

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA DE DOCUMENTO DE TITULACIÓN:

**Factores que influyen en decisión de las mujeres de iniciar un negocio multinivel en la
Industria Cosmética de Guayaquil**

AUTOR:

Jorge Enrique Ubilla Carpio

Previo a la obtención del Grado Académico:

Magíster en Administración de Empresas

Guayaquil, Ecuador

2023 - 2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el **Licenciado en administración de ventas, Ubilla Carpio Jorge Enrique**, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de **Magíster en Administración de Empresas**.

REVISOR

Ángel Castro Peñarreta, MBA

DIRECTORA DEL PROGRAMA

Econ. María del Carmen Lapo Maza, Ph.D.

Directora de la Maestría en Administración de Empresas

Guayaquil, a los 09 días del mes de mayo del año 2024



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ubilla Carpio, Jorge Enrique

DECLARO QUE:

El trabajo **Factores que influyen en decisión de las mujeres de iniciar un negocio multinivel en la Industria Cosmética de Guayaquil**, previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de investigación del Grado Académico en mención.

Guayaquil, a los 09 días del mes de mayo del año 2024

EL AUTOR

Jorge Enrique Ubilla Carpio



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

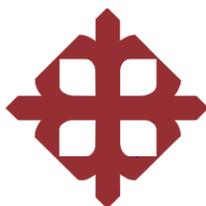
Yo, Jorge Enrique Ubilla Carpio

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Documento de Titulación previo a la obtención del título como **Magíster en Administración de Empresa** titulado: **Factores que influyen en decisión de las mujeres de iniciar un negocio multinivel en la industria cosmética de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 09 días del mes de mayo del año 2024

EL AUTOR:

Jorge Enrique Ubilla Carpio



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SUBSISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

REPORTE COMPILATIO

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Tesis Ubilla Jorge corregida

< 1%

Textos sospechosos

< 1% **Similitudes**

0% similitudes entre comillas

0% entre las fuentes mencionadas

7% Idiomas no reconocidos (ignorado)

Nombre del documento: Tesis Ubilla Jorge corregida.docx

ID del documento: 8ada33b570c8a9db2d12a9ca3c604ba7f337aad9

Tamaño del documento original: 296,62 KB

Depositante: María del Carmen Lapo Maza

Fecha de depósito: 7/3/2024

Tipo de carga: Interface

fecha de fin de análisis: 7/3/2024

Número de palabras: 6771

Número de caracteres: 45.525

Ubicación de las similitudes en el documento:

Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.unsaac.edu.pe https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/20.500.12918/8279/1/253720240010_TC.pdf 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (41 palabras)
2	core.ac.uk https://core.ac.uk/doi/pdf/10.13140/rj.2022.121379.pdf 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (23 palabras)
3	revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/revistasinvestigacion/issue/download/20204/17178 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (31 palabras)
4	Documento de otro usuario #10017 El documento proviene de otro grupo 3 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (29 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #10009 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
2	Ritha.Dávila_Constantino.Vinueza_tesis final.docx Ritha.Dávila_Constantino... #10465 El documento proviene de mi grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (37 palabras)
3	doi.org Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un pro... https://doi.org/10.35622/revista.b.015	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
4	Documento de otro usuario #10048 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
5	Documento de otro usuario #10141 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://doi.org/10.35381/cm.v5i9.148
2	https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.3869.2021
3	https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss37.2020pp97-110

AGRADECIMIENTO

Mi infinito agradecimiento a Dios por haberme dado salud, sabiduría, paciencia y darme mucha fuerza para poder seguir avanzando en mi preparación de manera profesional.

A mis profesores de la maestría que a lo largo de del proceso dieron todo de su parte para que aprendamos y seamos profesionales de calidad.

A la empresa Omnilife que me dio la apertura para poder seguir desarrollándome como profesional facilitándome los horarios de trabajo.

A mi equipo de trabajo por siempre apoyarme y alentarme para seguir avanzando en mis estudios y ser ejemplos para ellos.

A mi esposa y mis hijos Josué, Jorgito, mi princesa Emily que siempre confiaron en mí y me dieron la oportunidad otra vez para lograr una meta más.

Jorge Enrique Ubilla Carpio

DEDICATORIA

Dedico de todo corazón mi tesis a mi papá Enrique Ubilla que desde el cielo me guía y me da su bendición, a mi madre hermosa Inés Carpio Campoverde por haberme dado ese apoyo incondicional durante todos estos años y ser una de esa razón aliciente para el cumplimiento de mis objetivos que significan alegría y orgullo para mí y también para ellos.

Dedico también con todo mi amor a mi esposa Susana Calle por su sacrificio, desveladas, esfuerzo y más que nada por creer en mi capacidad, aunque en ocasiones hemos pasado momentos difíciles siempre ha estado brindándome su apoyo, comprensión, cariño y sobre todo amor. para ti es esta tesis te amo mucho.

Dedico a mis amados hijos Josué y Jorgito y la bendición más bonita que Dios me dio mi niña Emily por ser fuentes de motivación e inspiración para poder superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos tenga un futuro mejor.

Jorge Enrique Ubilla Carpio

Índice general

Índice general.....	VIII
Índice de tablas	IX
Índice de figuras.....	X
Introducción	1
Métodos de la investigación.....	4
Tipo de estudio	4
Instrumentos de recolección de datos.....	5
Participantes	5
Procedimientos	5
Resultados	6
Conclusiones	14
Referencias.....	15
Apéndices.....	17

Índice de tablas

Tabla 1 Resultados preguntas 5 - 8	6
Tabla 2 Resultados preguntas 9 - 13	8
Tabla 3 Media y desviación estándar de las preguntas	9
Tabla 4 Cruce de variables	10

Índice de figuras

Figura 1 <i>Perfil demográfico y socioeconómico</i>	6
Figura 2 <i>Flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel/Estado civil</i>	12
Figura 3 <i>Optimismo sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel/Nivel educativo</i>	13

Introducción

La ciudad de Guayaquil es un epicentro de oportunidades y dinamismo empresarial que ha experimentado un notable auge en los últimos años. Esta tendencia ha suscitado un interés considerable en identificar los factores que influyen en la toma de decisiones de estas mujeres al buscar oportunidades de negocio en el campo de la cosmética, así como en comprender el impacto que esto tiene en sus vidas y en la economía local. La industria de la cosmética se destaca por su versatilidad y su potencial de crecimiento, lo que la convierte en un terreno fértil para el espíritu emprendedor (López & Dondero, 2019). Además, en una era caracterizada por la conectividad digital y el auge de las redes sociales, las oportunidades para el marketing y la venta de productos cosméticos se han multiplicado, incrementando aún más el atractivo de este sector para las mujeres emprendedoras (Roman & Ormaza, 2022).

La motivación detrás de este estudio surge de la creciente importancia y relevancia que ha adquirido el fenómeno de las mujeres que buscan alternativas de negocio en empresas multinivel dentro del sector de la cosmética en la ciudad de Guayaquil. Este interés en el emprendimiento en la industria de la cosmética se ha convertido en un aspecto significativo de la dinámica económica y social de la región. Varias razones respaldan la necesidad de investigar y comprender a fondo estos motivadores, en el auge del emprendimiento femenino se ha observado un incremento sustancial en la participación activa de las mujeres en el ámbito empresarial, y específicamente en el sector de la cosmética a través de empresas multinivel (Ruilova et al. 2021; Trujillo & Palacio, 2022;(Valencia et al., 2022).

Este fenómeno representa una manifestación concreta del empoderamiento económico de las mujeres en Guayaquil y sus deseos de independencia financiera. Cabe mencionar que, el emprendimiento está sujeto a diversos beneficios como la generación de fuentes de empleo, impulsa el crecimiento económico y fomenta la innovación en productos y servicios (Avila, 2021; Vargas & Uttermann, 2020). En consecuencia, el emprendimiento en el sector de la cosmética no solo beneficia a las mujeres individualmente, sino que también tiene un impacto significativo en el desarrollo económico de Guayaquil. En cuanto a la necesidad de estrategias efectivas, las empresas multinivel y las emprendedoras en este sector requieren estrategias efectivas para alcanzar el éxito, comprender los motivadores detrás de esta elección de negocio permitirá a las empresas adaptar sus modelos de negocio y estrategias de marketing para satisfacer las necesidades y expectativas de estas mujeres emprendedoras.

La investigación llevada a cabo por Paz (2023) en México, el cual tuvo el propósito de resaltar la importancia de llevar a cabo investigaciones centradas en el emprendimiento de mujeres a través de una revisión bibliográfica que adopta enfoques descriptivos y

exploratorios, se presentan los fundamentos teóricos asociados al emprendimiento femenino. Entre los resultados principales destaca las actividades realizadas por una mujer, el cual se dedica a comercializar zapatos, cosméticos y diversos productos mediante catálogo durante los últimos cinco años. Un desafío significativo que ha enfrentado es la carencia de financiamiento y el limitado margen para reinvertir las ganancias, ya que una parte considerable se destina a cubrir los gastos del hogar. Por lo que se concluye que sería óptimo brindar capacitación en temas de administración y ventas, ya que hasta el momento ha manejado todas las tareas de manera empírica.

La investigación realizada por Garavito et al. (2021) en Colombia tuvo como objetivo analizar las ventajas y desventajas del emprendimiento femenino mediante una revisión bibliográfica. Para esto, se empleó una metodología con un enfoque descriptivo que reveló que las mujeres, al considerar la posibilidad de emprender, poseen una probabilidad de éxito similar a la de los hombres. Se concluyó que no existen desventajas significativas cuando ellas buscan adquirir habilidades y recursos para tener éxito en sus emprendimientos, se observó que las mujeres son más propensas a iniciar negocios en la industria de servicios, lo que implica necesidades financieras menores. Asimismo, se destacó su precaución al preferir comenzar con negocios pequeños y crecer de manera gradual. En resumen, la investigación subraya la viabilidad y precaución características del emprendimiento femenino, especialmente en el ámbito de servicios.

El estudio de Paredes et al. (2019) tuvo por objetivo identificar los factores que promueven el emprendimiento en las mujeres, a través de una revisión de literatura. Los resultados indicaron que la mujer tiene capacidades que inciden en el emprendimiento, destacando la experiencia laboral, un miedo menor al fracaso y el interés en las actividades. Además, los factores que orientan el emprendimiento aluden a la mejora del nivel de vida, contribuir al sustento familiar, necesidad económica, independencia financiera, entre otros.

