



UNIVERSIDAD LATINA DE COSTA RICA

SEDE GUÁPILES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ANTE PROYECTO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“ANÁLISIS DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MERCADOS FINANCIEROS  
INTERNACIONALES EN COSTA RICA POR MEDIO DE MARKETING DE  
SUSCRIPCIÓN EN EL DISTRITO DE GUÁPILES DURANTE EL PRIMER  
SEMESTRE DEL AÑO 2020”

YENCI GRANADOS MEJÍAS

2020

## **Agradecimiento**

A Dios es el agradecimiento más grande que puedo tener, por darme la capacidad de ir logrando paso a paso cada escalón para llegar aquí, con algunas pausas y dificultades sin embargo el final es siempre la recompensa al sacrificio, agradecer a cada una de las personas que siempre han confiado en mí, me han apoyado y de una u otra manera hacen posible el que yo esté terminando este proceso. A cada uno de los profesores que pasaron por este proceso, a la universidad por ir abriendo camino y a mi familia que han sido mi apoyo incondicional para mi inspiración en seguir adelante.

## **Dedicatoria**

Mi proceso y mi finalización de Tesis se la dedico a mis padres con todo mi amor, quién son la base para yo salir adelante y lograr cada meta que me proponga, ellos que con sacrificios han ido haciendo de mi un mejor ser, lleno de sueños y anhelos, que de la mano de ellos y de Dios he ido concluyendo con satisfacción y felicidad

Mis hermanos que han sido mi bastón con sus palabras de aliento me instan a ser perseverantes y no caer, con su apoyo en todos los ámbitos son instrumentos para ser mejor.

## Contenido

Agradecimiento .....	II
Dedicatoria.....	III
Introducción.....	1
Justificación .....	3
Capítulo 1 .....	5
Aspectos generales .....	5
1.1    Antecedentes .....	6
1.1.1    Antes.....	6
1.1.2    Situación actual. ....	8
1.2    Justificación .....	9
1.3    Formulación del problema .....	10
1.4    Objetivos .....	10
1.4.1    Objetivo general. ....	10
1.4.2    Objetivos específicos.....	11
1.5    Alcances, delimitaciones y limitaciones. ....	11
1.5.1    Alcances. ....	11
1.5.2    Delimitaciones.....	12
1.5.3    Limitaciones. ....	12

Capítulo 2 .....	13
Marco Teórico .....	13
2.1 Marco contextual .....	14
2.1.1 Historia del Cantón Pococí.....	14
2.1.2 Historia del distrito Guápiles.....	17
2.2 Marco conceptual.....	19
2.2.1 Administración.....	19
2.2.2 Funciones de la Administración.....	19
2.2.3 Administración Financiera .....	20
2.2.6 Administración Científica .....	21
2.2.7 Eficiencia.....	22
2.2.8 Eficacia.....	22
2.2.9 Efectividad .....	22
2.2.10 Estrategia.....	22
2.2.11 Administración de la calidad Total .....	23
2.2.12 Administración de las relaciones.....	23
2.2.13 Cultura organizacional .....	23
2.2.4 Globalización. ....	25
2.2.5 Redes Sociales.....	27
2.2.14 Mercados financieros. ....	27

2.2.15 Trading.....	28
2.2.16 Ventajas y desventajas de los mercados financieros.....	29
2.2.17 Cálculos de ganancias o pérdidas.....	31
2.2.18 Emprender.....	32
2.2.19 Redes de mercadeo.....	33
2.2.20 Marketing.....	36
2.2.21 Estrategias y aplicación de Marketing.....	38
2.2.22 El Marketing es social y administrativo.....	41
2.2.23 Democracia.....	41
2.2.24 Democratización.....	42
2.2.25 Democratización de las finanzas.....	42
2.2.26 Argumentos de los efectos de la democratización.....	42
2.2.27 Efectos de la democratización.....	43
Capítulo 3.....	45
3.1 Enfoque de la investigación.....	46
3.2 Tipo de investigación.....	46
3.3 Fuentes y sujetos.....	48
3.3.1 fuentes.....	48
3.3.1.1 Fuentes primarias.....	48
3.3.1.2 Fuentes secundarias.....	49

3.3.2 Sujetos.....	50
3.3.2.1 Población universo. ....	50
3.3.2.2 Población muestra. ....	50
3.4 Descripción del instrumento .....	51
3.5 Variables o Categorías .....	53
Capítulo 4 .....	55
Análisis de resultados .....	55
4.1 Análisis de Encuesta .....	56
4.2 Análisis de entrevistas.....	79
4.2.1 Factores que influyen y enlazan los mercados financieros y el marketing por suscripción.....	88
Capítulo 5 .....	93
Conclusiones y recomendaciones.....	93
5.1 Conclusiones .....	94
5.2 Recomendaciones .....	99
Bibliografía.....	101
Apéndices .....	105

## Contenido de Tablas

Tabla 1 .....	15
Tabla 2 .....	17
Tabla 3 .....	53

## Contenido de Figuras

Figura 1 .....	16
Figura 2 .....	56
Figura 3 .....	58
Figura 4 .....	59
Figura 5 .....	61
Figura 6 .....	62
Figura 7 .....	64
Figura 8 .....	66
Figura 9 .....	69
Figura 10 .....	70
Figura 11 .....	71
Figura 12 .....	74
Figura 13 .....	76
Figura 14 .....	78



## **Introducción**

La presente investigación, está basada en los Mercados Financieros y el Marketing por Suscripción, empresas encargadas de comercializar este tipo de negocio y el auge que ha tenido en los últimos años en el mundo.

La necesidad de que las personas emprendan en épocas de crisis ha sido un referente importante para que estas compañías, salgan a relucir y ofrecer un negocio del cual lo puede llevar a tener una estabilidad o de caso contrario un fracaso.

Por lo tanto, estos dos términos no están ligados entre sí, aunque son negocios distintos, y esto, es lo que se quiere indagar, por qué en la actualidad se ha llegado a pensar que es lo mismo y las personas creen que sí.

Se conocerán elementos básicos del Forex y el mercadeo, en donde se verán las distintas empresas y además el cómo poder trabajarlas e iniciar un camino que puede lograr ser un ingreso en las familias de Guápiles, Pococí.

Para ir haciéndole frente a la vida es indispensable estabilidad económica para llegar a una estabilidad emocional y administrativa en la vida cotidiana de los seres humanos, por lo cual esta investigación mostrará nuevas formas y aplicaciones legalmente accesibles para todo ser humano, siempre y cuando la buena administración sea la base para cualquier emprendimiento y negocio.

La vida en sí es una administración diaria en la cual se debe de ir creciendo y ganando experiencia, estar dispuestos a oportunidades nuevas y a aprender de los fracasos, en esta investigación se puede ver reflejado dos opciones de trabajo que una persona puede desarrollar, teniendo en cuenta factores externos e internos para así llegar al éxito.

En Costa Rica la democracia existe, sin embargo, quedará reflejado que la democratización en los mercados financieros es de forma global, por lo cual es importante conocer un poco más de esto y así ir aclarando dudas del tema y llegar a tener una visión más clara de este tema, unido a la actualidad a las redes de mercadeo.

## **Justificación**

La industria de las redes de mercadeo y los mercados financieros se encuentra en una etapa de auge, en que ha venido creciendo en los últimos años como una manera de generar dinero, un negocio y emprendimiento de una persona.

Para pensar en un negocio local y clásico se piensa en una inversión de local, activos, personal y mercadería, en estos tiempos cuesta mucho que aquellos que desean emprender tengan tanto capital para hacerlo ya que día tras día el mundo está más difícil y pensar en oportunidades laborales como colaborador es un camino aún más amplio por la cantidad de profesionales y personas que están desempleadas.

En el diario vivir es indispensable la administración, aquí se refleja estabilidad de cada familia y cada ser humano, si en las casas se tiene una buena administración económica existiría aún más la libertad financiera y por ende, emocional.

Es muchísimo más indispensable tener una clara administración en el momento de invertir en un emprendimiento, el tener idea de cómo manejar, negociar y adquirir más conocimientos en la práctica hace parte importante que una empresa crezca y se desarrolle exitosamente.

