

UNIVERSIDAD PANAMERICANA
Facultad de Ciencias Económicas
Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría



**Impacto del network marketing como la nueva tendencia de empleo
para los milenials en Guatemala**
(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Brayan Josué Hernandez Orellana

Guatemala, septiembre 2019

**Impacto del network marketing como la nueva tendencia de empleo
para los milenials en Guatemala**
(Artículo científico – Trabajo de graduación)

Brayan Josué Hernández Orellana

Lic. Carlos Federico Noriega Castillo MSc. (**Asesor**)

M.A. Lisbeth Xiomara Cifuentes Santizo (**Revisor a**)

Guatemala, septiembre 2019

AUTORIDADES DE 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 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz

Decano

Lic. Hugo Armando Perla Mendez

Coordinador

Guatemala, 08 de mayo 2019

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Presente

Por este medio doy fe que soy autor del Artículo científico titulado "**Impacto del network marketing como la nueva tendencia de empleo para los milenials en 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.



Brayan Josué Hernández Orellana

Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría

Camé No.: 201402054

**LA DECANATURA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.
GUATEMALA, 26 DE AGOSTO DE 2019**

DICTAMEN

Asesor: Lic. Carlos Federico Noriega Castillo

Revisor: M.A. Lisbeth Xiomara Cifuentes Santizo

Artículo Científico Titulado: "Impacto del network marketing como la nueva tendencia de empleo para los milenials en Guatemala."

Presentada por: Brayan Josué Hernández Orellana.

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

En el grado de: Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría.



M.A. Ronaldo Antonio Girón Díaz
Decano
Facultad de Ciencias Económicas

Guatemala, 8 de marzo de 2019

Señores Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Presente

Estimados Señores:

En relación a la Asesoría del Artículo Científico titulado: **“Impacto del network marketing como nueva tendencia de empleo para los milenials en Guatemala”**, realizado por Brayan Josué Hernández Orellana, estudiante de la Licenciatura en Contaduría Pública y Auditoría, he procedido a la Asesoría del mismo, 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.



Lic. Carlos Federico Noriega Castillo MSc.

Colegiado Activo 2,046

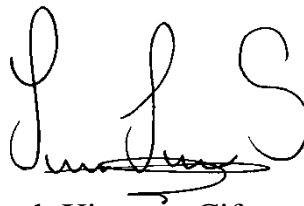
Guatemala, 15 de abril de 2019.

Señores
Facultad de Ciencias Económicas
Universidad Panamericana
Ciudad.

Estimados señores

En relación con la revisión del Artículo científico **“Impacto del network marketing como la nueva tendencia de empleo para los milenials en Guatemala.”**, realizado por **Brayan Josué Hernández Orellana** carné 201402054, previo a optar al grado Académico de **Licenciado en Contaduría Pública y Auditoría**, cumple con los requisitos técnicos y de contenido establecidos por la Universidad Panamericana, se extiende el presente dictamen favorable para que continúe con el proceso correspondiente.

Atentamente,



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

Dedicatoria

A Dios

Por haberme echo sentir que siempre estuvo en los momentos más difíciles al momento de estar realizando esta meta que me propuse, por haberme dado la sabiduría y sobre todo la fortaleza necesaria para poder culminar este sueño.

A mi familia

Por haber estado a mi lado en este camino. Por haberme apoyado incondicionalmente cuando más los necesite y siempre estuvieron ahí creyendo en mi dándome los ánimos para que no parara de trabajar en esta meta.

A mi hermano

Siempre fue mi ejemplo a seguir sé que desde el cielo estuvo dándome los ánimos y sé que ha estado siempre conmigo desde el momento que partió.

A mis amigos

Gracias por apoyarme en todo momento por estar en los momentos cuando estaba a punto de desmayar y me dieron los ánimos para no dejar de seguir luchando, gracias por cada convivencia que tuvimos y nos apoyamos desde el principio para poder culminar esta etapa tan deseada.

Contenido

	Página
Abstract	i
Introducción	ii
1. Metodología	
1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Pregunta de investigación	1
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	2
1.4.1 Investigación descriptiva	2
1.5 Sujeto de investigación	2
1.6 Alcance de la investigación	3
1.6.1 Temporal	3
1.6.2 Geográfico	3
1.7 Definición de la muestra	3
1.7.1 Empleo de muestra finita o infinita	3
1.8 Definición de los instrumentos de investigación	3
1.9 Recolección de datos	4
1.10 Procesamiento y análisis de datos	4
2. Resultados	
2.1 Presentación de resultados	5
3. Discusión y conclusiones	
3.1 Extrapolación	12
3.2 Hallazgos y análisis general	13
3.3 Conclusiones	15
Referencias	
Bibliográficas	17
Digitales	17
Anexos	18

Abstract

En la presente investigación descriptiva, se planteó un problema social que afecta a la población guatemalteca en el país que es el desempleo específicamente para los que pertenecen a la generación de los milenials. Dada a esta necesidad las empresas fueron innovando la manera de hacer crecer su negocio implementando el modelo del network marketing también llamada comunicación de boca en boca.