De acuerdo con el informe de Mujeres emprendedoras y su legado en la sociedad elaborado por Almeida (2023) *Thriving Through Crisis* del Global Entrepreneurship Monitor sobre el emprendimiento femenino, las mujeres que se dedican al emprendimiento representan el 80% de la fuerza laboral femenina a nivel global, lo que equivale al 12,3% de la población total de mujeres en el mundo. En comparación con los hombres, las mujeres emprendedoras conforman aproximadamente una de cada tres personas involucradas en el crecimiento activo de empresas en todo el planeta, lo que se traduce en alrededor de 274 millones de mujeres que son propietarias de sus propios negocios. El estudio también revela que el 30,2% de las mujeres emprendedoras encuestadas a nivel mundial expresaron su

intención de contratar a seis o más empleados en los próximos cinco años, en contraste con el 18,7% reportado en el informe de 2019.

A nivel nacional, la investigación de Guzmán et al. (2020) tuvo como objetivo dar a conocer factores tanto intrínsecos como extrínsecos que impulsan a las mujeres a embarcarse en la creación de sus propias empresas. Para lograr esto, se inició una investigación de enfoque descriptivo, permitiendo una exploración exhaustiva de los factores en cuestión. En Ecuador, en respuesta a desafíos como la precariedad laboral y la necesidad de independencia económica entre las mujeres, se han implementado diversas iniciativas emprendedoras en los últimos años. Sin embargo, estas políticas a veces quedan en segundo plano frente a asuntos más urgentes, por lo que se destaca que la capacidad para emprender, la educación y formación, los programas gubernamentales, el mercado interno y la rentabilidad financiera son factores que inciden positivamente en el emprendimiento femenino.

Por su parte, Galecio et al. (2019) tuvieron como propósito identificar los factores en el progreso económico y la mejora social. En este contexto, la investigación se orientó hacia un enfoque descriptivo, utilizando la técnica de revisión de la literatura. Los resultados muestran que, la mujer ecuatoriana, en su rol emprendedor, exhibe cualidades destacadas como liderazgo y proactividad, contribuyendo significativamente a la formación de emprendimientos. Es esencial fomentar estas cualidades, especialmente en el sector rural, para que las mujeres puedan desarrollar emprendimientos en condiciones equitativas, promoviendo así un impacto socioeconómico beneficioso para su crecimiento personal y el de la sociedad ecuatoriana en su conjunto.

El objetivo central de la investigación es analizar en profundidad los factores que influyen en la toma de decisiones de las mujeres de la ciudad de Guayaquil al buscar oportunidades de negocio en empresas multinivel en la industria de la cosmética, con el propósito de comprender sus motivaciones, desafíos y aspiraciones, y proporcionar información relevante para impulsar el empoderamiento económico de las mujeres en la región y optimizar las estrategias empresariales en este sector. Las empresas multinivel en el sector de la cosmética son una opción atractiva para las mujeres de Guayaquil que buscan oportunidades de ingresos adicionales, desarrollar habilidades empresariales o explorar sus intereses personales; sin embargo, es importante evaluar cuidadosamente la empresa antes de unirse a ella, para asegurarse de que es una oportunidad sostenible en el tiempo.

Métodos de la investigación

Tipo de estudio

Este estudio se enmarca en un enfoque cuantitativo y de método deductivo, lo que implica que se centra en la recopilación y el análisis de datos en forma numérica y estadística. La investigación cuantitativa se caracteriza por su enfoque en fenómenos que pueden ser medidos utilizando técnicas estadísticas para analizar los datos recopilados, su principal objetivo es describir, explicar, predecir y controlar de manera objetiva las causas de estos fenómenos, así como predecir su ocurrencia a partir de la revelación de estas causas (Sánchez, 2019). El método deductivo es un proceso de aprendizaje que parte de principios generales para llegar a conclusiones específicas (Hernandez & Mendoza, 2018).

En el contexto particular de esta investigación, la elección de un diseño no experimental se justifica plenamente, ya que se adapta de manera óptima al estudio de los factores que influyen en la búsqueda de alternativas de negocios. El diseño no experimental es un tipo de investigación que no manipula deliberadamente las variables, se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos (Arias et al., 2022; Ramos, 2021). En el presente estudio, resulta fundamental comprender que el investigador no tiene la capacidad de ejercer control sobre los factores que inciden en la decisión de buscar oportunidades de negocio en el ámbito del multinivel en la industria cosmética. Por lo tanto, el diseño no experimental permite capturar la realidad tal como es, proporcionando un marco idóneo para analizar y comprender las motivaciones, perspectivas y desafíos que enfrentan estas mujeres emprendedoras en el ámbito del multinivel cosmético.

El alcance de la investigación es descriptivo, que trata sobre la amplitud y profundidad de la descripción de fenómenos, eventos o situaciones que se abordan en el estudio. Este tipo de alcance se centra en proporcionar una visión detallada y precisa de lo que se está investigando, sin buscar necesariamente explicar las relaciones causales o inferir conclusiones más allá de la observación y la descripción de los hechos (Lobo et al. 2020). La aplicación de este enfoque permitió identificar patrones, tendencias y factores clave que orientaron estrategias comerciales adaptadas a las necesidades y deseos locales. Además, la información descriptiva resultante puede servir como punto de partida para investigaciones más profundas, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones empresariales, la adaptación de estrategias y la comunicación efectiva tanto interna como externamente.

Instrumentos de recolección de datos

Para llevar a cabo la recopilación de datos en este trabajo, se optó por la aplicación de una encuesta en línea dirigida a mujeres mayores de edad que se desempeñan en empresas multinivel dentro del sector de la cosmética en la ciudad de Guayaquil. La elección de una encuesta como método de investigación se justifica en su capacidad para recolectar datos de una población específica, mediante la formulación de preguntas estructuradas y estandarizadas (Muñoz & Solís, 2021). En esta encuesta, se exploraron una serie de aspectos relevantes, incluyendo los factores determinantes que influyeron en la decisión de unirse a este tipo de modelo empresarial; además, se indagó acerca de la experiencia acumulada por las participantes en este ámbito y se ahondó en sus perspectivas sobre la sostenibilidad a largo plazo de este enfoque de negocio.

Participantes

Los participantes de esta encuesta representan un grupo específico de mujeres en la ciudad de Guayaquil, Ecuador, que se han visto involucradas en la industria del multinivel en el ámbito de la cosmética. Se establecieron criterios de selección rigurosos para garantizar la coherencia y relevancia de la muestra. En primer lugar, se limitó la participación a mujeres adultas, es decir, aquellas que tienen 18 años o más, reconociendo la importancia de la madurez y la experiencia en la toma de decisiones relacionadas con el emprendimiento. Además, se consideró esencial que las participantes tuvieran un nivel educativo medio, lo que implica que han alcanzado un grado de instrucción que puede influir en su percepción y comprensión de los aspectos empresariales. Por último, el requisito de haber estado involucradas en un negocio de multinivel en el campo de la cosmética garantiza que las participantes tengan experiencia práctica y conocimiento del sector en cuestión, lo que es fundamental para comprender sus perspectivas y motivaciones en profundidad. Este enfoque en un grupo demográfico específico y bien definido permite un análisis más preciso de las dinámicas relacionadas con el multinivel en la industria de la cosmética en el contexto de Guayaquil.

Procedimientos

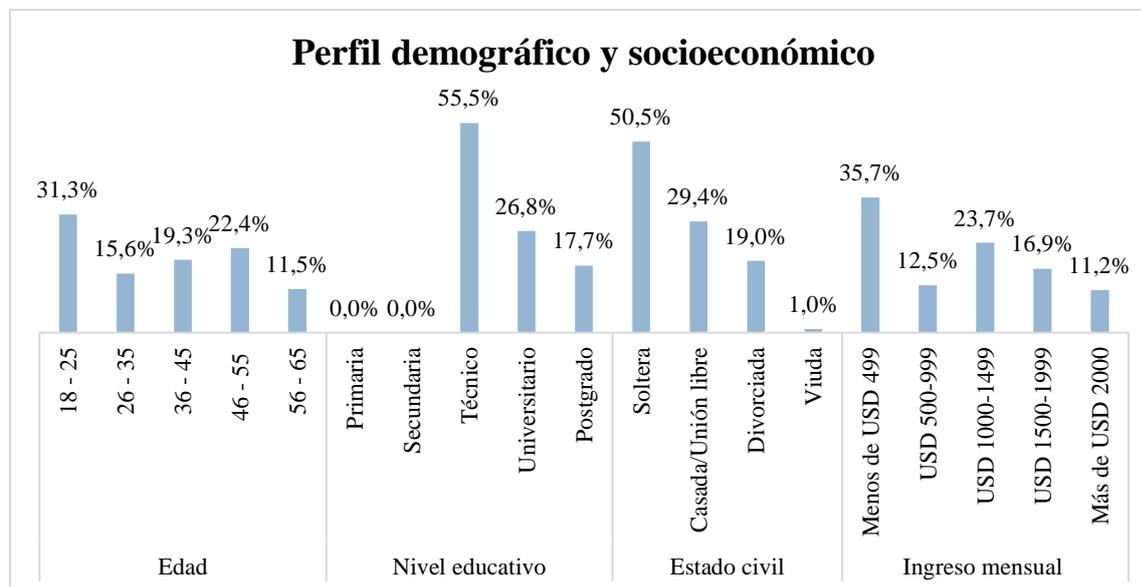
La información se recolectó durante el mes de septiembre de 2023, en el sur oeste de la ciudad de Guayaquil, parroquia Febres Cordero. Se utilizó una encuesta en línea para recopilar los datos; la encuesta incluyó preguntas sobre características sociodemográficas, motivaciones para unirse a una empresa multinivel y perspectivas sobre la sostenibilidad de un negocio multinivel. Luego, se utilizó el programa Microsoft Excel para tabular y analizar los datos.

Resultados

Los resultados de la encuesta, basados en una muestra representativa de 384 participantes mediante el cálculo de la población no conocida, ofrecen una visión detallada del perfil demográfico y socioeconómico de las encuestadas.

Figura 1

Perfil demográfico y socioeconómico



Nota. Elaboración propia

Con respecto a la figura 1, en términos de edad, se destaca la presencia significativa de participantes jóvenes entre 18 y 25 años (31.3%), así como una representación equitativa en los grupos de 36 a 45 (19.3%) y 46 a 55 años (22.4%). En cuanto a la educación, la mayoría posee formación técnica (55.5%), y se observa una distribución relativamente equitativa entre universitarios (26.8%) y postgraduados (17.7%). En lo que respecta al estado civil, predomina la soltería (50.5%), seguida de las participantes casadas o en unión libre (29.4%). En términos de ingreso mensual familiar, se destaca que el 35.7% tiene ingresos inferiores a USD 499, revelando una diversidad significativa en el rango socioeconómico de las participantes.