Los mercados financieros y las redes de mercadeo son emprendimientos, negocios, que no necesitan una inversión extremadamente alta y tampoco activos o colaboradores de planilla, estas empresas actuales son para que una persona logre estabilizarse con poca inversión, sin embargo, para que este emprendimiento sea rentable es de importancia el

administrar bien el dinero y las acciones que deben de ir haciendo día tras día para lograr recuperar la inversión y además generar un salario.

Las nuevas formas de trabajar, que da la tecnología, es importante para todos, ya que el mundo va cambiando y se debe de ir haciendo ese cambio en las nuevas generaciones, sin pensar que siempre se hará lo mismo.

Es importante esta investigación ya que no todo lo que se dice es cierto y es indispensable recalcar diferencias entre estos términos y negocios, oportunidades para muchos y una puerta para llegar al éxito en algunos casos.

Se reflejará que este proceso tiene varias áreas y asimismo, distintas opiniones de personas que trabajan en este nicho de mercado.

## **Capítulo 1**

### **Aspectos generales**

## **1.1 Antecedentes**

### **1.1.1 Antes.**

Para el inicio de este proyecto se realizó un análisis de las investigaciones, trabajos, documentos, proyectos que aporten valor al tema de los Mercados Financieros y Redes de Mercadeo en donde interfieren temas económicos, sociales, relaciones con el pasado y lo que se puede presentar en el presente teniendo importancia de relevancia para cada apartado de este documento.

Se va a ir tomando distintos escritos teniendo en cuenta que no todo es específico del tema en sí, pero lleva una relación en la que, más adelante puede dar un mejor conocimiento ampliado para un mejor análisis, y conclusiones finales, así para poder lograr acercarnos más a la realidad de los objetivos que se desean desarrollar.

Al ir avanzando los años se van abriendo puertos para el desarrollo de los emprendedores ya que estos aumentan, como lo cita el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC).

Iniciar un trabajo desde la casa es emprendimiento, aunque los mercados financieros no incluyen en esa área específicamente y las redes de mercadeo sí, ya que es una venta, pero dependiendo del producto o servicio es bien visto o es llamado un trabajo porque se hace una inversión para comprar y vender productos y no le toman importancia a la inversión de “afiliación” siendo esto una red de mercadeo.

Esto reafirma que las actividades de emprendimiento toman más fuerza, esto por distintos factores que se analizarán más adelante.

Según la RAE, mercadeo es “Conjunto de principios y prácticas que buscan el aumento del comercio, especialmente de la demanda”.

Por lo que van de la mano al emprender y generar dinero para una opción de la activación de la economía actual.

Worre en su libro GO cita,

“La mejor manera que conozco no solo para sobrevivir, sino para sobresalir en la Nueva Economía, es el Mercadeo en Red. Hay productos y servicios importantes hoy en día, en todo el mundo, que necesitan ser promocionados a las personas que los necesitan. Los consumidores todavía necesitan ser educados”.

Esto demuestra que las distintas situaciones hacen que se debe de investigar aún más y ver la realidad de las distintas áreas de la economía y el cómo salir adelante.

Aunque el tema y la palabra es común escucharla durante el diario vivir, se cree que las finanzas son específicas de los entes conocidos, como bancos, cooperativas entre otros, y no se toma en cuenta el intercambio económico fuera de estos por lo que estos temas específicos falta aún más desarrollarlo, ya que estrictamente se encuentran pocas tesis marcadas con este tema, por lo que se hará el análisis e investigación correspondiente para marcar aún más los antecedentes y presentes de este tema.

### **1.1.2 Situación actual.**

El tema del empleo y desempleo en el país y a nivel internacional es punto de crítica, opiniones y análisis reales, de cómo están las personas, su economía y estabilidad.

Según el INEC para el IV trimestre del 2019 el desempleo en Costa Rica aumentó a un 11,4%, esto indica que la población debe de buscar el cómo generar dinero por la difícil situación que genera el no tener ingresos.

El llegar a tener un trabajo informal para obtener ingresos para su subsistencia es una posibilidad que va aumentando entre las personas desempleadas y también en aquellas que tienen un trabajo, pero la remuneración obtenida no es suficiente por lo que un “plan b” es parte de su solución.

El “emprender” según la RAE cita, “acometer y comenzar una obra, un negocio un empeño, especialmente si encierran dificultad”, por lo que hacer algo nuevo, utilizar las habilidades e ideas que se tiene para generar dinero es el paso que se debe dar para así surgir.

De ahí nacen empresas importantes y exitosas, de las habilidades y de las ideas que se lucha y trabaja fuertemente para hacerlas realidad y así dar ingresos a su casa, familia o una persona joven que quiere desempeñarse como trabajadora independiente, sueña y lo pone en marcha.

Además, las habilidades en el área de la economía es también importante recalcarla ya que muchas veces se pasa por alto, también en la habilidad de vender algo y no solo realizar y crear el producto final.



Existe una desinformación por parte de las personas y no creen en este tipo de emprender, aunque también como todo negocio y emprendimiento tiene riesgos y beneficios.

## **1.2 Justificación**

El estado costarricense ha deseado desarrollar nuevos programas y proyectos para mitigar el alto grado de desempleo que se ha ido generando en los últimos años, no obstante, existe personal calificado y semi calificado que día tras día luchan y salen para obtener un empleo o algún ingreso de subsistencia.

Además, en los índices también se incluyen aquellos que no tienen un grado de escolaridad alta que por motivos sociales y económicos deben de abandonar las aulas para integrarse a las labores o en otras circunstancias aquellos que por razones de riesgo social no avanzan en su estudio y al final del camino deciden abandonar.

El Plan Nacional de Desarrollo 2015-2018 (PND) impulsa de manera integral el desarrollo del ser humano a través del crecimiento económico y empleos sostenibles a fin de disminuir brechas de pobreza y un mejoramiento en las condiciones de las poblaciones vulnerables, por lo que desde administración es importante identificar aspectos que se puedan mejorar y que de alguna manera guiar a aquellos que desean mejorar su calidad de vida llevando a la realidad una idea o explotando sus capacidades y habilidades desarrolladas en su etapa.

El auge que se ha estado dando en las redes de mercadeo y los mercados financieros ha sido detonante ya que es un escape del desempleo y así generar dinero para la subsistencia,

es un tema un poco confuso por lo que este estudio ayudará a esclarecer un poco el panorama y la realidad de esta área financiera en el mercado.

### **1.3 Formulación del problema**

En el transcurso de los años se ve reflejado de diversas maneras que existen factores internos y externos que perjudican en el auge de los emprendedores o que colaboran con la proyección, teniendo en cuenta que día tras día va cambiando los procesos y además se debe con ellos ir cambiando la mentalidad por lo que es importante indagar en este tema y problema de investigación para así dar solución a esta interrogante.

¿Cuál es la democratización de los mercados financieros internacionales en Costa Rica por medio de marketing de suscripción en el distrito de Guápiles en el primer semestre del año 2020?

### **1.4 Objetivos**

#### **1.4.1 Objetivo general.**

Analizar la democratización de los mercados financieros internacionales en Costa Rica por medio de marketing de suscripción en el distrito de Guápiles en el primer semestre del año 2020.

## **1.4.2 Objetivos específicos.**

1. Identificar el proceso de la democratización de los mercados financieros en Costa Rica.
2. Distinguir la diferencia entre mercados financieros y marketing por suscripción.
3. Identificar los factores que influyen y enlazan los mercados financieros y el marketing por suscripción en el distrito de Guápiles.
4. Argumentar los efectos de la democratización de los mercados financieros en el distrito de Guápiles.

## **1.5 Alcances, delimitaciones y limitaciones.**

### **1.5.1 Alcances.**

Los resultados de esta investigación son única y exclusivamente para el uso del análisis y sus factores para los emprendedores del distrito de Guápiles en el área de los mercados financieros, marketing y traders, para que así tengan una visualización y una guía de la realidad con la que se enfrentan en el “mercado” y la visualización que genera, así sea de su trabajo o de aquellos organismos que interfieren en él. Sin embargo, puede ser de referencia para futuras investigaciones teniendo en cuenta los puntos a tomar, referente a los mercados financieros a nivel general.

### **1.5.2 Delimitaciones.**

La investigación se realizará en el distrito de Guápiles a Traders y personas que realicen marketing por suscripción que se encuentren en el distrito en el primer semestre del año 2020.