Dándose esta nueva manera de crear empleos e integrar a los jóvenes en estas nuevas maneras de hacer negocios la investigación se realizó con personas que tenían el rango de edad de 18 a 38 años en la zona 10 de la ciudad de Guatemala en las empresas QIL + 4 Abogados y Zrii.

Se utilizó como instrumento un cuestionario de 14 preguntas formuladas conforme a los objetivos de la investigación.

El resultado de esta investigación dio a conocer que estas empresas si están siendo efectivas para reducir el porcentaje de desempleo que existe en el país.

Introducción

La presente investigación tiene como principal objetivo analizar cuál es el impacto social del network marketing como la nueva tendencia de empleo para los milenials en Guatemala determinado si este nuevo método de negocio que están implementando están siendo efectivas para el cambio del panorama económico del país.

En el capítulo uno se desarrolla el marco metodológico en donde se exponen los objetivos, se da a conocer el tipo de investigación que se está realizando, se redacta el alcance y también se plantea el instrumento que se está utilizando del cual se están obteniendo los resultados.

En el capítulo dos se realiza la presentación de resultados en donde se incluyen las gráficas estadísticas con una breve descripción de los resultados obtenidos. En esta parte se lleva a cabo el trabajo de campo para la recolección de datos dados por los jóvenes encuestados que son los que hacen enriquecer esta investigación

El capítulo tres es la discusión de los resultados que es la parte medular de la investigación este lo conforman la extrapolación, los hallazgos y el análisis general, en este es donde se compara la teoría con los resultados obtenidos del instrumento realizado.

Finalmente, se presentan las conclusiones que se dan como consecuencia de lo investigado.

Capítulo 1

Metodología

1.1 Planteamiento del problema

Siendo los jóvenes los más afectados por la situación de desempleo que se vive en el país hay muchas empresas que han innovado su manera de hacer que su negocio crezca y se están enfocando en contratar a personas jóvenes específicamente de la generación de los milenials

Las empresas que trabajan con el modelo del networkmarketing se enfocan a la generación de los milenials porque ha estado marcada por un mayor uso y familiaridad con las comunicaciones y las tecnologías digitales.

Estas empresas buscan una oportunidad de negocio con el “network marketing” también llamada mercadeo en red que trata de llevar su producto o servicio de boca en boca cosa que los milenials pueden hacer muy bien utilizando la tecnología con el uso de las redes sociales y sus círculos cercanos de comunicación.

Este nuevo modelo de empleo les ofrece a los jóvenes una ocupación sin horarios, sin jefes no tienen que trabajar cinco días a la semana, obtienen ingresos, hasta donde cada uno quiera llegar. Esta propuesta de trabajo para estas personas es adecuada, según estudios realizados, lo que buscan los jóvenes de esta generación es un empleo sin vinculo de dependencia, ganar bien y tener tiempo para disfrutar.

Varias empresas han llegado al país, trayendo esta nueva forma de trabajar y ofreciendo estos beneficios da la pauta para investigar este tema tan interesante “Impacto del network marketing como la nueva tendencia de empleo para los milenials en Guatemala”.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cuál es el impacto social del network marketing como nueva tendencia de empleo para los milenials en Guatemala?

1.3 Objetivos de investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar cuál es el impacto social del “network marketing” como la nueva tendencia de empleo para los milenials en Guatemala.

1.3.2 Objetivos específicos

1.3.2.1 Mostrar porqué las empresas que operan el modelo del “network marketing” son nuevas alternativas de empleo para los milenials.

1.3.2.2 Comparar las diferencias de compensación para los empleados de las empresas que operan “network marketing” y las que no lo hacen de esa manera.

1.3.2.3 Diagnosticar si con el arribo de las empresas que manejan el modelo del network marketing al país, se han producido mejores oportunidades de empleo a los jóvenes desempleados.

1.4 Definición del tipo de investigación

1.4.1 Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se realiza porque da una experiencia de cambio o de transición donde el estudiante de nivel superior pasa de realizar investigaciones académicas a científicas, buscando la creación de nuevos conocimientos, dando lugar a mayor compromiso en las cuales los propósitos son explicar y determinar las causas que origina los fenómenos.

Para la misma investigación no se requiere el planteamiento de hipótesis ni de variables, siendo suficiente con la utilización de objetivos generales y específicos.

1.5 Sujeto de investigación

Los sujetos de investigación fueron jóvenes de ambos sexos que hayan nacido entre los años de 1,980 y los 2,000 (que tuvieran de 18 a 38 años) que son los considerados de la generación de los milenials, que hubieran sido trabajadores activos en empresas privadas

que operen con un modelo tradicional o que trabajen en empresas privadas que operen con el modelo del “network marketing”.