Tabla 1

Resultados preguntas 5 - 8

¿En qué medida considera que la falta de oportunidades de empleo tradicional influyó en su decisión de involucrarse en un negocio multinivel en el sector de la cosmética?	Porcentaje
1 (Nada influyente)	2,1%
2 (Poco influyente)	9,9%
3 (Moderadamente influyente)	22,7%

4 (Muy influyente)	26,0%
5 (Extremadamente influyente)	39,3%
¿Cuánto influyó la búsqueda de ingresos adicionales en su elección de unirse a una empresa multinivel en el campo de la cosmética?	
	Porcentaje
1 (Nada influyente)	11,7%
2 (Poco influyente)	21,4%
3 (Moderadamente influyente)	31,3%
4 (Muy influyente)	23,4%
5 (Extremadamente influyente)	12%
¿Hasta qué punto considera que la flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel fue un factor determinante en su decisión?	
	Porcentaje
1 (Nada influyente)	5,2%
2 (Poco influyente)	10,4%
3 (Moderadamente influyente)	23,4%
4 (Muy influyente)	37,5%
5 (Extremadamente influyente)	23,4%
¿Qué tan importante fue el interés en los productos o servicios ofrecidos por la empresa multinivel al tomar la decisión de unirse?	
	Porcentaje
1 (Nada influyente)	6,5%
2 (Poco influyente)	13,0%
3 (Moderadamente influyente)	23,4%
4 (Muy influyente)	37,8%
5 (Extremadamente influyente)	19,3%

Nota. Elaboración propia

El análisis de los resultados de la tabla 1 revela patrones significativos en las percepciones de las participantes sobre la influencia de diversos factores en su decisión de unirse a una empresa multinivel en el sector de la cosmética. En primer lugar, la falta de oportunidades de empleo tradicional se destaca como un motivador importante, con un notable 65.3% de las participantes calificando este factor como muy o extremadamente influyente. Este resultado sugiere que, para una proporción significativa de mujeres encuestadas, la búsqueda de alternativas empresariales en el ámbito multinivel ha sido impulsada, en gran medida, por la falta de opciones de empleo convencionales.

En cuanto a la búsqueda de ingresos adicionales, la tabla 1 muestra que el 66.7% de las participantes la considera como moderada o muy influyente en su elección de unirse a una empresa multinivel. Este hallazgo indica que la motivación económica, en términos de generar ingresos adicionales, desempeña un papel sustancial en la toma de decisiones empresariales de estas mujeres. La flexibilidad horaria también se revela como un factor determinante, con un 60.9% de las participantes calificándolo como muy o extremadamente influyente. Este resultado destaca la importancia que las mujeres atribuyen a la capacidad de gestionar su tiempo de manera flexible al emprender en el campo de la cosmética.

En lo que respecta al interés en los productos o servicios ofrecidos por la empresa multinivel (tabla 1), el 57.1% de las participantes lo califica como muy o extremadamente influyente en su decisión. Esto sugiere que la afinidad por los productos o servicios

desempeña un papel significativo al motivar la participación en el negocio multinivel en el sector de la cosmética. En conjunto, estos resultados señalan la intersección de motivaciones económicas, flexibilidad laboral y aprecio por los productos en la decisión de las mujeres de emprender en este sector específico.

Tabla 2

Resultados preguntas 9 - 13

En una escala del 1 al 5, ¿cuánto peso le dio a la recomendación de un conocido o familiar para unirse a esta empresa multinivel?	Porcentaje
1 (Ningún peso)	3,6%
2 (Poco peso)	10,2%
3 (Moderado peso)	20,6%
4 (Gran peso)	39,3%
5 (Máximo peso)	26,3%
¿Cuán sostenible considera que es el modelo de negocio multinivel en el sector de la cosmética a largo plazo?	Porcentaje
1 (No sostenible en absoluto)	2,1%
2 (Poco sostenible)	8,1%
3 (Moderadamente sostenible)	22,7%
4 (Bastante sostenible)	44,0%
5 (Muy sostenible)	23,2%
¿En qué medida percibe como desafiante mantener un negocio multinivel en el sector de la cosmética?	Porcentaje
1 (No es desafiante en absoluto)	2,1%
2 (Poco desafiante)	7,8%
3 (Moderadamente desafiante)	18,2%
4 (Bastante desafiante)	41,7%
5 (Muy desafiante)	30,2%
¿Qué tan optimista se siente sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel en el sector de la cosmética?	Porcentaje
1 (Nada optimista)	3,1%
2 (Poco optimista)	11,2%
3 (Moderadamente optimista)	21,4%
4 (Bastante optimista)	35,2%
5 (Muy optimista)	29,2%
¿Cuál es su nivel de satisfacción con su decisión de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel en el sector de la cosmética?	Porcentaje
1 (Muy satisfecho)	31,3%
2 (Satisfecho)	36,5%
3 (Ni satisfecho, ni insatisfecho)	10,2%
4 (Insatisfecho)	15,9%
5 (Muy insatisfecho)	6,3%

Nota. Elaboración propia

El análisis de los resultados de las preguntas 9 a 13 que ofrece la tabla 2 genera una visión integral de las percepciones, expectativas y niveles de satisfacción de las participantes en relación con su participación en el negocio multinivel en el sector de la cosmética. En primer lugar, la importancia atribuida a la recomendación de conocidos o familiares destaca que un significativo 65.9% de las participantes le otorgó un peso considerable, calificándolo como gran o máximo peso. Esto sugiere la relevancia de la influencia social en la toma de

decisiones, indicando que la palabra de boca en boca desempeña un papel importante en la elección de unirse a este tipo de empresas.

En cuanto a la percepción de la sostenibilidad a largo plazo del modelo de negocio multinivel en el sector de la cosmética (tabla 2), el 67.2% de las participantes califica la sostenibilidad como bastante o muy sostenible. Este hallazgo refleja una perspectiva generalmente positiva hacia la viabilidad a largo plazo de los negocios multinivel en este sector específico, señalando una confianza significativa en la sostenibilidad de sus emprendimientos. La evaluación de la desafiante naturaleza de mantener un negocio multinivel en el sector de la cosmética muestra que el 71.9% de las participantes considera la tarea como bastante o muy desafiante. Esta percepción sugiere que las mujeres emprendedoras en este ámbito reconocen los desafíos inherentes y la complejidad asociada con la gestión de negocios multinivel, lo cual puede influir en sus estrategias y decisiones operativas.

En términos de optimismo, la tabla 2 muestra que el 64.4% se encuentra en el rango de bastante a muy optimista sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel en el sector de la cosmética. Esta actitud positiva sugiere una confianza generalizada entre las participantes en la capacidad de sus negocios para mantenerse y prosperar en el futuro. Finalmente, en cuanto al nivel de satisfacción con la decisión de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel en el sector de la cosmética, se destaca que el 67.8% de las participantes se encuentra en las categorías de muy satisfecho o satisfecho. Este resultado indica una satisfacción generalizada entre las mujeres encuestadas, sugiriendo que la mayoría está contenta con la elección de involucrarse en este tipo de emprendimientos. En conjunto, estos resultados proporcionan una visión equilibrada de las experiencias, percepciones y expectativas de las participantes en el ámbito de los negocios multinivel en el sector de la cosmética, lo cual es esencial para comprender los factores que impulsan el emprendimiento y la satisfacción en este contexto específico.

Tabla 3

Media y desviación estándar de las preguntas

Ítems	Media	Desviación estándar
Edad	37,53	13,72
Nivel educativo	1,62	0,77
Estado civil	1,71	0,81
Ingreso mensual familiar	998,90	657,07
Decisión de involucrarse por falta de oportunidades	3,91	1,09

Influencia de la búsqueda de ingreso al unirse a una empresa multinivel	3,03	1,19
Flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel	3,64	1,11
Importancia del interés en los productos o servicios ofrecidos	3,50	1,14
Influencia de un conocido o familiar para unirse a esta empresa multinivel	3,74	1,07
Sostenibilidad del modelo de negocio multinivel en el sector de la cosmética	3,03	1,19
Nivel de desafío en mantener un negocio multinivel	3,50	1,14
Optimismo sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel	3,76	1,09
Satisfacción de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel	3,71	1,24

Nota. Elaboración propia

En la tabla 3 se evidencian los resultados de la media y la desviación estándar de las preguntas aplicadas. En el caso de la edad, se obtuvo una media de 37,53 y una desviación de 13,72. Por otro lado, el principal factor de involucrarse en un negocio multinivel con una media de 3.91 es la falta de oportunidades de empleo, el segundo factor más importante es el optimismo sobre la sostenibilidad a largo plazo del negocio con una media de 3,76 y el tercer factor más importante es la recomendación de un conocido o familiar con una media de 3.74.