### **1.5.3 Limitaciones.**

En esta investigación, las limitaciones son específicas, ya que a nivel general tesis sobre Mercados Financieros, prácticamente, no existen, son pocas y la mayoría son extranjeras de lugares específicos.

## **Capítulo 2**

### **Marco Teórico**

## **2.1 Marco contextual**

### **2.1.1 Historia del Cantón Pococí.**

El cantón de Pococí es el número 2 de la provincia de Limón y el segundo más importante de la provincia. Establecida la provincia el 25 de julio de 1892 bajo la ley 44 y el cantón creado el 19 de setiembre de 1911.

El nombre de este cantón significa “Cerro humeante”. El 13 de octubre del 1911 se realizó la primera sesión del Concejo de Pococí, según la página Web de la Municipalidad de Pococí.

El cantón Pococí se encuentra al norte de la provincia de Limón, sector noreste de Costa Rica. Dentro de los aspectos generales, cabe mencionar que el cantón limita con la República de Nicaragua y su costa esta bañada por el mar Caribe.

Pococí está compuesto por siete distritos (Guápiles, Cariari, Barra Colorado, Jiménez, La Rita, Roxana, La Colonia) todos además de representar características biofísicas similares son considerados en su mayoría rurales y con actividades productivas tanto de comercios y servicios similares.

El Instituto Nacional de Estadística y Censo, (2011) cita, “el territorio posee una extensión aproximada de 2409 km<sup>2</sup>, y alberga cerca de 125.847 habitantes”.

Además, un estudio de caracterización de cantones de la provincia realizado por el CUN-Limón (2017, p.106) aproximadamente, tiene 145.000 habitantes este cantón y hacen una división de distritos de la siguiente manera.

*Tabla 1*

*Población cantón Pococí*

Dato Poblacional Cantón de Pococí, 2017

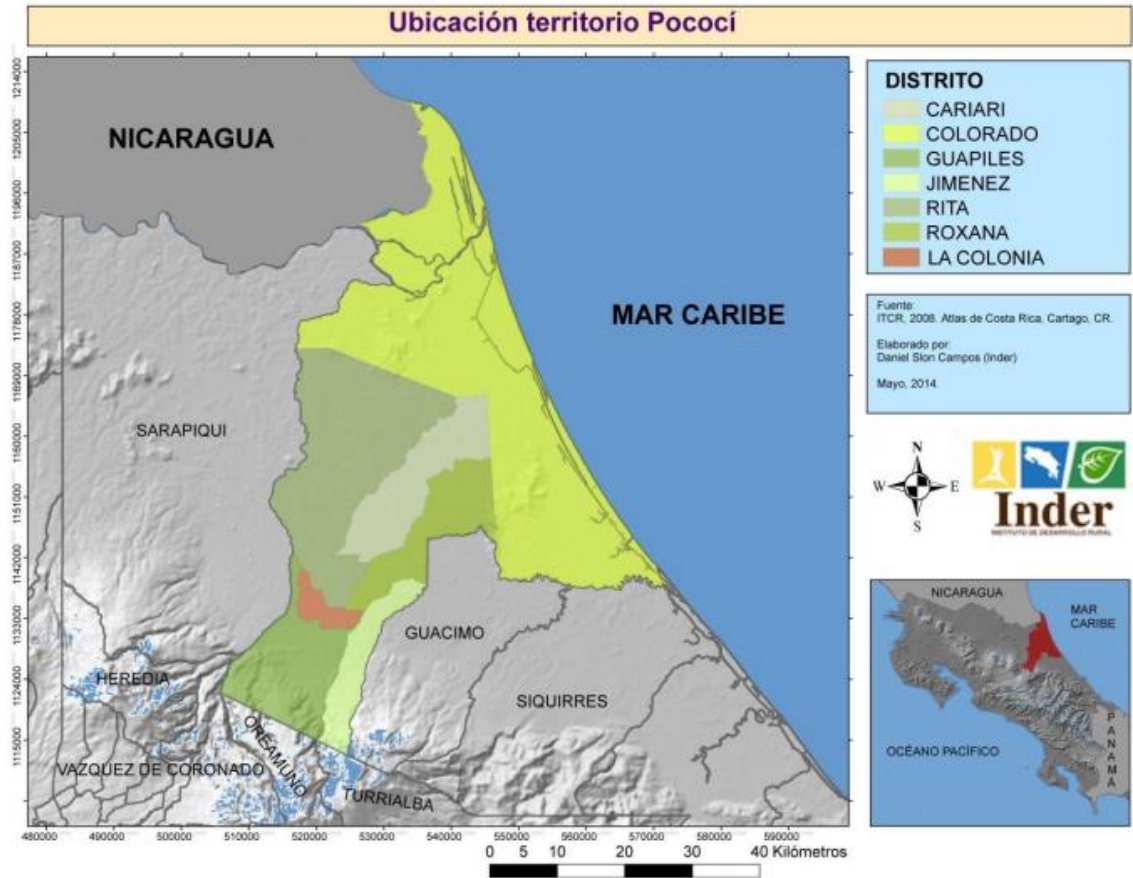
Provincia, Cantón	Total	Hombres	Mujeres
Provincia de Limón	444447	229601	214486
Cantón de Pococí	144339	74936	69403
Guápiles	36366	18990	17376
Jiménez	12170	6297	5873
Rita	27515	14286	13229
Roxana	19131	9896	9235
Cariari	37996	19655	18341
Colorado	4743	2369	2374

Fuente. INDER 2017

El INDER en un informe de caracterización integral básica del cantón (2017, p. 27) muestra una imagen de la división geográfica de los distritos.

Figura 1

Territorio Pococí



Fuente. INDER (2017).



Además, cita la extensión de los distritos que conforman el cantón.

*Tabla 2*

*Distritos del cantón Pococí*

Cantón	Distrito	Extensión KM <sup>2</sup>
	Guápiles	222.62
	Jiménez	109.43
	La Rita	502.39
	Roxana	175.66
	Cariari	200.95
	Colorado	1158.91
	La Colonia	39.10
	Total	2409.06

Fuente. INDER (2014).

### **2.1.2 Historia del distrito Guápiles**

El distrito de Guápiles es el #1 del cantón de Pococí, un aproximado de 37.000 habitantes según el INEC. Es uno de los centros de distrito más grande del país.

Ecured, Guápiles cuenta un poco la historia.

Situado a 64 km al noreste de la capital de San José, su origen del nombre se debe a los dos ríos que corren a los lados de la población que dicen son “guapes” (gemelos), gracias

a la construcción del ferrocarril a inicios del siglo XIX se dio a conocer este pueblo ya que era punto de partida.

En 1911 se le otorgó el título de Villa a la población de Guápiles, cabecera del cantón creado. En 1966 se pasó a la categoría de ciudad.

La principal economía de este distrito son las fincas bananeras y el comercio, en los últimos años se ha ido incrementando evidentemente, además instituciones gubernamentales situadas en el centro del distrito son fuente de trabajo, por otro lado, existe mucho el comercio informal que en los últimos tiempos ha crecido considerablemente.

Por las bellezas y reservas ecológicas es un buen punto para tenerlo en la lista de visitas en turismo, además sirve de puente hacia las playas de Limón y el Cerro Zurquí en la ruta 32, el Parque Nacional Tortuguero es parte del Cantón.

El Inder en un Informe de Caracterización Integral Básica del Territorio Pococí (2014) cita, la economía del Distrito de Guápiles es en Comercio, servicios, agroindustria, palmito, ganadería, ornamentales y turismo.

Pococí es el primer centro de actividad económica de la provincia de Limón. Este mismo informe cita que la población económicamente activa colocada que representa el 93.13% (30.566 según el INEC), el 45% labora en el sector de agricultura y ganadería, el 14% en comercio y reparación (4.261), el restante 41% de las actividades se sitúan en orden de importancia en industria manufacturera (2.903), construcción (1.541), hoteles y restaurantes (1.355), enseñanza (1.348), transporte y comunicación (1.233), inmobiliario y empresarial, administración pública, servicios comunitarios, domésticos, salud y atención social y otros menores.

## **2.2 Marco conceptual.**

El ser humano desde pequeño está educado para proyectar su vida a triunfar, ser independiente y tener libertad financiera, se utiliza mucho la frase “se debe progresar, está progresando, prosperando”, según la RAE progresar significa “acción de ir hacia adelante, avance, perfeccionamiento” también indica que progresar significa “favorable, exitoso”.