1.6 Alcance de la investigación

1.6.1 Temporal

El trabajo de investigación se realizará del 19 de enero al 13 de abril del 2019

1.6.2 Geográfico

El presente estudio se realizó en la zona 10 de la ciudad de Guatemala investigando a jóvenes que trabajan en Qil+4 abogados y a la empresa Zrii que trabaja con el Network marketing con sede en esta zona.

1.7 Definición de la muestra

1.7.1 Empleo de muestra finita

El universo de la investigación es de 300 personas trabajadores jóvenes con los rangos de edad estipulados en la investigación que trabajan en la zona 10.

Se utilizó la formula finita con el 93% de confianza y el 7% de error.

$$n = \frac{z^2 p * q * N}{e^2 (N-1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.81^2 * 0.5 * 0.5 * 300}{0.07^2 (300-1) + 1.81^2 * 0.5 * 0.5}$$

El resultado del cálculo de la muestra es de 108 jóvenes, que serán sujetos de investigación.

1.8 Definición de los instrumentos de investigación

El instrumento que se utilizó fue la encuesta que se realizó en forma virtual con 14 preguntas. Se usó esta porque la información recabada es más confiable porque las

respuestas se limitan a lo planteado y puede proporcionar información a bajo costo y con mayor rapidez.

1.9 Recolección de datos

Se llevó a cabo el trabajo de campo pasando una encuesta con 14 preguntas a 108 jóvenes con las características que se necesitan para poder llegar a obtener las respuestas que se buscan con los objetivos de esta investigación.

1.10 Procesamiento y análisis de datos

Recolectada la información mediante la aplicación de la encuesta, se procedió a analizar e interpretar los resultados. Para una fácil comprensión se elaboraron gráficas circulares y de barras en las que detallaron de una manera clara los cuestionamientos con sus respectivos porcentajes.

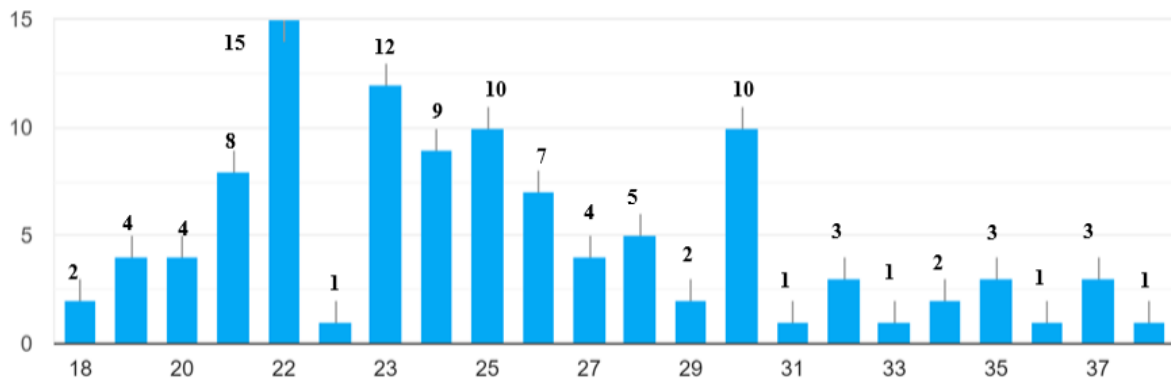
Capítulo 2

Resultados

2.1 Presentación de resultados

Gráfica No. 1

¿Cuál es tu edad?

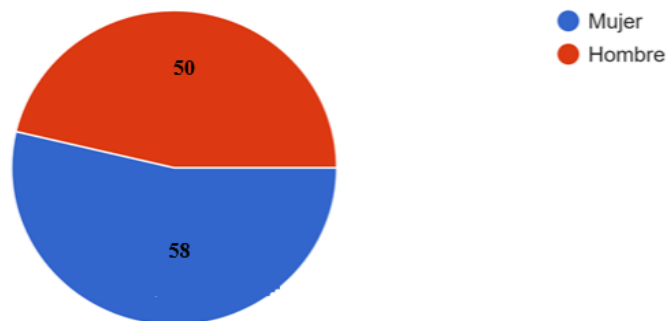


Fuente: elaboración propia, enero 2019

Como se observa en esta gráfica las personas que fueron encuestadas pertenecen al rango de edad que va dirigida esta investigación de 18 a 38 años.

Gráfica No. 2

¿Cuál es tu sexo?

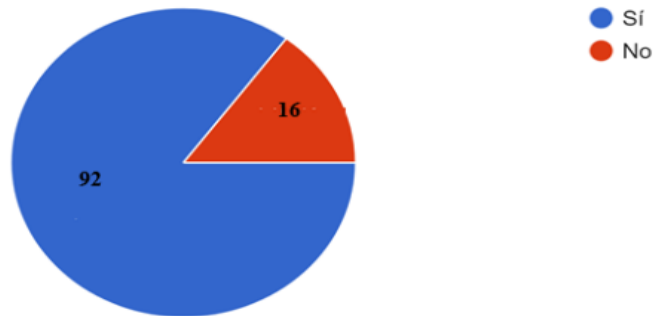


Fuente: Elaboración propia, enero 2019

Como se muestra en la gráfica la mayoría que respondió esta encuesta fueron mujeres.