Tabla 4

Cruce de variables

Nivel educativo/Edad	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	Total general
Postgrado	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	24 (6,3%)	44 (11,5%)	68 (17,7%)
Técnico	120 (31,3%)	60 (15,6%)	33 (8,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	213 (55,5%)
Universitario	0 (0,0%)	0 (0,0%)	41 (10,7%)	62 (16,1%)	0 (0,0%)	103 (26,8%)
Total general	120 (31,3%)	60 (15,6%)	74 (19,3%)	86 (22,4%)	44 (11,5%)	384 (100,0%)
Estado civil/Edad	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	Total general
Casada/Unión Libre	0 (0,0%)	0 (0,0%)	60 (15,6%)	53 (13,8%)	0 (0,0%)	113 (29,4%)
Divorciada	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	33 (8,6%)	40 (10,4%)	73 (19,0%)
Soltera	120 (31,3%)	60 (15,6%)	14 (3,6%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	194 (50,5%)
Viuda	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	4 (1,0%)	4 (1,0%)
Total general	120 (31,3%)	60 (15,6%)	74 (19,3%)	86 (22,4%)	44 (11,5%)	384 (100,0%)
Ingreso mensual/Edad	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	Total general
Más de USD 2000	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	43 (11,2%)	43 (11,2%)
Menos de USD 499	120 (31,3%)	17 (4,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	137 (35,7%)
USD 1000-1499	0 (0,0%)	0 (0,0%)	69 (18,0%)	22 (5,7%)	0 (0,0%)	91 (23,7%)
USD 1500-1999	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	64 (16,7%)	1 (0,3%)	65 (16,9%)
USD 500-999	0 (0,0%)	43 (11,2%)	5 (1,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	48 (12,5%)
Total general	120 (31,3%)	60 (15,6%)	74 (19,3%)	86 (22,4%)	44 (11,5%)	384 (100,0%)
Decisión de involucrarse por falta de oportunidades/Edad	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	Total general

1 (Nada influyente)	8 (2,1%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	8 (2,1%)
2 (Poco influyente)	38 (9,9%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	38 (9,9%)
3 (Moderadamente influyente)	74 (19,3%)	13 (3,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	87 (22,7%)
4 (Muy influyente)	0 (0,0%)	47 (12,2%)	53 (13,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	100 (26,0%)
5 (Extremadamente influyente)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	21 (5,5%)	86 (22,4%)	44 (11,5%)	151 (39,3%)
Total general	120 (31,3%)	60 (15,6%)	74 (19,3%)	86 (22,4%)	44 (11,5%)	384 (100,0%)
Satisfacción de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel/Edad						
	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	Total general
1 (Muy insatisfecho)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	24 (6,3%)	24 (6,3%)
2 (Insatisfecho)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	41 (10,7%)	20 (5,2%)	61 (15,9%)
3 (Ni satisfecho, ni insatisfecho)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	39 (10,2%)	0 (0,0%)	39 (10,2%)
4 (Satisfecho)	0 (0,0%)	60 (15,6%)	74 (19,3%)	6 (1,6%)	0 (0,0%)	140 (36,5%)
5 (Muy satisfecho)	120 (31,3%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	120 (31,3%)
Total general	120 (31,3%)	60 (15,6%)	74 (19,3%)	86 (22,4%)	44 (11,5%)	384 (100,0%)
Influencia de la búsqueda de ingreso al unirse a una empresa multinivel/Edad						
	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	Total general
1 (Nada influyente)	45 (11,7%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	45 (11,7%)
2 (Poco influyente)	75 (19,5%)	7 (1,8%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	82 (21,4%)
3 (Moderadamente influyente)	0 (0,0%)	53 (13,8%)	67 (17,4%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	120 (31,3%)
4 (Muy influyente)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	7 (1,8%)	83 (21,6%)	0 (0,0%)	90 (23,4%)
5 (Extremadamente influyente)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	0 (0,0%)	3 (0,8%)	44 (11,5%)	47 (12,2%)
Total general	120 (31,3%)	60 (15,6%)	74 (19,3%)	86 (22,4%)	44 (11,5%)	384 (100,0%)

Nota. Elaboración propia

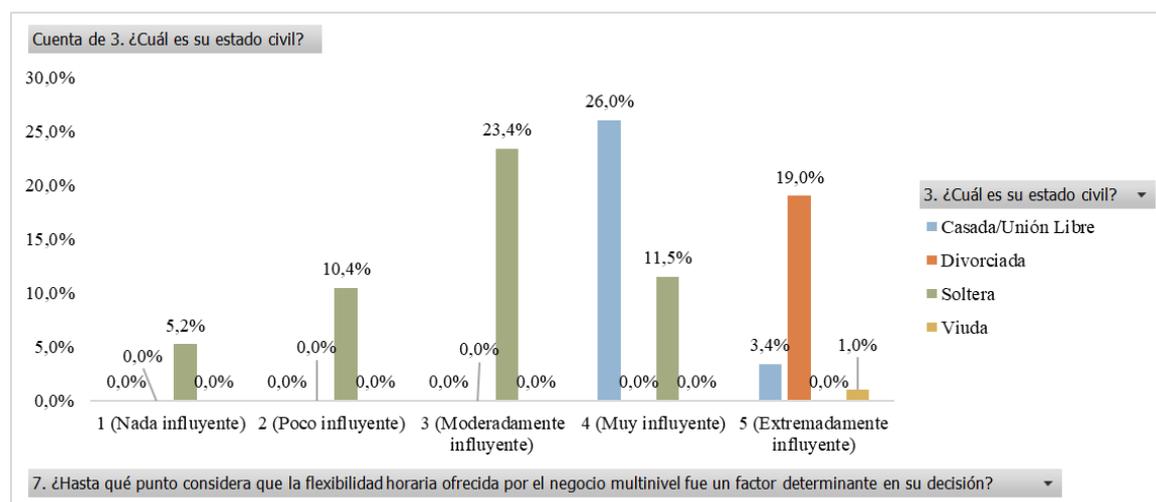
En la tabla 4, se presenta el cruce de las variables; en este ámbito, considerando las variables nivel educativo y edad, se reconoce que el 31,3% de las mujeres de 18-25 años tienen un nivel de educación técnico, el 16,1% de las mujeres entre 46-55 años tienen un nivel universitario y solo el 11,5% de mujeres entre 56-65 años sustentan un postgrado. Por otro lado, se observó que el 31,3% de las mujeres que están solteras tienen entre 18-25 años, mientras que, las que están casadas se caracterizan por tener entre 36 a 55 años. En relación con el ingreso mensual y la edad, se destaca que las personas de 56-65 años (11,2%) tienen ingresos mayores de \$2000; las mujeres de 18-25 años sustentan ingresos menores de \$499, y el 18% de mujeres de 36-45 años tienen ingresos de \$1000 hasta \$1499.

Por otra parte, en la tabla 4 se evidenció que en las mujeres de 46-55 años (22,4%), la falta de oportunidades influyó extremadamente en la decisión de involucrarse en un negocio multinivel en el sector de la cosmética, al igual que las mujeres de 56-65 años (11,5%). En tanto que, para las mujeres de 18-25 años (19,3%), la influencia fue moderada, y en las mujeres de 26-35 años (12,2%) se identificó que la falta de oportunidades fue muy influyente en la decisión tomada. En cuanto a la satisfacción de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel, el 31,3% de las mujeres entre 18-25 están muy satisfechas, mientras que, el 19,3% de mujeres de 36-45 se encuentran satisfechas. También se destaca que el 11,5% de las mujeres de 55 a 65 años encuestadas creen que el hecho de unirse a una empresa multinivel buscando ingresos adicionales fue algo extremadamente influyente, al igual que el 21,6% de mujeres de 46-55 años que se situaron en la categoría muy influyente, y el 17,4% de mujeres de 36-45 años que indicó una influencia moderada.

Por otro lado, en la figura 2 se evidencia el cruce de variables entre la flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel y el estado civil de las mujeres. Los resultados demostraron que la flexibilidad horaria que ofrece el negocio multinivel fue un factor moderadamente influyente para toma su decisión en el 23,4% de las mujeres solteras. Para el caso de las mujeres divorciadas, este factor fue extremadamente influyente (19%), mientras que, en las mujeres casadas o en unión libre, la flexibilidad horaria fue muy influyente (26%). A nivel general, la mayor parte de las encuestadas destacan que la flexibilidad horaria del negocio multinivel representó un factor muy influyente en la decisión de involucrarse en dicho mundo.

Figura 2

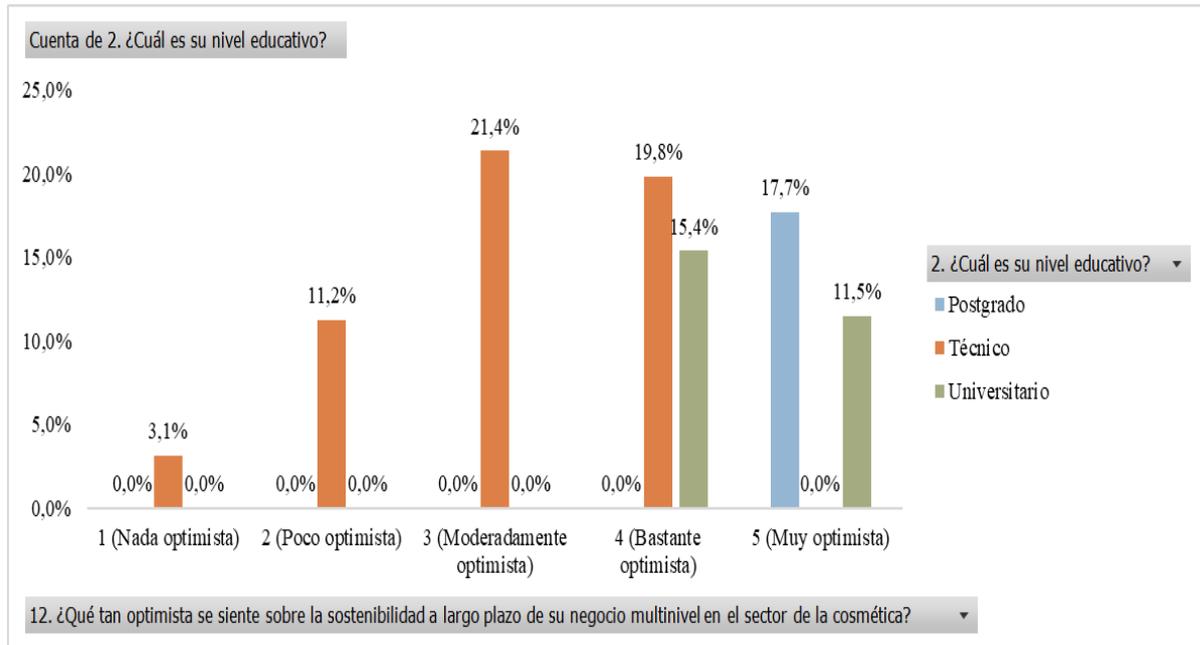
Flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel/Estado civil



Nota. Elaboración propia

Figura 3

Optimismo sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel/Nivel educativo



Nota. Elaboración propia

Conclusiones

La presente investigación sobre los factores que influyen en la decisión de las mujeres de Guayaquil para iniciar un negocio multinivel en la industria cosmética es crucial porque revela cómo responden las mujeres a las oportunidades empresariales. Además, se destaca la importancia de comprender en profundidad los motivadores, desafíos y aspiraciones detrás del emprendimiento femenino, lo que proporciona información valiosa para impulsar el empoderamiento económico de las mujeres y a futuro, optimizar las estrategias empresariales en este sector.