Teniendo en cuenta estas definiciones no es lógico que alguien no quiera prosperar o progresar, todos van en proyección a esto en su diario vivir, sea en la familia, estudio, trabajo o aspectos específicos que no se está satisfecho y se desea ser mejor, por lo cual se presentarán una serie de definiciones que ayudarán a conocer más a fondo el tema de estudio.

### **2.2.1 Administración**

Ramírez en el libro, Fundamentos de Administración cita, “administración como la acción de servir a otros, de cuidar los bienes de otro y encargarse de asuntos de otro”.

Administrar es gobernar y dirigir una empresa, organización, comunidad y familia, para lograr propósitos en conjunto, es una ciencia que se apoya en diversos principios.

### **2.2.2 Funciones de la Administración**

Robbins y Coulter en el libro La administración cita, las funciones administrativas.

#### *2.1.2.1 Planeación*

Definir objetivos, establecer estrategias, desarrollar planes para coordinar actividades.

#### *2.1.2.2 Organización*

Determinar qué se tiene que llevar a cabo, cómo debe de realizarse y quién es el responsable de hacerlo.

#### *2.1.2.3 Dirección*

Motivar, orientar y efectuar cualesquiera otras acciones involucradas en el manejo de personal.

#### *2.1.2.4 Control*

Supervisar las actividades para asegurarse de que estas son realizadas de acuerdo con los planes.

Estas cuatro funciones llevan a alcanzar los propósitos establecidos por la organización.

La administración es indispensable y necesaria para proyectar un futuro próspero en una empresa sin importar el tamaño de esta puede ser pequeña o grande, sean organizaciones lucrativas o no lucrativas, sin importar las jerarquías y niveles de la organización, sean inferiores o superiores y además en toda área de la empresa es indispensable la administración, sea en recursos humanos, producción, mercadeo, contabilidad, sistemas, entre otros.

### **2.2.3 Administración Financiera**

Según Robbins y Coulter en el libro La administración cita, que “la administración financiera se refiere a la tarea del gerente financiero de una empresa...administran asuntos financieros de todo tipo en organizaciones privadas o públicas, grandes y pequeñas...”

desarrollan un plan financiero” por lo tanto, esta administración es indispensable para el buen manejo de una empresa u organización.

Existen distintas empresas en tamaño y organización; alguna de ellas son las siguientes:

#### *2.2.3.1 Propiedad Unipersonal*

Es una empresa que solo tiene un dueño, la administra y trabaja solo una persona, cuando la empresa va creciendo debe de contratar colaboradores, pero sigue siendo la cabecilla el único dueño.

#### *2.2.3.2 Sociedad*

Integrada por dos o más personas, son comunes para los negocios con fines de lucro

#### *2.2.3.3 Corporación*

Los dueños son accionistas, cuentan con consejo directivo y administradores, el presidente es el responsable de dirigir las operaciones diarias de la compañía y aplicar políticas establecidas. Compuesto por varias empresas.

#### **2.2.6 Administración Científica**

Esta es el desarrollo de un método científico para definir de la mejor manera en cómo se debe de realizar un trabajo, desarrollando la eficiencia y eficacia de los trabajadores según sus habilidades y conocimientos se podía obtener un mayor rendimiento.

### **2.2.7 Eficiencia**

Según la Rae eficiencia es, “Capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado” este mide la capacidad para lograr un objetivo determinado.

La revista Espacios (2018) cita a Aedo, la eficiencia es “cumplir los objetivos dando un uso adecuado, racional y óptimo de los recursos”.

### **2.2.8 Eficacia**

Para la Rae eficacia es, “Capacidad de lograr el efecto que se desea o espera”, es terminar una tarea.

En la revista Espacios cita a Gutiérrez (2005) que eficacia es, “resultados alcanzados que cumple los objetivos y requisitos”.

### **2.2.9 Efectividad**

Quijano citado por la revista Espacios (2018) dice que efectividad, “es el resultado de la eficacia y la eficiencia, la relación en el resultado con los insumos”.

Por lo que se debe de lograr trabajar con efectividad las distintas estrategias de la empresa para el buen rumbo de esta.

### **2.2.10 Estrategia**

En Fundamentos generales de la administración cita, “las estrategias son aquellas decisiones que establecen el norte de una organización y su adaptabilidad”. Una estrategia

siempre va en proyección a la adaptabilidad y al éxito, no es coherente plasmar y accionar una estrategia si se sabe que los resultados en la empresa serán negativos.

### **2.2.11 Administración de la calidad Total**

La filosofía de esta administración es la mejoría continua de productos y servicios, así como ir respondiendo a las necesidades y expectativas del cliente.

### **2.2.12 Administración de las relaciones.**

La organización para tener bases fuertes es indispensable la comunicación efectiva en las distintas áreas como, clientes, grupos de acción social, competidores, asociaciones e industria, gobierno, proveedores, comunidad, accionistas, sindicato y colaboradores.

No se puede pretender ser bueno solo en un aspecto, sino que para la equidad y la paz dentro de la compañía se debe de ir manejando todas las áreas y canales de comunicación con certeza y precaución ya que una escasa comunicación hace que alguna parte de la administración no funcione bien.

### **2.2.13 Cultura organizacional**

“Son los valores, principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que comparten los miembros de la empresa”, todo influye desde la manera que actúan, hablan y se relacionan entre sí, sin importar jerarquías.

Los colaboradores perciben la cultura organizacional, Robbins y Coulter, en el libro “La administración”, cita siete dimensiones de la cultura organizacional.

#### *2.2.13.1 Atención al cliente*

Capacidad de análisis, atención, detalles y palabras para lograr captar la atención y resultados positivos.

#### *2.2.13.2 Orientación a resultados*

Los gerentes se enfocan en el logro de resultados más que en la manera de alcanzarlos.

#### *2.2.13.3 Orientación a la gente*

Las decisiones administrativas sí toman en cuenta los efectos que tendrán en la gente que conforma la organización, siempre se deben de pensar en consecuencias positivas.

#### *2.2.13.4 Orientación a equipos*

No existe la función individual, siempre debe ser en pro al trabajo en equipo.

#### *2.2.13.5 Agresividad*

No siempre da buenos resultados, ya que no son cooperativos, sino más bien agresivos y competitivos, aunque la competitividad en ocasiones es buena, el exceso no trae buenos resultados en una organización.

#### *2.2.13.6 Estabilidad*

Las decisiones siempre van pensando en las acciones positivas para mantener el estado de las cosas con serenidad.

#### *2.2.13.7 Innovación y toma de riesgo*

Los colaboradores tienen proyección y son alentados a innovar y asumir riesgos nuevos en una visión más amplia.



La administración como base de una vida diaria y empresarial, es indispensable para cualquier negocio, ahora recopilaremos conceptos que llevan a los mercados financieros como empresa y así lograr entenderlos.

#### **2.2.4 Globalización.**

El desarrollar algo es sinónimo de evolucionar, de hacer, querer cambiar algo, de lograr una meta para un bien, por lo que el emprender es querer y tener la visión para evolucionar y desarrollar un proyecto nuevo, hacer un cambio, el desarrollo debe de ser positivo, pero para ponerlo en práctica se debe en primera instancia “desarrollar el proyecto”, esta etapa no implica que sea exitoso.

La democratización está involucrada con el desarrollo del comercio internacional, ya que existe libertad de hacer, escoger y actuar en el día a día. Por lo tanto, va de la mano con la globalización ya que la distribución mundial de la producción de bienes y servicios a nivel global va avanzando y el intercambio e integración económica entre países va dando como consecuencia el volumen y la variedad de comercio internacional.

La declaración universal de los derechos humanos en el artículo #28 cita, “Toda persona tiene derecho a que se establezca un orden social e internacional en el que los derechos y libertades proclamados en esta Declaración se hagan plenamente efectivos”.

Esto implica que la libertad existe, la globalización según la revista digital “Compass”, la describe como “cambios económicos, culturales, sociales y políticos que han dado forma al mundo en los últimos 50 años”.

Sin importar los adjetivos que se le quieran agregar la globalización une, quita barreras, tiene influencia en casi todas las áreas de la vida sea positivo o negativo, lo destacado es la influencia que tiene.