Gráfica No. 3

¿Te gusta la tecnología?

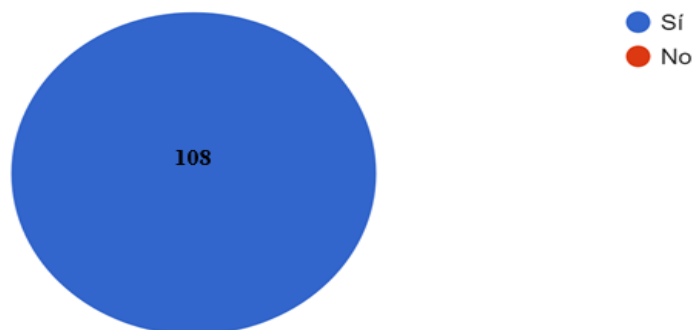


Fuente: Elaboración propia, enero 2,019

En la gráfica se muestra que a la mayoría de los encuestados les gusta la tecnología.

Gráfica No. 4

¿Trabajas actualmente?

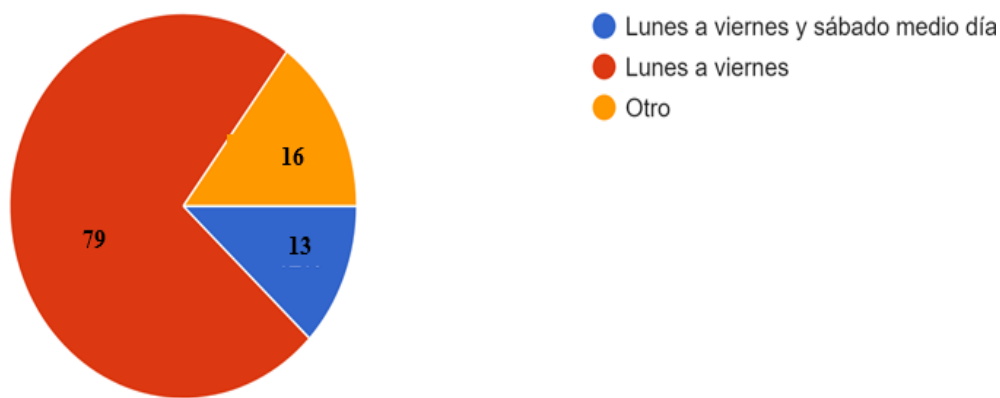


Fuente: Elaboración propia enero 2018

Esta gráfica representa que el total de los encuestados trabaja actualmente.

Gráfica No. 5

¿Cuál sería tu horario de trabajo ideal?

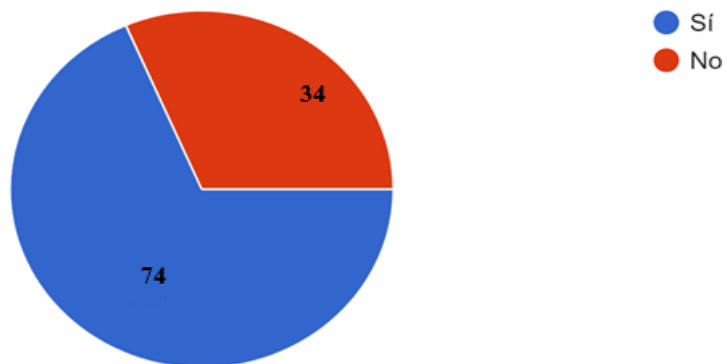


Fuente: Elaboración propia enero 2019

En esta gráfica vemos que la mayoría trabaja en un horario de lunes a viernes.

Gráfica No. 6

¿Te agrada el horario de tu trabajo?

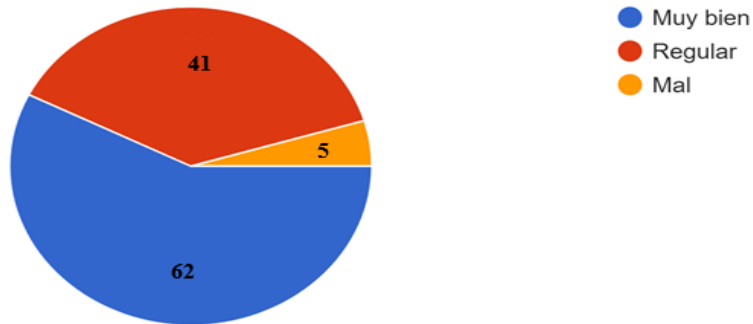


Fuente: Elaboración propia enero 2019

Según la gráfica a la mayoría le agrada el horario de su trabajo.

Gráfica No. 7

¿Cómo se siente en su actual trabajo?