Con base en los resultados obtenidos, se puede concluir que las mujeres de la ciudad de Guayaquil tienen una edad media de 37,53 años, ingresos de \$998,90 en promedio, predomina el estado civil soltera y la mayoría cuenta con un nivel educativo técnico. Por otro lado, al tomar la decisión de buscar oportunidades de negocio en empresas multinivel en la industria de la cosmética, están fuertemente motivadas por la falta de oportunidades de empleo tradicional, la búsqueda de ingresos adicionales y la influencia positiva de recomendaciones de conocidos o familiares. Estos factores emergen como elementos clave en sus decisiones o intenciones de emprender, subrayando la importancia de abordar las limitaciones en el ámbito laboral convencional y la relevancia de las conexiones sociales en el proceso de toma de decisiones. Además, la percepción generalmente positiva sobre la sostenibilidad a largo plazo y el nivel de satisfacción con la decisión tomada indican un potencial significativo para el empoderamiento económico de las mujeres en la región. Las conclusiones derivadas de este análisis ofrecen conocimientos valiosos para diseñar estrategias empresariales efectivas y programas de apoyo que impulsen el éxito sostenible de las emprendedoras en el sector de la cosmética en Guayaquil.

Referencias

- Almeida, N. (2023, marzo 7). Mujeres emprendedoras y su legado en la sociedad. *AEI*.
<https://www.aei.ec/mujeres-emprendedoras-legado-sociedad/>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis. En *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Avila, E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 32-48.
<https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>
- Galecio, G., Castaño, A., & Basantes, D. (2019). Emprendimientos impulsados por mujeres ecuatorianas. *CIENCIAMATRIA Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología*, 5(9), 286-301.
<https://doi.org/10.35381/cm.v5i9.148>
- Garavito, Y., Calderón, J. A., & Ramírez, W. E. (2021). Emprendimiento en mujeres y jóvenes: Una revisión de la literatura. *Lúmina*, 22(2), 1-25.
<https://doi.org/10.30554/lumina.v22.n2.3869.2021>
- Guzmán, J., Reyes, J., Castillo, D., & Cantos, M. (2020). Factores que inciden en el emprendimiento sostenible de las mujeres ecuatorianas. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 4(37), 97-110.
<https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol4iss37.2020pp97-110>
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana.
- Lobo-Rueda, M., Paba-Medina, M., & Torres-Barreto, M. (2020). Análisis descriptivo de experiencias gamificadas para enseñanza y aprendizaje en educación superior en ingeniería. *Revista Espacios*, 41(16), 21-36.
<https://www.revistaespacios.com/a20v41n16/a20v41n16p21.pdf>
- López, N., & Dondero, P. (2019). Estrategias para aumentar el compromiso organizacional en el área de ventas de una empresa de la industria cosmética y cuidado personal. *INNOVA Research Journal*, 4(3.1), 184-192.
<https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.1.2019.1087>
- Muñoz, E., & Solís, B. (2021). Enfoque Cualitativo y Cuantitativo de la Evaluación Formativa. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 6(3), 1-16.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5512591>

- Paredes, S., Castillo, M., & Saavedra, M. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, *10*(23), 158-167.
<http://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8>
- Paz, Y. (2023). Una aproximación al tema de emprendimiento de mujeres jóvenes en México. *Revista Espiga*, *22*(45), 78-95. <https://doi.org/10.22458/re.v22i45.4645>
- Ramos, C. (2021). Editorial: Diseños de investigación experimental. *CienciAmérica*, *10*(1), 1-7. <https://doi.org/10.33210/ca.v10i1.356>
- Roman, C., & Ormaza, J. (2022). Estudio de viabilidad comercial, técnica y económica en la línea de cosméticos, Ecuador. *Visionario Digital*, *6*(4), 29-51.
<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v6i4.2292>
- Ruilova, P., Sempertegui, C., & Guerrero, M. (2021). Calidad del servicio de las empresas asociadas a la industria cosmética en el Ecuador. *Sociedad & Tecnología*, *4*(3), 299-311. <https://doi.org/10.51247/st.v4i3.138>
- Sánchez, F. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, *13*(1), 101-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Trujillo, G., & Palacio, M. (2022). Percepción de la estrategia de humanización en productos dermocosméticos y su influencia en la decisión de compra, en mujeres de la ciudad de Medellín. *Revista CIES Escolme*, *13*(1), 163-178.
<http://revista.escolme.edu.co/index.php/cies/article/view/393/475>
- Valencia, A., Rodríguez, P., Cárdenas, J., & Gómez, S. (2022). Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, *12*(23), 5-24. <https://doi.org/10.17163/ret.n23.2022.01>
- Vargas, M., & Uttermann, R. (2020). Emprendimiento: Factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*, *25*(90), 709-720.
<https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/29063559024.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Encuesta

1. ¿Cuál es su edad?

[18-25)

[26-35)

[36-45)

[46-55)

[56-65)

2. ¿Cuál es su nivel educativo?

Primaria

Secundaria

Técnico

Universitario

Postgrado

3. ¿Cuál es su estado civil?

Soltera

Casada/Unión libre

Divorciada

Viuda

4. ¿Cuál es su ingreso mensual familiar?

Menos de USD 499

USD 500-999

USD 1000-1499

USD 1500-1999

Más de USD 2000

5. ¿En qué medida considera que la falta de oportunidades de empleo tradicional influyó en su decisión de involucrarse en un negocio multinivel en el sector de la cosmética?

1 (Nada influyente)

2 (Poco influyente)

3 (Moderadamente influyente)

4 (Muy influyente)

5 (Extremadamente influyente)

6. ¿Cuánto influyó la búsqueda de ingresos adicionales en su elección de unirse a una empresa multinivel en el campo de la cosmética?

1 (Nada influyente)

2 (Poco influyente)

3 (Moderadamente influyente)

4 (Muy influyente)

5 (Extremadamente influyente)

7. ¿Hasta qué punto considera que la flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel fue un factor determinante en su decisión?

1 (Nada influyente)

2 (Poco influyente)

3 (Moderadamente influyente)

4 (Muy influyente)

5 (Extremadamente influyente)

8. ¿Qué tan importante fue el interés en los productos o servicios ofrecidos por la empresa multinivel al tomar la decisión de unirse?

1 (Nada importante)

2 (Poco importante)

3 (Moderadamente importante)

4 (Muy importante)

5 (Extremadamente importante)

9. En una escala del 1 al 5, ¿cuánto peso le dio a la recomendación de un conocido o familiar para unirse a esta empresa multinivel?

1 (Ningún peso)

2 (Poco peso)

3 (Moderado peso)

4 (Gran peso)

5 (Máximo peso)

10. ¿Cuán sostenible considera que es el modelo de negocio multinivel en el sector de la cosmética a largo plazo?

1 (No sostenible en absoluto)

2 (Poco sostenible)

3 (Moderadamente sostenible)

4 (Bastante sostenible)

5 (Muy sostenible)

11. ¿En qué medida percibe como desafiante mantener un negocio multinivel en el sector de la cosmética?

1 (No es desafiante en absoluto)

2 (Poco desafiante)

3 (Moderadamente desafiante)

4 (Bastante desafiante)

5 (Muy desafiante)

12. ¿Qué tan optimista se siente sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel en el sector de la cosmética?

1 (Nada optimista)

2 (Poco optimista)

3 (Moderadamente optimista)

4 (Bastante optimista)

5 (Muy optimista)

13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con su decisión de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel en el sector de la cosmética?

5 (Muy satisfecho)

4 (Satisfecho)

3 (Ni satisfecho, ni insatisfecho)

2 (Insatisfecho)

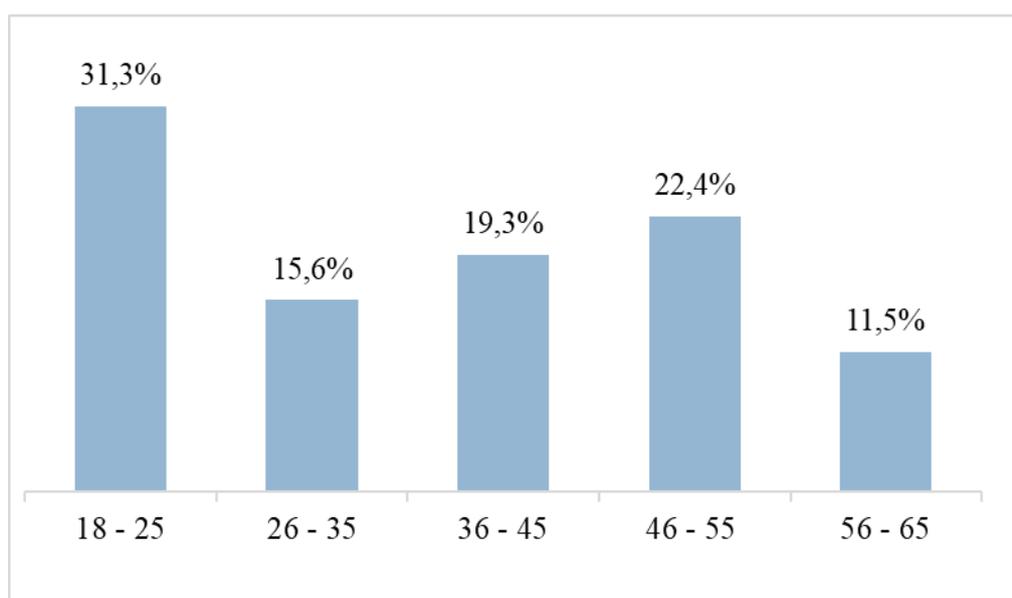
1 (Muy insatisfecho)

Apéndice B. Resultados de la encuesta

1. ¿Cuál es su edad?