El diario vivir va generando cambios y la globalización va exigiendo ir realizando los cambios en que se van enfrentando las personas. Algunos de ellos son.

#### *2.2.4.1 Cambio tecnológico.*

Esto lleva a generar más trabajo virtual, desafíos con redes sociales en el momento de trabajar y empoderamiento de los colaboradores en las nuevas eras tecnológicas y globalización

#### *2.2.4.2 Énfasis en la ética organizacional y administrativa.*

En donde existe mayor responsabilidad, innovación y globalización.

#### *2.2.4.3 Mayor competitividad.*

En el momento de la innovación, eficiencia, productividad y globalización.

#### *2.2.4.4 Nuevas amenazas a la seguridad.*

Puede generar incertidumbre al futuro y precios, debe de ir reestructurando su centro de trabajo y colaboradores, incertidumbre a la globalización y mundo cambiante.

Los cuatro cambios reflejan que la globalización ya existe y es parte de cada empresa ya que si no se acopla esta hace que las empresas no sigan surgiendo.

La globalización es “como una red”, va entrelazando el comercio internacional, producción de bienes y servicios y como parte importante en esta investigación ha ido desarrollando la libertad económica, elevando el nivel de vida en todo el mundo de la mano de las redes sociales.

### **2.2.5 Redes Sociales**

Es importante recalcar la labor de las redes sociales en este tiempo en el área laboral, fue un desafío que los gerentes de hace 25 años se empezaron a encontrar e ir haciéndola amigos de la labor y no sólo para el óseo, las nuevas fronteras que dan las redes sociales es una forma de comunicación confiable mientras sea utilizada asertivamente y formalmente.

Las plataformas van incrementando sus usos y además se van actualizando constantemente para que sea una herramienta fundamental en las empresas y así en el momento administrar sean aliadas y no enemigas.

### **2.2.14 Mercados financieros.**

Al hablar de libertad económica se puede citar las exportaciones e importaciones, en el presente se puede tomar en cuenta los mercados financieros comúnmente conocido como “Forex” (Foreign Exchange).

Los mercados financieros según la Rae, es el “ámbito económico en el que se emiten, adquieren y enajenan instrumentos financieros”, esto es realmente la compra y venta de los movimientos que se dan en el mercado referente a las monedas, sea digitalmente o físicamente.

Un ejemplo popular de Forex es el ir al banco a comprar o vender dinero en una moneda distinta a la de su país. En Costa Rica sería el ir al banco a cambiar dólares a colones o colones a dólares.

La Universidad Libre de Colombia en su revista “innovando en la U” (2015) cita “El mercado de Forex es una alternativa abierta a todo el público que intercambie divisas, desde 1995 se abrieron las puertas para que quienes quisieran ser parte de este intercambio desde internet”.

Hasta hace unos años estos intercambios lo realizaban sólo las financieras y bancos grandes, gracias a las redes tecnológicas los accesos se han ido dando y los costos han ido variando.

La plataforma virtual “IG.com” informa un poco de lo básico en el mundo de Forex.

Este nace como un mercado alterno al que ofrecen los bancos, es un intercambio, conversión de una divisa a otra, en la actualidad es uno de los mercados más activos del mundo en donde alrededor se opera 5 billones de dólares, esto siendo un volumen alto.

### **2.2.15 Trading.**

El “Trading” llamado así la acción de operar Forex, va relacionado a pares de Divisas, siempre se compra o se vende de una divisa a otra, se analiza y se dan predicciones sobre los tipos de cambios, se ve afectado por la oferta y la demanda.

Según la RAE, una divisa es “Moneda extranjera referida a la unidad del país de que se trata”.

Un ejemplo de cómo se relacionan las divisas sería. EUR/USD, Euro con Dólar. Además, los pares se relacionan entre grupos.

1. Pares mayores, son los que constituyen más del 80% del trading en Forex a nivel mundial, entre ellos EUR/USD, USD/JPY, GBP/USD.
2. Pares menores, no tienen el USD entre ellos.
3. Pares exóticos, es una divisa mayor con una pequeña, GBP/MXN
4. Pares regionales son algunos que se constituyen por región.

Estas operaciones se van realizando en tiempo real, se hace por medio de conexión a internet por medio de un intermediario Banco virtual llamado “Broker”, éste cobra un porcentaje de la operación realizada.

#### **2.2.16 Ventajas y desventajas de los mercados financieros.**

Rankia (2018) en su página web cita que los mercados financieros tienen sus ventajas y desventajas reales a la hora de trabajar con ellos.

Una ventaja es que el porcentaje esperado de ganancia es alto de la misma manera en la desventaja es que su porcentaje de pérdida es muy arriesgado, es un alto apalancamiento.

Los Broker son virtuales, por lo que su confianza y el capital lo pones en manos de “desconocidos” y además son manejados en otros países, por lo tanto, el respaldo es inseguro siendo esto una desventaja.

La página Broker de Forex 10 (2018) cita puntos importantes, parafraseando sus datos:

La operativa es a 24 horas, los costos de transacción son menores órdenes de ejecución instantáneas y la transparencia del mercado, se da el caso de que los bróker puedan manipular movimientos por órdenes muy rápidas, el fraude puede ser por medio del bróker, pero el mercado directo es transparente siempre, no hay manipulación por la liquidez que existe ya que es superior y así mismo se puede ver reflejado la ganancia en un porcentaje mayor.

Se puede operar a largo o corto plazo, según el tipo de Trader que seas.

No está regulado, es muy difícil abarcar todo el mundo de las divisas ya que aquí no existen fronteras.

Los bancos centrales controlan la oferta y pueden ir tomando medidas que afectan el precio de la divisa. Las noticias de los países y los bancos van de la mano, ya que los precios, la oferta, y demanda, actúan dependiendo a eso, es decir; tienen consecuencia para aumentar o disminuir la oferta y la demanda.

Las distintas páginas de mercados financieros muestran información básica para el ir entendiendo términos relacionados al tema.

Las divisas se operan por porcentaje, esto se llama lote, término para designar el tamaño de una operación, es una de las decisiones más importantes a lo que se debe de enfrentar el Trader.

### **2.2.17 Cálculos de ganancias o pérdidas.**

Avatrade.es (2020) cita, “Un lote estándar está conformado por 100.000 unidades, un mini lote 10.000 unidades y un micro lote 1.000 de la divisa base, es recomendable operar por cada 1000 dólares un 0.01”.

Estas son solo recomendaciones, de este mercado cada quien es responsable de manejar sus cuentas y tomar sus decisiones.

El “Block de Traders” Rankia.com (2020) explica muy bien las recomendaciones de cómo calcular sus ganancias, tomando lo más importante se puede decir.

En Forex, las ganancias o pérdidas se van relacionando con “Pip”, es la medida estándar, para hacer referencia al valor porcentual de los movimientos que ha pasado en el mercado.

Un Pip en Forex es un movimiento en el cuarto decimal en la mayoría de las divisas. Es un índice, no es un decimal, es un punto del índice.

El Stop-loss es como el cinturón de seguridad, ya que existe alta probabilidad de perder la operación por lo que se pone un límite de pérdida, sin arriesgar perder todo.

El take-profit es el cinturón de lo máximo que se quiere ganar, se sabe que las personas siempre van a querer ganar más, pero es importante definir el porcentaje, para así asegurarlo,

El plan de trading es como un “horario” de lo que se pretende ir haciendo por día, sea el máximo de ganancia o de pérdida. Es la base para el éxito y el orden.

El apalancamiento es base indispensable para el éxito en Forex, ya que es el porcentaje de lo que se desea ganar o está en disposición a perder.

### **2.2.18 Emprender.**

En la actualidad a la hora de referirse sobre el tema en el ingreso económico de los seres humanos, una de las opciones es emprender, es un término que “está de moda”, se usa y se escucha muy reiteradamente, Forex es parte de este movimiento.

El querer emprender no es sólo soñar, es también buscar los medios para lograrlo, ya que todo tiene un costo, el tener la idea y llegar a desarrollarla es un paso grande que transcurre de un punto a otro, y quien lo intenta es el emprendedor.

Cardozo (2010) en su tesis para doctorado la motivación para emprender, cita, “no existe un prototipo de emprendedor, lo hay de todo tipo, algunos lo hacen toda su vida, otros lo hacen solo porque les llegó una oportunidad”.