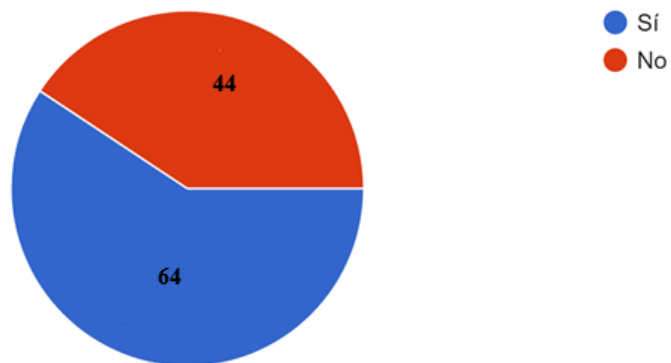


Fuente: Elaboración propia enero 2019

En esta gráfica la mayoría de los encuestados se siente bien en su actual trabajo.

Gráfica No. 8

¿Te gustaría tener un trabajo en donde ganarías mas de Q.6,000.00 aunque no tengas prestaciones laborales?

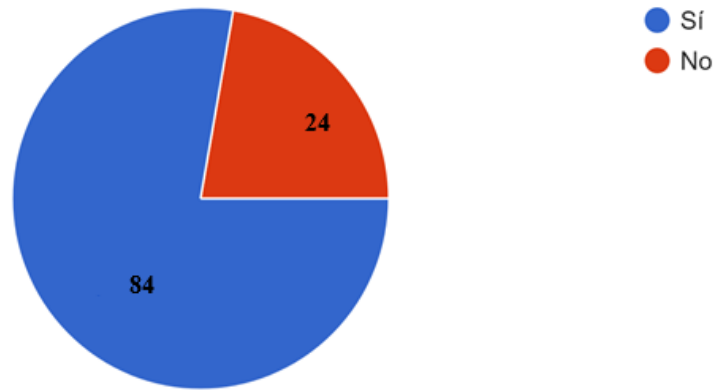


Fuente: Elaboración propia enero 2019

A la mayoría de las personas encuestadas les gustaría tener un trabajo que ganen mas de Q.6,000.00.

Gráfica No. 9

¿Has escuchado del network marketing o las empresas que venden sus productos por referencias de otras personas ya sea en persona o por medio de las redes sociales?

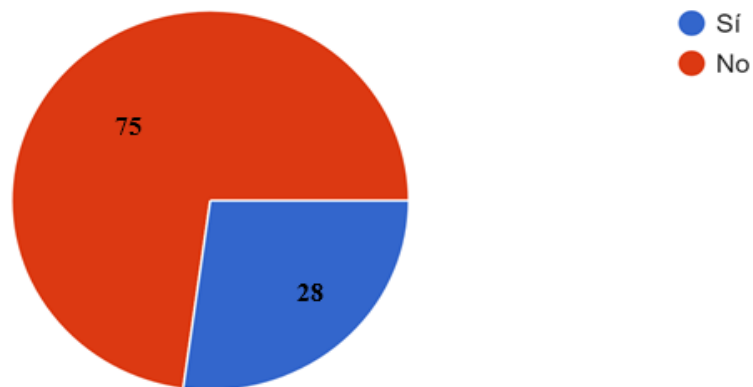


Fuente: Elaboración propia enero 2019

La mayoría de las personas encuestadas ha escuchado hablar del network marketing.

Gráfica No. 10

¿Trabajas o has trabajado en una empresa que utilicen el modelo del network marketing?



Fuente: Elaboración propia enero 2019

La mayoría de los encuestados no ha trabajado con el modelo del network marketing.

Gráfica No. 11

Si tu respuesta es sí ¿qué es lo que más te gusta de trabajar con este tipo de empresas y has sentido más beneficios que trabajar en una empresa tradicional?

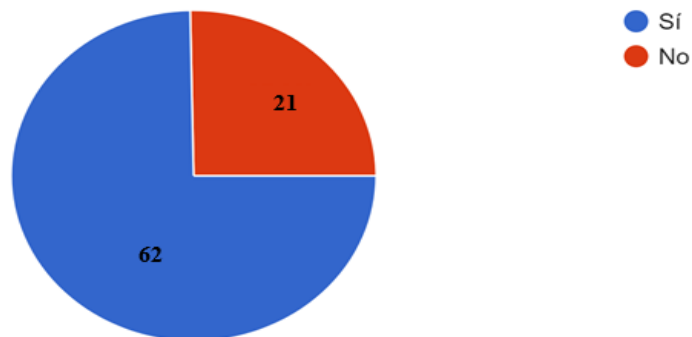
El trabajo en equipo y que no necesita mucho tiempo
Formas de ganar
Ayudar a las demás personas. Aún no
Que puedo obtener más ganancias
Por que obtengo buena ganancia
Por que soy mi propia jefa.
Que puedo laborar en el horario y los días que yo quiera.
Que puedo obtener mucho más ganancias
No tener un jefe
Ganancias
Tengo mi propio horario y no tengo limites de ganancia
Puedo trabajar desde mi casa utilizando solo las redes sociales

Fuente: Elaboración Propia enero 2019

Estos son comentarios y experiencias de las personas que han trabajado en este tipo de empresas.

