mismos miembros del equipo con más experiencia los que se encargan de formar equipos de alta motivación enfocados en los resultados, esto quiere decir que el liderazgo es evidente ya que cada miembro conoce los diferentes procesos de promoción dentro del negocio lo que les permite reconocer las diferentes necesidades de los colaboradores.

Las personas que formaron parte del estudio respondieron a una serie de preguntas que permiten conocer el nivel de satisfacción de los colaboradores sobre el trabajo que desempeñan y sus responsabilidades. Los puntajes confirman la aceptación de las condiciones objetivas del trabajo, como la compensación, los beneficios y las oportunidades de desarrollo.

La investigación ha confirmado que los colaboradores se encuentran identificados con el producto, lo que es de gran utilidad porque buscan cubrir las necesidades de los clientes potenciales para poder fidelizarlos. Los empleados trabajan de forma directa con los productos, por lo que sus ideas

son escuchadas e implementadas si la situación así lo requiere, permitiendo así desarrollar el lado creativo del colaborador.

Cada miembro participa directamente en el proceso de reclutamiento para crear redes de distribución. Conocen lo que la organización espera de ellos, tienen claro su responsabilidad dentro de la empresa en cuanto a las ventas y estructura de las redes para lograr los objetivos establecidos.

Se puede decir que la mayoría de los participantes han recibido reconocimientos o estímulos por hacer un buen trabajo. Una compensación justa motiva y retiene al colaborador a seguir comprometiéndose con la empresa. Cabe resaltar que dentro del network marketing cada colaborador es responsable de los resultados de la red a la que pertenecen por lo que el trabajo en equipo es un factor crucial en los resultados grupales.

De la formación depende el éxito del negocio, las ventas y el producto, por lo que la capacitación y talleres son constantes dentro de las estrategias implementadas para conseguir la satisfacción laboral del empleado. Con este hallazgo se logra identificar uno de los objetivos mencionados en este estudio, una vez más queda evidenciado como el network marketing demuestra los beneficios de implementar este modelo de negocio.

3.3 Conclusiones

3.3.1. Para alcanzar el éxito sostenido en la gestión del talento humano de las organizaciones de network marketing, se adopta una estrategia centrada en la eficiencia y alineación de las personas con esta estrategia. El eje central del network marketing es el incentivo económico que surge a manera de comisión cada vez que se generan nuevas ventas, con el fin de fomentar su lealtad, desarrollo profesional, desempeño y compromiso con la organización. Se motiva a los colaboradores a través de conocimientos adquiridos para que tengan la capacidad de realizar las actividades necesarias para alcanzar los objetivos marcados.

3.3.2 Para retener el talento es puesto en marcha un plan que fortalece, empodera y retiene a los profesionales con las habilidades, competencias y capacidades requeridas. El trabajo en equipo y el compromiso de cada individuo da como resultados el crecimiento exponencial de la red.

3.3.3. Es fundamental retener los mejores talentos dentro de la empresa, esto es posible de conseguir por medio de una completa motivación, en donde se logre satisfacer tanto las necesidades económicas, como de reconocimiento, bienestar y desarrollo personal y profesional. Esto para lograr que el empleado se sienta a gusto en la empresa y logre fidelizarse con ella, como consecuencia se retiene y atraen nuevos talentos.

3.3.4 Las empresas del network marketing buscan personas entusiastas, positivas y con buena disposición de aprender. Con iniciativa independiente, que se involucren a cumplir las tareas demandadas, con esfuerzo y dedicación. Que presenten capacidad de integración en un equipo, liderazgo, seguimiento de instrucciones y la habilidad de desempeñar el rol que se necesite para cada tarea.

3.3.5 Los indicadores de gestión del talento humano en el network marketing son el desarrollo de nuevos conocimientos a través de programas de capacitación y formación en donde se provee información de cómo mejorar la productividad del empleado. De igual manera la medición de la eficacia de los colaboradores mediante al cumplimiento de metas establecidas.

Referencias

Bibliográficas

- Chiavenato, Idalberto. (2009). Gestión del talento humano. Mexico: Mc-Graw Hill
- Cuesta, Armando. (2010). Gestión del talento humano y del conocimiento Ecoe Ediciones
- Cuesta, Armando. (2011). Indicadores de Gestión humana y del conocimiento en la empresa: Eco Ediciones
- Pomares, Alicia. (2015). Conectar talento, proyectar eficacia Profit