El emprender no es algo definido o alguien, es querer ser auto eficiente para lograr sus metas y no depender de un empleo o empleador, de la misma manera el emprender no lo define la cantidad de dinero invertido, existen oportunidades que se dan con poca inversión o con una más alta, esto también relevante y depende de la clase social ya que el “poco o mucho es relativo”.

Pueden existir emprendimientos que la inversión sea mínima, ya que el talento o habilidad de cada persona es la que va a girar en ese sueño y no necesita inversiones grandes extras y en otras opciones el emprender es sinónimo de compra de máquinas o accesorios indispensables que aumentan la inversión.

Según la RAE un factor es “un elemento o causa que actúan junto con otros”.



Existen factores que afectan o inciden sea positivo como negativamente en cada área del ser humano, es parte de lo que va haciendo actuar la cotidianidad del mundo.

Torroba (2014, p. 17) en su tesis Factores clave en el desarrollo del emprendimiento, cita, “la cultura es el factor más importante que explica el emprendimiento de una región”.

Se puede entrelazar que parte de la economía de una determinada zona influye la cultura, estas áreas no se pueden separar y mucho menos creer que cada una trabaja individualmente.

En un lugar con una temperatura alta no se puede iniciar un emprendimiento de venta de abrigos, si se puede iniciar, pero las probabilidades de tener poca rentabilidad son altas, esto es un ejemplo de la cultura.

### **2.2.19 Redes de mercadeo.**

Las redes de mercadeo es una forma alternativa en la que los emprendedores buscan una salida. Ruiz (2016, p. 9) en su Tesis para Maestría “Plan de negocio basado en redes de mercadeo” cita, “La Red de Mercadeo, Network Marketing o Multinivel es una forma de distribución de productos y servicios, directamente desde el fabricante al consumidor final, sin intermediarios, facilitando por el consumo personal y por recomendaciones a otros generar continuas ganancias”.

Este tipo de compañías ofrecen la oportunidad a todos, sin importar edad y educación, solo ofrecen el dedicar el tiempo a vender, a tener su propio negocio y generar sus ingresos.

En la página digital, El Network Marketing publica datos importantes a resaltar, existen muchas empresas dedicadas a reclutar personas para generar dinero por medio del

marketing, puede ser vender productos físicos, ofrecer descuentos o afiliarse para vender servicios.

Muchas de las empresas que están en el mercado trabajan así, pero se desconoce o no, se interesa en conocer la realidad de la empresa. La mayoría de empresas de “ventas de catálogos”, son este tipo de empresas.

Hay más de 10.000 compañías que venden de esta manera, se van a citar unas de las más conocidas y exitosas a nivel mundial.

1. Amway, líder en productos de limpieza, en el 2018 tuvieron ventas de más de 8600 millones de dólares, cuentan con más de 3 millones de socias alrededor del mundo teniendo más de 19000 colaboradores.
2. En segundo lugar, está Avon, lleva más de 130 años en el mercado, está en más de 135 países y tiene más de 6 millones de distribuidores.
3. Herbalife inició en el año 1980, tiene su sede en California, cuenta con más de 3200000 distribuidores, se dedican a la producción y venta de suplementos nutricionales.

Estos son unos ejemplos, aunque se pueden citar más como Belcorp, Tupperware, Zermat, Travel One, Fuxion, Vianney, Just, Doterra, Leonisa, Estilos, entre otras, que han ido marcando un antes y un después de las nuevas eras del mercado.

Entre la lista de las 100 empresas multinivel más exitosas están 2 que llaman la atención, ya que van relacionados a los mercados financieros conocidos comúnmente como Forex, como se explicaba en las líneas anteriores.

En la página Viva el networking cuenta un poco la historia de esta compañía. IMarketsLive fue fundada en el 2013 por Christopher Terry, un hombre de negocios con más de 3 décadas de experiencia en los mercados financieros. En el 2019 hizo una transformación y se pasó a llamar IM Academy. Su sede central está en la Ciudad de Nueva York.

Es un software de comercio financiero, con una plataforma exclusiva dedicada a ofrecer información y capacitación sobre la compra y venta de mercado Forex.

La compañía es una de las mayores plataformas en línea, su misión es revolucionar el mercado y proyectan para el 2020 tener más de un millón de clientes que consuman y paguen sus productos. Opera alrededor de 120 países, en su plataforma hay más de un millón de visitas mensuales, los cursos los dan a más de ocho idiomas y cuenta con más de 60 educadores donde dan cursos y entrenamientos en vivo y otros ya grabados que quedan en la plataforma para así luego ser estudiados.

En toda red de mercadeo se ingresa con una mensualidad, con una meta o con un pago único, en esta compañía se ingresa con 200 dólares y se paga un consumo de 145 dólares mensuales.

En esta misma página muestra un poco sobre la siguiente empresa multinivel, llamada Melius, dedicada en un área al mercado de Forex, su sede está en Dubái, fundada en el 2017, proyectada para aquellos que desean hacer trading y otros que les guste el marketing, aunque pretenden que se trabaje en conjunto, ya que el servicio brindado es educar a los futuros trader y así ir generando ingresos residuales por medio de las afiliaciones.

De la misma manera que IM esta compañía da clases virtuales, capacitaciones, trading en vivo y además, todo queda grabado para seguir dando la formación a los nuevos ingresos

e ir generando material. Aunque tiene poco de estar en el mercado en el último año ha tenido un crecimiento oportuno en donde ya la coloca en la lista de las 50 mejores redes de mercadeo igual que IM.

Melius también se dedica al área de turismo y tiene proyectado más áreas, pero en el momento que usted ingresa a la red, puede vender todos los productos, sin importar en cual está usted.

Cuentan con tres tarifas para el ingreso y con 2 para el consumo mensual, que van desde los 1000 dólares hasta los 200 dólares y de 150 dólares a 100 dólares respectivamente.

Melius ha ido innovando más y creó una aplicación para sus socios, que va generando alertas y envía operaciones que se pueden ejecutar, para que personas que apenas inicien puedan ir generando dinero desde el inicio.

Cabe resaltar que al ingresar a estas plataformas sea Melius o IM, no significa que su inversión está en el área financiera, ya que esto lo que paga es la llamada “academia” para aprender a operar los mercados, también en sus perfiles resaltan que no ellos no garantizan éxito ya que es personal y dedicación individual en cada socio.

En el momento que usted desee empezar a hacer compras o ventas en el mercado debe de registrarse en los explicados anteriormente “Broker”, ahí es donde usted hace un depósito de su inversión inicial, dependiendo sus posibilidades.

### **2.2.20 Marketing.**

Monferrer 2013 en el libro Fundamentos de Marketing, cita, “marketing es la actividad, conjunto de instituciones y procesos que crean, comunican, entregan e intercambian ofertas que tienen valor para los clientes, agentes y sociedad en general”.

En términos generales el marketing es un proceso social y de gestión en donde se ofrecen productos y servicios entre sí y se intercambian, en donde se liga una necesidad de ocupar algo, el deseo de tenerlo y la demanda que está en el mercado, teniendo en cuenta productos, valor y mercado, esto es mercadear. En ocasiones se cree que marketing es publicidad y venta, pero estas son unas acciones de utilizar marketing, es un conducto en lo cual se pone en acción un plan de mercadeo.

En ocasiones las personas creen que empresas relativamente grandes con trayectoria no necesitan un marketing, ya que tienen una marca ya posicionada, sin embargo, es importante resaltar que para llegar a ese posicionamiento tuvieron que pasar por un plan de marketing para darse a conocer y lograr a formar una empresa con trayectoria, sin embargo, esto no representa que las empresas grandes no necesiten ya el marketing, esta opinión errónea hace que muchas empresas vayan perdiendo visibilidad por dejar de invertir en el mercadeo, planes de acciones y en no tener la visión hacia dónde quieres seguir llegando en el mercado.

No importa el tamaño de la empresa, una buena proyección debe de ir de la mano del marketing, cada una va invirtiendo en esta línea dependiendo de la empresa y capital que tenga, el marketing puede lograr llevar a una empresa de 1 persona a posicionarse en una marca país e internacional y de la misma manera sin marketing puede caer una empresa ya sólida, en la actualidad el tener visualización en el mercado que maneja es indispensable para lograr tener éxito teniendo de la mano las áreas digitales que son la principal fuente en este momento para las personas.