Gráfica No. 12

Si tu respuesta es no ¿te gustaría trabajar en una empresa en la cual tiene horarios flexibles, no tener jefe, tener ingresos ilimitados y trabajar en equipo?

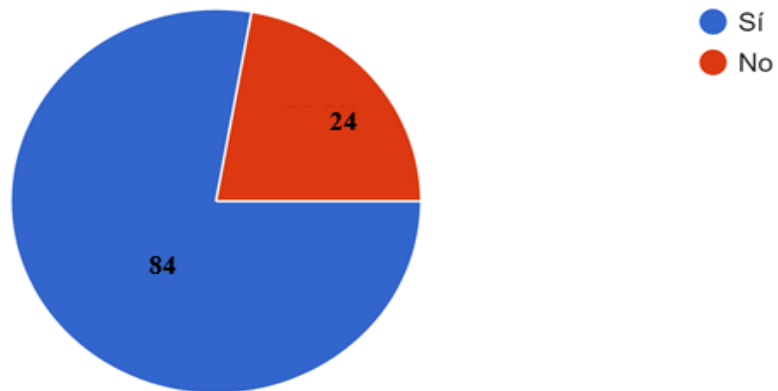


Fuente: Elaboración propia enero 2019

La mayoría de las personas encuestadas les gustaría trabajar en una empresa que tenga beneficios como los que ofrecen las empresas que manejan el modelo del network marketing.

Gráfica No. 13

Si te quedas desempleado y te ofrecen un trabajo en donde trabajan con el modelo del network marketing ¿lo aceptarías?

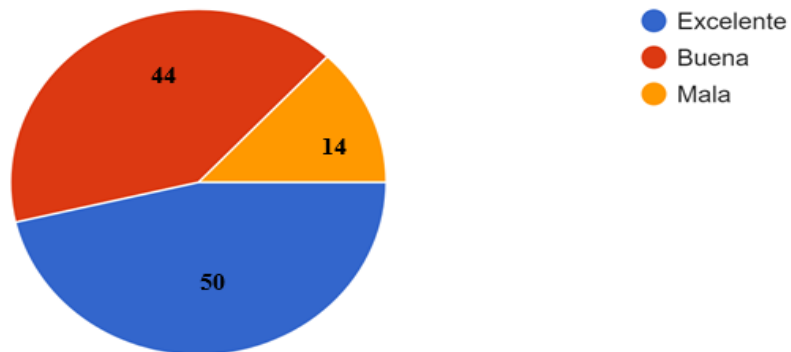


Fuente: Elaboración propia enero 2019

La mayoría de los encuestados si se quedan desempleados trabajarían en una empresa que manejen el modelo del network marketing

Gráfica 14

¿Cuál es tu concepto sobre estas empresas?



Fuente: Elaboración propia enero 2019

La mayoría de las personas indican que tienen un excelente concepto sobre las empresas que manejan el modelo del network marketing.

Capítulo 3

Discusión y conclusiones

3.1 Extrapolación

Un estudio en la Escuela Nacional de Empleo e Ingreso (ENEI) del 2017 reveló que no hay oportunidades para todos los jóvenes del país. Este estudio reveló que la población en edad de trabajar es a partir de los 15 años y hay 11.1 millones, por la falta de empleo un 79% está activa en el sector informal quienes no cuentan con un contrato laboral ni gozan de un salario remunerado digno, ni mucho menos seguro social.

Este estudio de la ENEI muestra claramente la situación actual del país con el tema del desempleo, con esta investigación se confirma que los jóvenes a falta de una oportunidad laboral en una empresa formal o tradicional están optando por trabajar en otros modelos de empresas como lo es el network marketing.

“La comunicación de boca en boca son conversaciones motivadas por la experiencia de cada consumidor, además de ser una importante fuente de difusión de información”. Higie et al. (1987:459) (Sarmiento Guede, José Ramon. P. 200)

El network marketing maneja la comunicación de boca en boca para lograr colocar sus productos al mercado, esta definición que hace Higie y menciona el autor José Sarmiento en su libro Marketing de relaciones: aproximación a las relaciones virtuales es muy certera porque este método es el que utilizan en la empresa estudiada en esta investigación que se llama Zrii. Al momento de llegar a la empresa se puede observar a los socios o a los trabajadores que están con un grupo de personas (invitados) les ofrecen un café que es del que vende la compañía, charlando les van contando del producto, les cuentan de sus propias experiencias de cómo se sienten con el producto luego les muestran los paquetes que tienen a la venta, se los ofrecen a las personas por escuchar estas experiencias y probando el producto acceden a comprarlo y es así como logran abarcar el mercado para vender esos productos.

Las empresas que manejan el modelo del network marketing por lo general son empresas que venden productos saludables como por ejemplo Herbalife o Zrii que son las más

reconocidas en Guatemala dando un plus y llamando más la atención de los jóvenes porque la mayoría de los milenials están a favor de llevar una vida saludable.