Edad

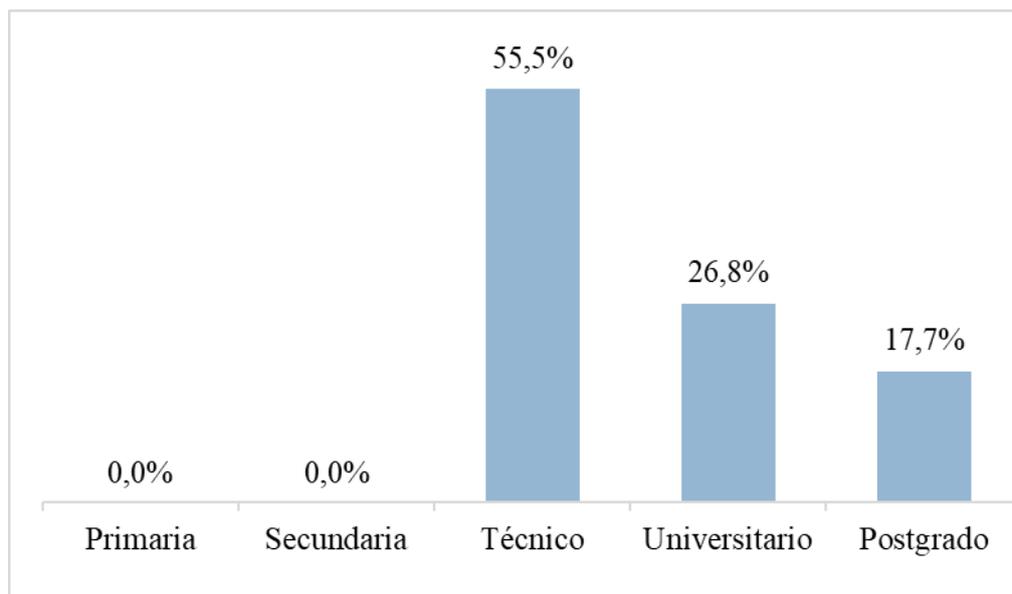
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
18 - 25	120	31,3%
26 - 35	60	15,6%
36 - 45	74	19,3%
46 - 55	86	22,4%
56 - 65	44	11,5%
Total	384	100,0%



2. ¿Cuál es su nivel educativo?

Nivel educativo

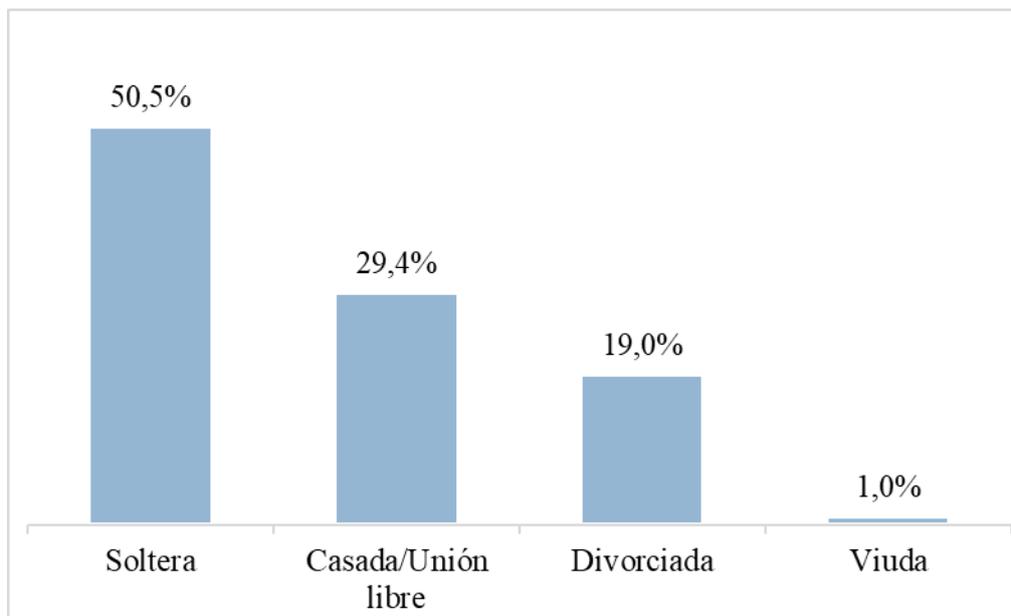
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0,0%
Secundaria	0	0,0%
Técnico	213	55,5%
Universitario	103	26,8%
Postgrado	68	17,7%
Total	384	100,0%



3. ¿Cuál es su estado civil?

Estado civil

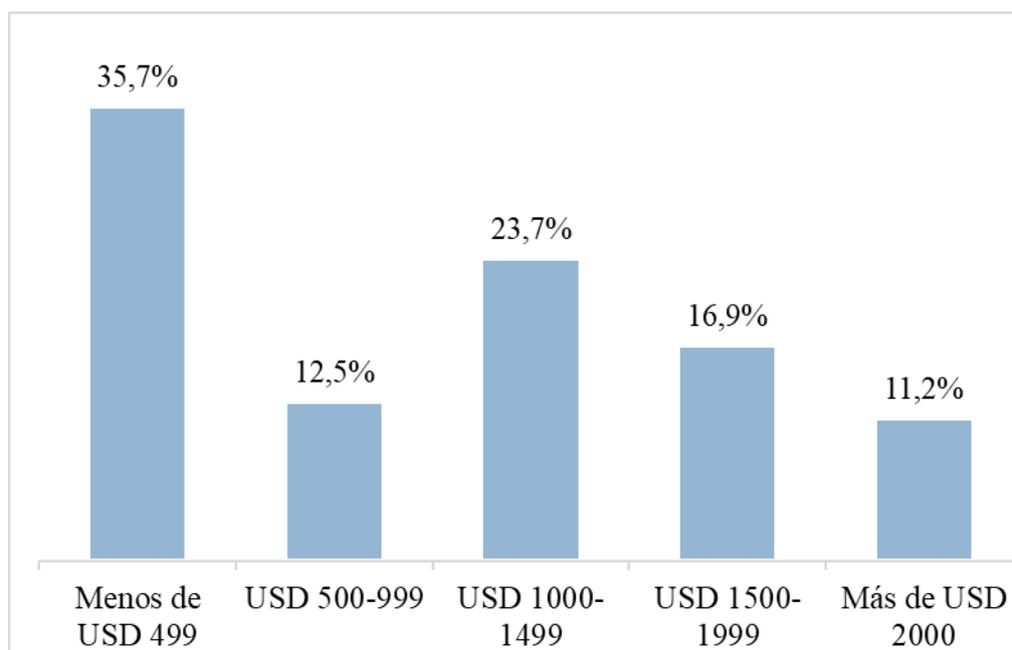
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Soltera	194	50,5%
Casada/Unión libre	113	29,4%
Divorciada	73	19,0%
Viuda	4	1,0%
Total	384	100,0%



4. ¿Cuál es su ingreso mensual familiar?

Ingreso mensual familiar

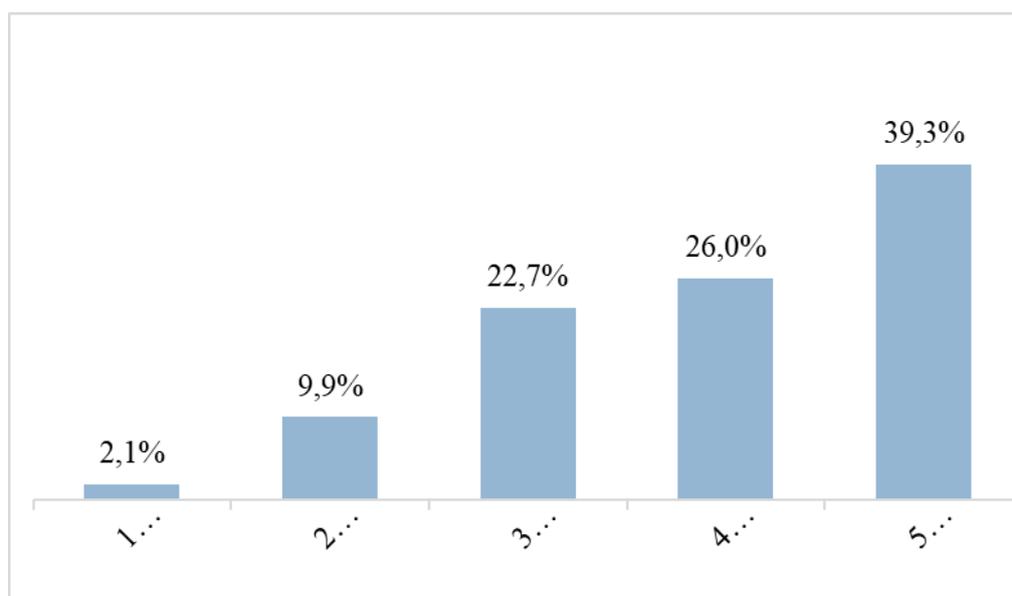
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de USD 499	137	35,7%
USD 500-999	48	12,5%
USD 1000-1499	91	23,7%
USD 1500-1999	65	16,9%
Más de USD 2000	43	11,2%
Total	384	100,0%



5. ¿En qué medida considera que la falta de oportunidades de empleo tradicional influyó en su decisión de involucrarse en un negocio multinivel en el sector de la cosmética?

Decisión de involucrarse por falta de oportunidades

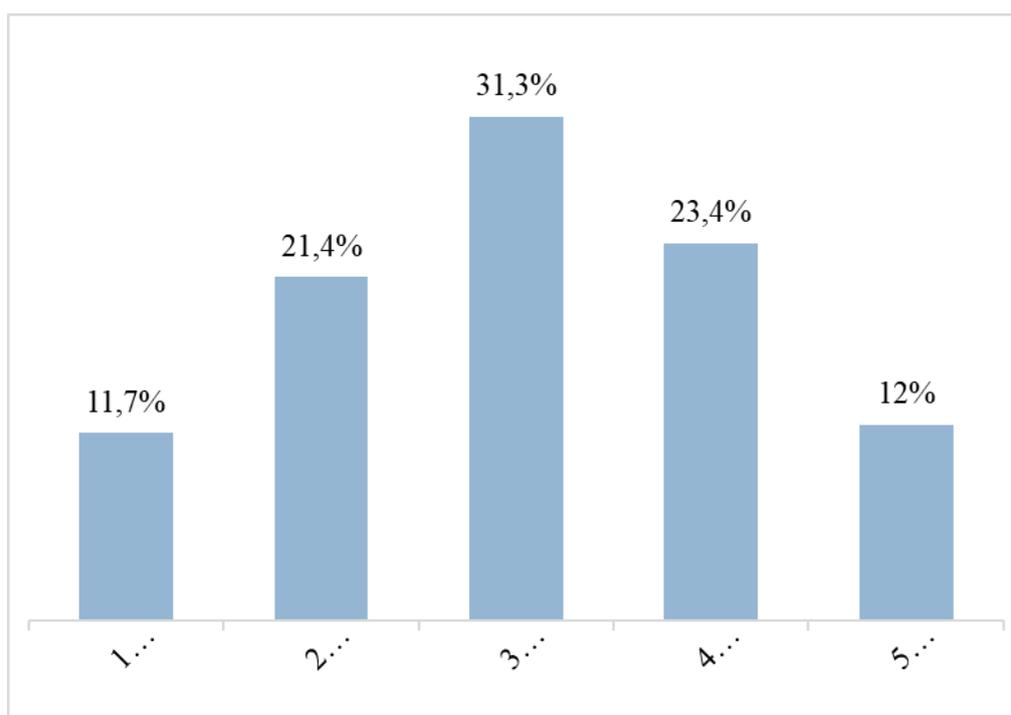
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (Nada influyente)	8	2,1%
2 (Poco influyente)	38	9,9%
3 (Moderadamente influyente)	87	22,7%
4 (Muy influyente)	100	26,0%
5 (Extremadamente influyente)	151	39,3%
Total	384	100,0%



6. ¿Cuánto influyó la búsqueda de ingresos adicionales en su elección de unirse a una empresa multinivel en el campo de la cosmética?