En el marketing el protagonista es el cliente y no la empresa, ya que se refleja necesidades y deseos de personas, huecos de mercados que se pueden explotar

económicamente, en un nicho de mercado en el que desea lograr tener una visualización amplia, se debe atraer al cliente, conocerlo, retenerlo a la empresa y satisfacerlo creando una necesidad en su vida, de esta manera se puede ver en realidad el trabajo del marketing realizado y además los frutos que trae.

### **2.2.21 Estrategias y aplicación de Marketing.**

El marketing no es un departamento de una empresa, es parte indispensable de la organización general de una empresa, sea externo pensando hacia los clientes e interno pensando en las necesidades y satisfacción de los colaboradores.

Monferrer 2013 en el libro Fundamentos de Marketing, cita algunas aplicaciones, entre ellas.

#### *2.2.21.1 Marketing Interno*

Este es relacionado entre los trabajadores, se necesita tener un buen marketing interno para que los de afuera lo noten y se refleje a la hora de realizar las labores administrativas y de planta.

#### *2.2.21.2 Marketing de Ciudades*

Importante tener en cuenta el lugar en donde quiere que impacte ese marketing, no se va a invertir en un marketing de abrigo en un lugar caliente, así que cada lugar debe tener su propia área de mercadeo y visión.

#### *2.2.21.3 Marketing de destinos turísticos.*

Es indispensable mostrar en lugar de donde se quiere hacer marketing, mostrar el producto que se desea vender y que los clientes por medio de la comunicación sientan la necesidad de ir a vacacionar a un determinado lugar, tomar en cuenta no sólo la infraestructura del lugar, sino el territorio ampliamente.

#### *2.2.21.4 Marketing Político*

Un político vende las ideas, así que toda base de marketing inicia siendo un político, ideando, pensando, analizando y buscando planes de acción para así unirse con la comunicación y publicidad para lograr éxito en el plan.

#### *2.2.21.5 Marketing Social*

Es indispensable que la humanidad vea más allá de sus propias necesidades, y muchas veces es importante dar a conocer lo que se hace para los demás, así que siempre invertir un porcentaje de la empresa en ayudar a los demás es indispensable para crear ese marketing social.

#### *2.2.21.6 Marketing Industrial*

Cualquier persona inicia una empresa pensando en grande para ir abriendo caminos, y lograr integrarse a la parte industrial es un sueño que muchos lo hacen realidad, el proyectarse para ser parte de la industria, no trabajar para ellos sino trabajar con ellos es un reto que el marketing puede hacer realidad, con constancia y además teniendo claro hacia donde se desea llegar.

### *2.2.21.7 Marketing de bienes de consumo*

Este marketing es uno de los más comunes, ya que se le vende al cliente consumidor, al que necesita y siente el deseo de adquirir algo, el innovarse y entrar a la mente de cada persona es el reto más grande, se puede decir que sencillo ya que va dirigido a todas las personas, pero en realidad es uno de los más difíciles ya que el mundo día tras día muestra campañas de marketing en donde muestra mercadería, sea en radio, televisión y medios digitales, pero es importante que todos tienen la misma meta, impactar al cliente, aunque todos quieren hacer marketing, no todos logran entrar a los clientes.

### *2.2.21.8 Marketing de Servicios*

La venta de servicios ha tenido un auge importante en las últimas décadas, los emprendimientos han salido con ideas perfectas que el marketing ha ido posicionando para ser de esto indispensable para mejorar la salud física y psicológica del ser humano.

Todo marketing es estrategia que tiene un sistema operativo indispensable para lograr cumplir con las metas y propósitos deseados, el controlar es parte indispensable en este actuar.

Recordando a Fayol, cita, “La administración es un proceso que consiste en planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar”.

Por lo que este proceso de la administración es la base para que el marketing llegue a la casa de todos por medio de líneas y avances tecnológicos y lograr suplir las necesidades de los clientes en los distintos nichos de mercado.



### **2.2.22 El Marketing es social y administrativo**

Como se explicó el marketing se relaciona con las necesidades, deseos y demandas de las personas, esta disciplina se basa en los seres humanos por lo que se le ve de área y corte social, pensando siempre en lo que es bueno para que las personas se sientan mejor, puede ser física o emocionalmente, un ejemplo de ello es una gaseosa, satisface las necesidades de alguien, pero no le es bueno a su cuerpo físicamente, por lo que el marketing es general y se puede ver por ambas partes o juntas, socialmente, se está cumpliendo con satisfacer la necesidad por lo que ya es un bien para los seres.

Es administración, ya que para aplicar el marketing de la mejor forma se debe planear, organizar, implementar y controlar para llevar una guía y cumplir con la misión y visión que tiene la empresa.

### **2.2.23 Democracia**

Estrada (2017) en el documento Democratización de la economía y democratización de la empresa, cita, “Democracia, todos dan su opinión sobre los fines para los que se coopera”.

#### **2.2.24 Democratización**

Es un Proceso de la democracia, Gabarrón (2016) cita que “la democratización es un proceso dinámico que siempre permanece incompleto y continuamente está en riesgo de retroceder”

#### **2.2.25 Democratización de las finanzas**

Proceso en donde se abren los mercados sin excluir a nadie, esto se da cuando en el proceso se logra ir quitándole poder a algunos cuantos que manejaban las finanzas a nivel mundial.

#### **2.2.26 Argumentos de los efectos de la democratización**

La democratización es la base para ir logrando efectos distintos en el ser humano, sin embargo, es un proceso al cual hay que adaptarse ya que pueden ser efectos positivos para algunos y negativos para otra parte de la población.

## **2.2.27 Efectos de la democratización**

### *2.2.27.1 Fuentes de poder político*

Desde los antepasados el pueblo estaba liderado por algunos pocos y en la actualidad existen países, aún, sin embargo, la democratización ha ido abriendo camino para que estos poderes no estén al máximo y exista más oportunidades en general, la política siempre va a existir y es buena dependiendo el enfoque que se le dé.

### *2.2.27.2 Digitalización*

La era tecnológica ha sido un papel importante ya que al iniciar el proceso de digitalización se ha logrado ir fomentando que la tecnología no es un pasatiempo, es una herramienta para utilizar plataformas e ir siendo autosuficiente en el momento de utilizarlas correctamente.

### *2.2.27.3 Inestabilidad país*

Un efecto importante es que el país al tener transacciones internacionales no tiene el control, en cualquier momento pueden hacer retiros y no tienen como detenerlos, ya que el dinero no es del país por lo que no puede “jugar” con él financieramente.

### *2.2.27.4 Menos estructuras jerárquica*

Al ser un mercado ya libre, muchos nuevos inversionistas no necesitan una empresa para ingresar, sino que lo hacen individualmente por lo que cada día las empresas pueden ir disminuyendo sus jerarquías, ya que puede una persona sola e independiente lograr estar en las mismas áreas financieras que las de una empresa.

#### *2.2.27.5 Precio depende de la demanda sofisticada*

No puede haber una demanda y oferta adelantada, puede haber proyecciones, pero hasta el momento de que los mercados estén abiertos se puede ir dando los movimientos de demanda, no puede ser ya nada planeado a conveniencia.

#### *2.2.27.6 Nueva productividad*

Todo nuevo mercado es trabajo, y todo trabajo trae productividad, es un “negocio nuevo”, pero que existe desde siempre, al ser democratizado se va a generar más y se notará la productividad ya que llegarán a más familias.

#### *2.2.27.7 Trabajo emocional*

Las personas se mueven de manera emocional, por la que tener productividad lleva a la estabilidad y logra sentirse bien en su ambiente laboral, satisfecho y útil hacer que su trabajo y tiempo sea mejor remunerado hace que todo mejore.

#### *2.2.27.8 Felicidad humana*

No todo es dinero, aunque es indispensable para las necesidades básicas de la vida, sin embargo, al tener más tiempo en casa con familia, descansando y sintiéndose que está experimentando una nueva manera de vivir, sin tener que estar todo el día en un lugar de trabajo hace que su felicidad humana aumente.