En la página www.lavanguardia.com en su publicación Descubre a qué generación perteneces según tu fecha de nacimiento, escrito por Edurne Concejo en Barcelona el 9 de abril de 2018. Describe de la siguiente manera a los milenials

“Han crecido con los inicios de la digitalización y su acceso al mercado laboral estuvo marcado por la crisis económica... es una generación estigmatizada que ha sido descrita como perezosa, individualista, aburguesada... pero también son estos jóvenes los que impulsaron la vida sana, la alimentación saludable o el ecologismo”

Esta descripción tan interesante colocada por Edurne probablemente la conozcan muy bien los dueños de las empresas que manejan el modelo del network marketing que permitió por medio de la investigación estar de acuerdo y también el potencial que tienen los de la generación de los milenials crearon este modelo para poder llegar a muchas más personas para dar a conocer sus productos y tener mucho más éxito.

El autor José Ramón Sarmiento Guede realiza una investigación interesante en donde separa el marketing de la comunicación de boca en boca y el marketing de las relaciones virtuales en donde dice que Chaffey en 2012 lo define así “es la optimización continua de las actividades de negocio de una organización a través de la tecnología digital con sus clientes, proveedores, empleados y otros socios”. (P..323)

Definición que aciertan esta investigación porque la mayoría de las personas que fueron encuestadas les gusta la tecnología y por ende esta es la razón por la cual estas empresas están contratando a personas jóvenes específicamente a los de la generación milenials.

3.2 Hallazgos y análisis general

La encuesta que se realizó fue hecha específicamente para personas que están en el rango de edad de los que pertenecen a la generación de los milenials que es de 18 a 38 años.

La mayoría de los que contestaron la encuesta fueron personas de 22 años que es el 13.90%, de 23 años el 11.10% y de 30 años que tiene un porcentaje del 9.30% del total de los encuestados.

El mayor porcentaje de los que respondieron la encuesta fueron hombres que tienen un 53.70% de participación mientras que las mujeres representan el 46.30%.

El 85.20% de los encuestados dijeron que, sí les gusta la tecnología, confirmando lo que dicen las investigaciones que a esta generación les gusta y la saben manejar.

El 100% de los encuestados tiene un empleo actualmente.

Se les preguntó a los encuestados el horario de trabajo que tenían actualmente para poder hacer la comparación de cuál es el horario que normalmente manejan las empresas, el 73.10% indicó que trabajan de lunes a viernes, el 12% señaló que trabajan de lunes a viernes y sábado medio día y un 14% trabaja en otro horario, cifra que llama la atención indicando que las empresas están manejando otros horarios laborales que se adaptan a las necesidades de los empleados.

El 68.5% dijo que les agrada el horario de su trabajo, indicando que tienen un trabajo con horario que se acopla a sus necesidades.

El 57.40% de los encuestados se sienten muy bien en su trabajo y tan solo el 4.60% se siente mal, dando un hallazgo importante porque muestra que los jóvenes están satisfechos con su actual trabajo.

Se encontró en esta investigación que el 59.30% de los encuestados prefiere ganar más de Q.6,000.00 aunque no cuenten con el beneficio de las prestaciones laborales que ofrecen las empresas y que por ley tienen derecho todos los que tienen un empleo. Dando una alerta que a los jóvenes ya no les interesa tanto estar pagando por tener seguro social, sino lo que buscan es tener mayores ingresos, aunque no cuenten con estos beneficios.

El 77.80% han escuchado hablar de las empresas que manejan el modelo del network marketing confirmando que este tipo de empresas se está basando en colocar sus productos al mercado de los jóvenes porque solo un 22.20% no ha escuchado sobre este nuevo modelo de negocios.

Aunque de los encuestados solo el 27.20% ha trabajado en este tipo de empresas, sin embargo, la mayoría ha escuchado de estas porque les han ofrecido de sus productos, más no porque hayan trabajado en una de ellas.

Las personas que han trabajado en las empresas que manejan el modelo del network marketing han indicado que si han recibido mejores beneficios de los que ofrecen las empresas que usan el modelo convencional de negocio y afirman que les gusta trabajar con este modelo porque hacen su propio horario, obtienen ingresos ilimitados, porque no tienen jefes y pueden trabajar desde su casa.

El 74.70% les gustaría trabajar en una empresa que cuente con los beneficios que ofrecen las empresas que trabajan con el modelo del network marketing.

77.80% de las personas indican que si se quedan sin empleo trabajarían en una empresa que maneje este modelo, indicando que estas empresas dan al menos esperanza para que las personas que se queden desempleadas puedan tener ingresos y ser productivos a la vez a la economía del país.

Nada más el 13% de los encuestados indicaron tener un mal concepto de estas empresas mientras que un 40.70% indican tener un excelente concepto queriendo decir que este modelo de negocio está siendo aceptado por esta generación estudiada.