Influencia de la búsqueda de ingreso al unirse a una empresa multinivel

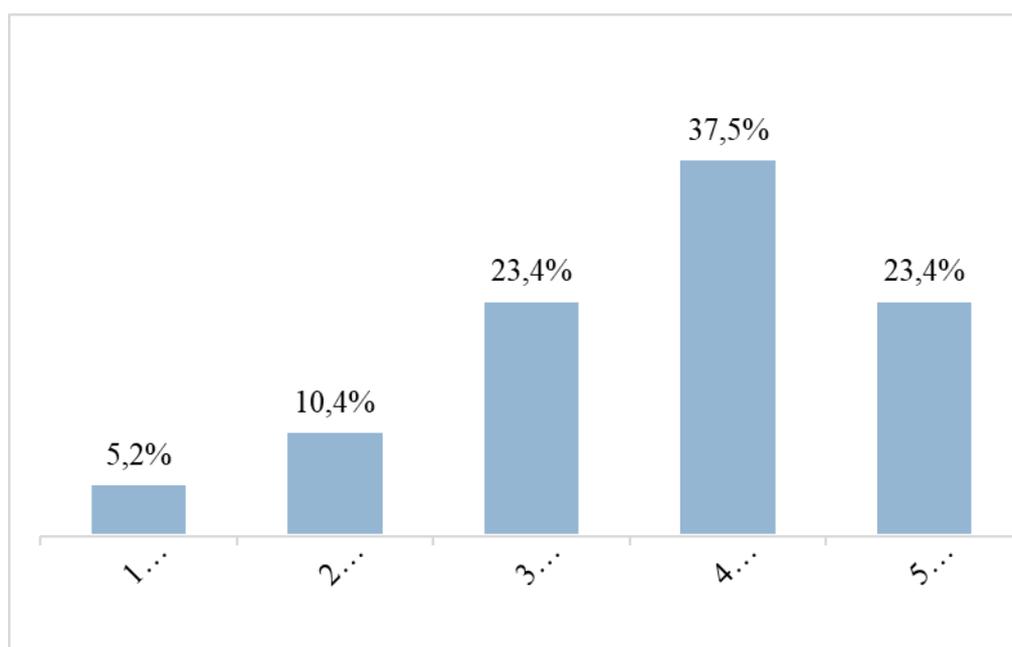
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (Nada influyente)	45	11,7%
2 (Poco influyente)	82	21,4%
3 (Moderadamente influyente)	120	31,3%
4 (Muy influyente)	90	23,4%
5 (Extremadamente influyente)	47	12%
Total	384	100,0%



7. ¿Hasta qué punto considera que la flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel fue un factor determinante en su decisión?

Flexibilidad horaria ofrecida por el negocio multinivel

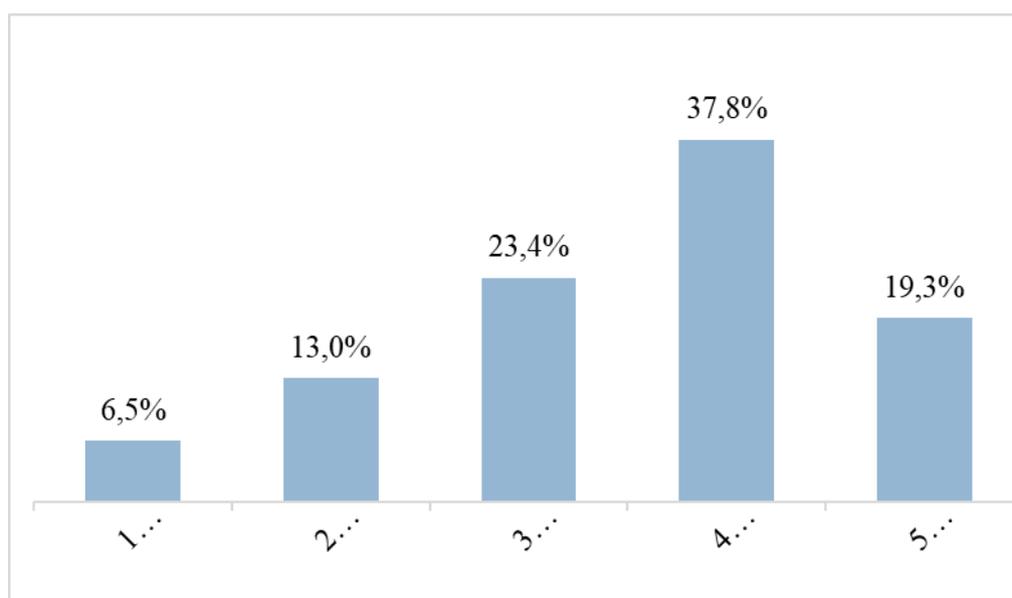
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (Nada influyente)	20	5,2%
2 (Poco influyente)	40	10,4%
3 (Moderadamente influyente)	90	23,4%
4 (Muy influyente)	144	37,5%
5 (Extremadamente influyente)	90	23,4%
Total	384	100,0%



8. ¿Qué tan importante fue el interés en los productos o servicios ofrecidos por la empresa multinivel al tomar la decisión de unirse?

Importancia del interés en los productos o servicios ofrecidos

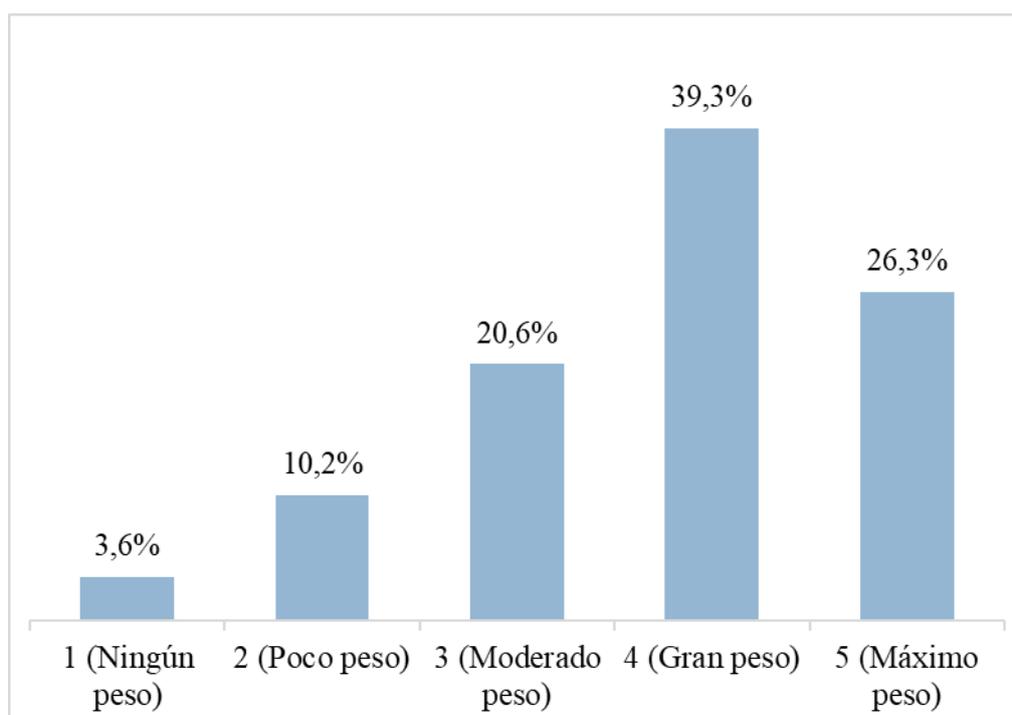
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (Nada influyente)	25	6,5%
2 (Poco influyente)	50	13,0%
3 (Moderadamente influyente)	90	23,4%
4 (Muy influyente)	145	37,8%
5 (Extremadamente influyente)	74	19,3%
Total	384	100,0%



9. En una escala del 1 al 5, ¿cuánto peso le dio a la recomendación de un conocido o familiar para unirse a esta empresa multinivel?

Influencia de un conocido o familiar para unirse a esta empresa multinivel

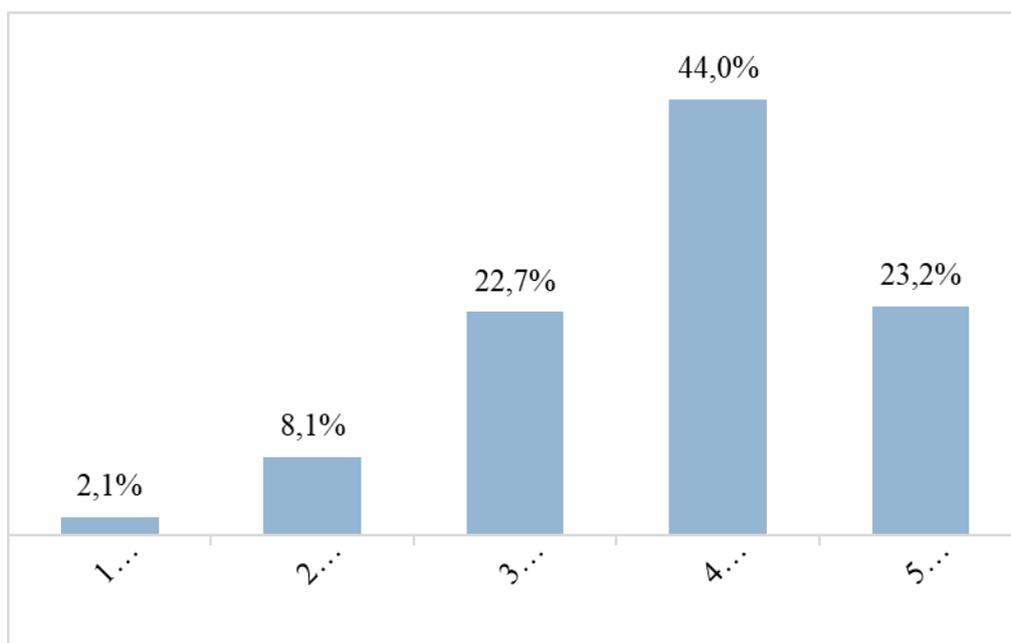
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (Ningún peso)	14	3,6%
2 (Poco peso)	39	10,2%
3 (Moderado peso)	79	20,6%
4 (Gran peso)	151	39,3%
5 (Máximo peso)	101	26,3%
Total	384	100,0%



10. ¿Cuán sostenible considera que es el modelo de negocio multinivel en el sector de la cosmética a largo plazo?