Digitales

- Cesar R. (marzo 1, 2018). Los Indicadores de Recursos Humanos y su rol estratégico en la organización. Recuperado de: <https://www.glocalthinking.com/los-indicadores-de-recursos-humanos-y-su-rol-estrategico-en-la-organizacion>
- Emprendices. La industria del multinivel y las nuevas tecnologías. (marzo 31, 2018) Recuperado de: <https://www.emprendices.co/la-industria-del-multinivel-y-las-nuevas-tecnologias/>
- Starme up. (septiembre 24, 2018). Satisfacción Laboral: Qué Es y Cómo Medirla .Recuperado de: <https://www.starmeup.com/blog/es/cultura-organizacional/satisfaccion-laboral-guia-completa/>
- Susana G. (mayo 13, 2019). Qué es el Network Marketing: conoce el modelo de negocio del marketing multinivel. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-network-marketing/>
- Workmeter. (agosto 20, 2012). Técnicas y herramientas de motivación laboral. Recuperado de: <https://es.workmeter.com/blog/tecnicas-y-herramientas-de-motivaci%C3%B3n-laboral>

Anexos

Anexo 1

Cuestionario

El siguiente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos importantes para la investigación de un artículo científico de grado de maestría. Los datos serán de vital importancia para su estudio y análisis por lo que se agradece de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación. No esta demás enfatizar que los datos recopilados, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad

Nombre de la empresa: _____ Edad: _____

Sexo: _____ Escolaridad: _____

Instrucciones: Conteste las siguientes preguntas con honestidad de acuerdo a las experiencias en su empresa.

Utilice la siguiente escala para contestar cada pregunta, circulando el número que considere apropiado	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.Veo un futuro para mi dentro de esta empresa	1	2	3	4	5
2.Definitivamente me veo trabajando para la empresa durante los siguientes 5 años	1	2	3	4	5
3.Me satisface el trabajo que realizo dentro de la empresa	1	2	3	4	5
4.El personal ejecutivo de la empresa siempre está listo para dar consejos sobre cómo puedo aprender cosas nuevas	1	2	3	4	5
5.La empresa me estimula para que piense en donde estoy y que necesito hacer para lograr las metas de la empresa	1	2	3	4	5

6.La empresa me da la oportunidad de capacitarme en temas que me interesan	1	2	3	4	5
7.Tengo suficiente oportunidad en el trabajo de usar mis talentos personales y tomar iniciativa	1	2	3	4	5
8.Cuando ocurre un problema usualmente confío en los procedimientos que son dictados por la empresa	1	2	3	4	5
9.Si tengo la oportunidad de aprender definitivamente lo hago	1	2	3	4	5
10.Soy capaz de motivar a otras personas para hacer las tareas lo mejor posible	1	2	3	4	5

Anexo 2

Encuesta

La siguiente encuesta tiene como finalidad recolectar datos importantes para la investigación de un artículo científico de grado de maestría. Los datos serán de vital importancia para su estudio y análisis por lo que se agradece de forma muy especial su colaboración para responder las preguntas que encontrará a continuación. No esta demás enfatizar que los datos recopilados, serán tratados con profesionalismo, discreción y responsabilidad.

Nombre de la empresa: _____ Edad: _____

Sexo: _____ Escolaridad: _____

Instrucciones: Marque con una X el espacio con el número que considere apropiado, en una escala del 1 al 10, en donde 1 es la ponderación mínima y 10 la máxima.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.¿Qué tan feliz eres en el trabajo?										
2.¿Recomendarías esta organización a tu familia o amigos para trabajar?										
3.¿Recomendarías los productos que ofrece la empresa?										
4.¿Estás orgulloso de ser parte de esta organización?										
5.¿Sé lo que esperan de mí en el trabajo?										
6.En los últimos siete días: ¿He recibido reconocimiento o estímulo por hacer un buen trabajo?										
7.¿Son importantes mis opiniones en el trabajo?										
8.¿Me hace sentir la empresa que mi trabajo es importante?										
9.¿Están mis compañeros de trabajo comprometidos a realizar trabajo de calidad?										
10.¿He tenido oportunidad de aprender y crecer durante el último año?										

Anexo 3

Entrevista

Tema: El network marketing como estrategia de retención en la gestión del talento humano en las empresas de comercialización de productos para la salud, cuidado personal y nutrición del departamento de Guatemala.

Nombre: _____

Empresa: _____

Instrucciones: conteste las siguientes preguntas con honestidad y responsabilidad de acuerdo a sus experiencias en Recursos Humanos en el network marketing.

1.¿Cuentan con instrumentos definidos para medir el desempeño de los empleados?

2.¿Qué habilidades buscan en los miembros que se integran a la organización?

3.¿De qué manera recompensan el cumplimiento de objetivos de los empleados?

4.¿Qué medios utilizan para que los nuevos empleados adopten las nuevas ideas, cultura y forma de actuar de la empresa?

5.¿Cómo evalúan la efectividad del entrenamiento de los colaboradores de la organización?

6.¿Qué métodos utilizan para determinar la satisfacción del empleado?

7. ¿Cuentan con un plan de compensaciones para los colaboradores de la organización? ¿En qué consiste?