3.3 Conclusiones

1. El network marketing ha traído en definitiva un impacto social positivo para la sociedad del país, da una esperanza para que los jóvenes tengan un empleo digno en donde les ofrecen beneficios y son motivados continuamente y, así puedan llenar sus objetivos de empleo.
2. El network marketing brinda la oportunidad a los jóvenes para tener un trabajo donde obtienen beneficios tales como tener sueldos ilimitados, trabajar desde sus hogares, tiempo libre, sin horarios rigurosos, contribuyendo a que exista menos desempleo, reduciendo este índice en el país.
3. Las empresas con el modelo del network marketing ofrecen beneficios que son para aprovecharlos en el presente porque todos los beneficios que están teniendo son entregados en el momento y eso es lo llamativo, pero no les ofrecen beneficios como tener atención médica, una compensación económica cuando dejen de laborar con ellos como lo hacen las empresas que manejan un modelo tradicional de negocio, esta es la característica que mas

hace la diferencia entre un modelo y otro que una no ofrece prestaciones labores y pago de atención medica mientras que las tradicionales si lo ofrecen.

4. Definitivamente la llegada de estas empresas al país está dando muchas oportunidades a los jóvenes que están desempleados, porque tienen una opción en donde poder laborar con buenos beneficios y también reciben capacitaciones constantes que en definitiva los ayudarán para poder desenvolverse en otro trabajo y también los enseñan a ser emprendedores, posibilitando la creación de estas empresas con altas expectativas de ser exitosos.

4 Referencias

4.1 Bibliografía

1. Garzón Alberto, Garzón Estuardo, Guaman Adoración, Illueca Héctor, Tello Francisco.(2015). **El trabajo garantizado: una propuesta necesaria frente al desempleo y la precarización digital.**España
2. Martínez José. (2017). **Dinámica de la investigación.** Publicaciones AMC. Guatemala.
3. Sarmiento Guede José Ramón. (2015). **Marketing de las relaciones. Aproximaciones a las relaciones virtuales.** Dykinson, S.L. España
4. Universidad Panamericana. (2015). **Manual de estilo para elaborar opciones de egreso.** Guatemala.
5. Universidad Panamericana. (2015). **Citas y Referencias bibliográficas: una guía rápida del estilo APA.** Guatemala.
6. Universidad Panamericana. (2018). Facultad de Ciencias Económicas: **Guía para elaboración de artículo científico y cronograma.** Guatemala.

4.2 Digitales

Artículos obtenidos de internet

1. **Descubre a qué generación perteneces según tu fecha de nacimiento.** (2018, 09 de septiembre). Edurne Concejo, Barcelona. Recuperado de:
<https://www.lavanguardia.com/vivo/20180408/442342457884/descubre-que-generacion-perteneces.html>.
2. **Enei 2017 revela que no hay oportunidad de empleo para todos los jóvenes.** (2017, 29 de noviembre). Prensa Libre. Recuperado de:
<https://www.prensalibre.com/economia/no-hay-oportunidad-de-empleo-para-todos-los-jovenes-revela-enei/>

Anexos

Anexo 1

Encuesta



Universidad Panamericana
Campus Central
Facultad Ciencias Económicas
Licenciatura Contaduría Pública y Auditoría

Esta encuesta funciona para determinar cuál es el impacto social del network marketing como nueva tendencia de empleo para los jóvenes en Guatemala.

Instrucciones: Responda las siguientes preguntas.

1. ¿Cuál es tu edad?

2. ¿Cuál es tu sexo?

Mujer

Hombre

3. ¿Te gusta la tecnología?

Si

No

4. ¿Trabajas actualmente?

Si

No

5. ¿Cuál sería el horario de trabajo ideal?

Lunes a viernes y sábado medio día

Lunes a viernes

Otro

6. ¿Te agrada el horario de tu trabajo?

Si

No

7. ¿Cómo te sientes en tu actual trabajo?

Muy bien

Regular

Mal

8. ¿Te gustaría tener un trabajo en donde ganarías mas de Q.6,000.00 aunque no tengas prestaciones laborales?

Si

No

9. ¿Has escuchado del network marketing o las empresas que venden sus productos por referencia de otras personas ya sea en persona o por medio de las redes sociales?

Si

No

10. ¿Trabajas o has trabajado en una empresa que utilicen el modelo del network marketing?

Si

No

11. ¿Si tu respuesta es sí ¿Qué es lo que mas te gusta de trabajar con este tipo de empresas y has sentido más beneficios que trabajar en una empresa tradicional?

12. ¿Si tu respuesta es no ¿Te gustaría trabajar en una empresa en la cual tiene horarios flexibles, no tener jefe, tener ingresos, limitados y trabajar en equipo?

Si

No

13. Si te quedas desempleado y te ofrecen un trabajo en donde trabajan con el modelo del network marketing ¿lo aceptarías?

Si

No

14. ¿Cuál es tu concepto sobre estas empresas?

Excelente

Buena

Mala