Sostenibilidad del modelo de negocio multinivel en el sector de la cosmética

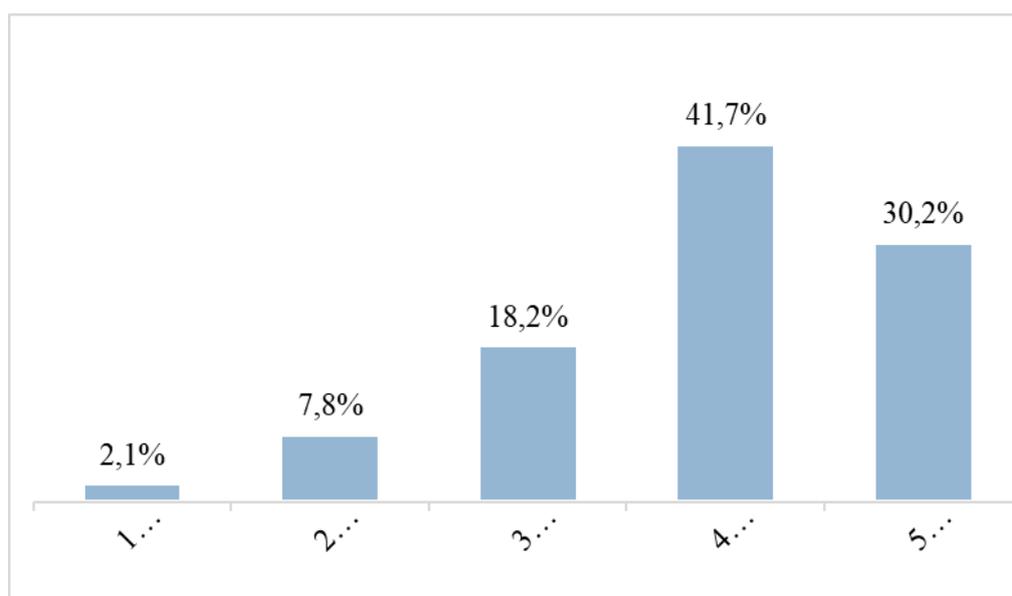
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (No sostenible en absoluto)	8	2,1%
2 (Poco sostenible)	31	8,1%
3 (Moderadamente sostenible)	87	22,7%
4 (Bastante sostenible)	169	44,0%
5 (Muy sostenible)	89	23,2%
Total	384	100,0%



11. ¿En qué medida percibe como desafiante mantener un negocio multinivel en el sector de la cosmética?

Nivel de desafío en mantener un negocio multinivel

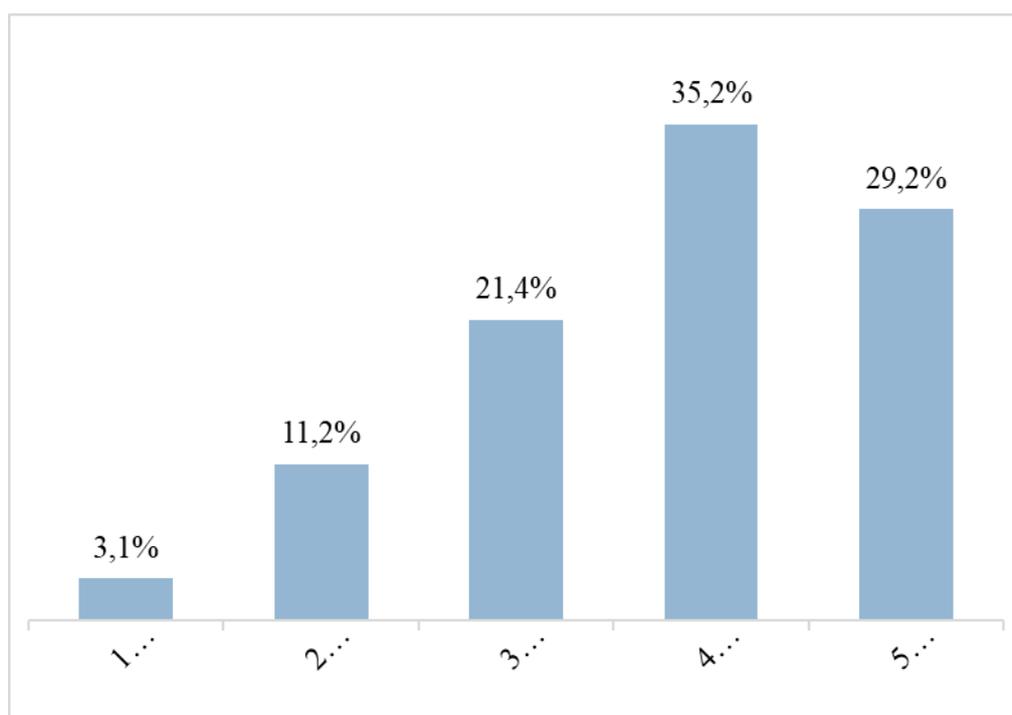
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (No es desafiante en absoluto)	8	2,1%
2 (Poco desafiante)	30	7,8%
3 (Moderadamente desafiante)	70	18,2%
4 (Bastante desafiante)	160	41,7%
5 (Muy desafiante)	116	30,2%
Total	384	100,0%



12. ¿Qué tan optimista se siente sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel en el sector de la cosmética?

Optimismo sobre la sostenibilidad a largo plazo de su negocio multinivel

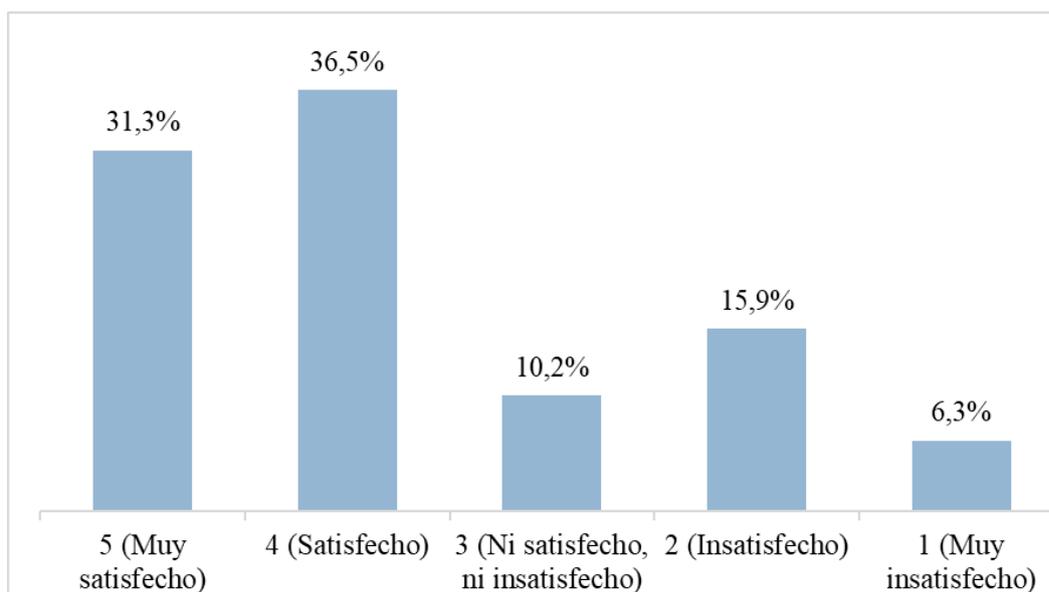
Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (Nada optimista)	12	3,1%
2 (Poco optimista)	43	11,2%
3 (Moderadamente optimista)	82	21,4%
4 (Bastante optimista)	135	35,2%
5 (Muy optimista)	112	29,2%
Total	384	100,0%



13. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con su decisión de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel en el sector de la cosmética?

Satisfacción de buscar alternativas de negocios en empresas multinivel

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 (Muy satisfecho)	120	31,3%
2 (Satisfecho)	140	36,5%
3 (Ni satisfecho, ni insatisfecho)	39	10,2%
4 (Insatisfecho)	61	15,9%
5 (Muy insatisfecho)	24	6,3%
Total	384	100,0%





Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Jorge Enrique Ubilla Carpio**, con C.C: # 0922373170 autor del trabajo de titulación: *Factores que influyen en decisión de las mujeres de iniciar un negocio multinivel en la industria cosmética de Guayaquil* previo a la obtención del grado de **MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 09 de mayo de 2024

f.

Nombre: Jorge Enrique Ubilla Carpio

C.C: 0922373170



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Factores que influyen en decisión de las mujeres de iniciar un negocio multinivel en la industria cosmética de Guayaquil		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ubilla Carpio Jorge Enrique		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Castro Peñarreta Ángel Aurelio		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Sistema de Posgrado		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Maestría en Administración de Empresas		
GRADO OBTENIDO:	Magíster en Administración de Empresas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	09-05-2024	No. DE PÁGINAS:	14
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración, industria, negocios.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Estudio de Mercado, Toma de Decisiones, Emprendimiento, Satisfacción del Cliente		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	La presente investigación sobre los factores que influyen en la decisión de las mujeres de Guayaquil para iniciar un negocio multinivel en la industria cosmética es crucial porque revela cómo responden las mujeres a las oportunidades empresariales. Además, se destaca la importancia de comprender en profundidad los motivadores, desafíos y aspiraciones detrás del emprendimiento femenino, lo que proporciona información valiosa para impulsar el empoderamiento económico de las mujeres y a futuro, optimizar las estrategias empresariales en este sector.		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES: Jorge Enrique Ubilla Carpio	Teléfono: +593 99 446 7296	E-mail: Jorge.ubilla02@cu.ucsg.edu.ec / jsj261103@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: María del Carmen Lapo Maza		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: maria.lapo@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			