**Capítulo 3**  
**Marco metodológico**

### **3.1 Enfoque de la investigación**

Se pueden determinar tres tipos de enfoques, sea cualitativo, cuantitativo o mixto. En esta investigación es un elemento externo al objetivo que se investiga, por lo que el enfoque es cuantitativo.

Según Barrantes (2013) libro “un camino al conocimiento” la investigación cuantitativa es “una concepción global positivista, objetiva y orientada a los resultados” por lo que en esa línea se trabajará en esta investigación, llegando a la objetividad basada en los resultados numéricos, y el análisis estadístico.

Los resultados darán un porcentaje de lo cual va a reflejar la realidad actual de donde se realizará esta tesis.

### **3.2 Tipo de investigación**

Existen distintas clasificaciones que se deben de analizar a la hora de realizar una investigación y así lograr determinar qué tipo hace referencia a la investigación en curso.

Para este documento se profundizará en el estudio exploratorio y descriptivo.

Según Sampieri, Fernández, Baptista (2014) en el libro “Metodología de la Investigación” Los estudios exploratorios “sirven para preparar el terreno, son la base de las investigaciones, proponen a su vez información para llevar a cabo estudios explicativos que generan entendimiento”.

Este tipo de estudio se da cuando existen muchas dudas y se desea estudiar un problema de investigación que tiene pocas respuestas, de este tema existen algunos documentos generales, pero no relacionados entre sí y tampoco en el lugar de estudio existe uno específico, por lo que es novedoso y actual por ser un tema de “moda” al que muchas personas no están informadas y no tienen claridad de lo que es realmente.

Según Sampieri, Fernández, Baptista (2014) en el libro “Metodología de la Investigación” el estudio descriptivo busca “especificar propiedades, características, y perfiles de personas, grupos o comunidades que se desea someter a análisis”.

Algunas de las etapas por la que puede pasar la investigación descriptiva es, examinar características del problema, eligen temas, fuentes, hipótesis de supuestos, técnicas de recolección de datos, clasificación, verificación, realizar observaciones objetivas, describir y analizar datos para llegar a resultados.

Por lo que se desea conseguir información sobre variables que ayuden a la investigación deseada y hacia los resultados reales.

Por lo que los estudios exploratorios y descriptivos van juntos hacia un mismo resultado ya que se colaboran entre sí para la precisión de las conclusiones y recomendaciones.

### **3.3 Fuentes y sujetos**

#### **3.3.1 fuentes.**

Al hacer una investigación hay que ser muy analíticos y conservadores de los lugares sean físicos o digitales de donde sale la información.

Según Rivera y González (2015) cita “una fuente de información es todo aquello que nos proporciona datos para reconstruir hechos y bases de conocimientos”.

Estas fuentes son una base e instrumento para lograr el objetivo de la investigación, que colaboren con lo que ya existe y ya está a disposición de quienes les interese el tema.

Existen diversos tipos de fuentes de información, por lo que detallaremos algunos.

##### ***3.3.1.1 Fuentes primarias.***

Son todos aquellos documentos de donde se saca información de primera mano, original, teorías y hasta ya resultados de investigaciones. Algunos ejemplos serían,

- Entrevista, cuestionario, rúbrica, escala.
- Libros.
- Monografías.
- Documentos oficiales.



- Informes de instituciones.
- Conferencias.
- Seminarios.
- Tesis.
- Artículos periodísticos.
- Documentales.
- Entre otros.

### ***3.3.1.2 Fuentes secundarias.***

Las fuentes secundarias son aquellas que ya han realizado de alguna manera una edición de la fuente primaria, en donde ya se ha hecho algún proceso de información. Puede existir que en un mismo periódico esté la fuente primaria y la secundaria, ya que hay información de primera mano y además otra ya editada.

Algunos ejemplos de las fuentes secundarias serían.

- Periódicos.
- Páginas de internet.
- Libros.
- Artículos.
- Leyes.

### **3.3.2 Sujetos.**

Se relaciona a la población en donde se trabajará la información. Barrantes (2002) en el libro “un camino al conocimiento”, cita, “son todas aquellas personas físicas o corporativas que brindarán información”.

#### ***3.3.2.1 Población universo.***

La cantidad total de los integrantes de las personas que se va a trabajar es la población de este documento.

En este trabajo se tomarán en cuenta personas del Distrito de Guápiles del Cantón Pococí, que estén relacionadas con las redes de mercadeo y los mercados financieros en el primer semestre del 2020.

#### ***3.3.2.2 Población muestra.***

Barrantes (2013) en el libro “un camino al conocimiento”, cita, “son todas aquellas personas físicas o corporativas que brindan información”.

Esta investigación tendrá un porcentaje del 30% de personas que realicen redes de mercadeo y además trabajen en los mercados financieros del distrito de Guápiles en un aproximado de 100 personas escogidas a conveniencia.

### **3.4 Descripción del instrumento**

Existen técnicas para la recopilación de datos en las investigaciones, son de suma importancia ya que debe de ser confiable y directa para obtener la información necesaria, precisa y verás para lograr los objetivos y el planteamiento de la posible solución al problema.

Para esta ocasión se utilizará el cuestionario, la entrevista y la observación.

Según Sampieri, Fernández, Baptista (2014) en el libro “Metodología de la Investigación”, cita, “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables”.

Por lo que estas preguntas sean cerradas (con opciones para marcar una respuesta) o abiertas (contestar sin limitaciones), llevan para al unir las respuestas de toda la muestra un resultado para el análisis.

En el caso de las entrevistas pueden ser presenciales individualmente o a grupos pequeños, además puede ser telefónica o por medio digital sea por correo, página web o alguna aplicación existente.

Según Sampieri, Fernández, Baptista (2014) en el libro “Metodología de la Investigación”, la entrevista cuantitativa se define con claridad, es el mismo instrumento a todos los participantes en condiciones similares, se busca que sea individual para no alterar respuestas, se controla el ritmo por medio del entrevistador y la dirección de la entrevista, se busca una comunicación similar”.

A todo esto, las entrevistas tienen rasgos de variaciones, unos se aplican más rápidos que otros, tienen más confianza o son más sencillos pero cautelosos ya que los entrevistados pueden tener un poco de cautela al contestar dependiendo el tema y la exposición que ellos tengan por lo que en ocasiones son contestados confidencialmente para evitar consecuencias en su realidad.

En el instrumento de la observación el objetivo principal es “comprobar el fenómeno que se tiene frente a la vista” en donde se realizan percepciones casuales comprobando hechos tal y como se presentan espontáneamente. En todo método existen obstáculos por los cuales se deben de recolectar datos, observar, interpretar y analizar de forma profesional.

El observador es parte del entorno por lo que debe ser parcial y consciente que los resultados no deben ser alterados ya que la opinión y el cómo esquematice la observación puede generar sesgos específicos en la investigación.

### 3.5 Variables o Categorías

Tabla 3 Tabla de variables

<i>Objetivos específicos</i>	<i>Variable</i>	<i>Definición conceptual</i>	<i>Definición instrumental</i>	<i>Definición operacional</i>
Identificar el proceso de la democratización de los mercados financieros en Costa Rica.	<b>Democratización</b>	Acción de democracia, forma de sociedad que practica la igualdad de derechos y acciones.	En el instrumento del ítem 1 al 5	Si el 70% de la respuesta es sí la variable es positiva.
Distinguir la diferencia entre mercados financieros y marketing por suscripción.	<b>Mercados financieros</b>	Ámbito económico en el que se emiten, adquieren instrumentos financieros negociables.	En el instrumento del ítem 6 al 10	Si el 50 % de la respuesta es sí, cumple la variable.

**Marketing por suscripción.** Principios y prácticas que buscan el aumento del comercio por medio de la demanda.

Identificar los factores que influyen y enlazan los mercados financieros y el marketing por suscripción en el Distrito de Guápiles.

**Factores**

Elementos o causas que actúan junto con otros.

En el instrumento del ítem 11 al 15

Si el 50% de los entrevistados conocen los factores la variable es correcta.

Argumentar los efectos de la democratización de los mercados financieros en el Distrito de Guápiles.

**Efectos**

Aquello que sigue por virtud de una causa.

En el instrumento del ítem 16 al 20

Si el 50% de efectos son positivos o negativos, la variable es aceptada.

---

Fuente. Elaboración Propia

## **Capítulo 4**

### **Análisis de resultados**

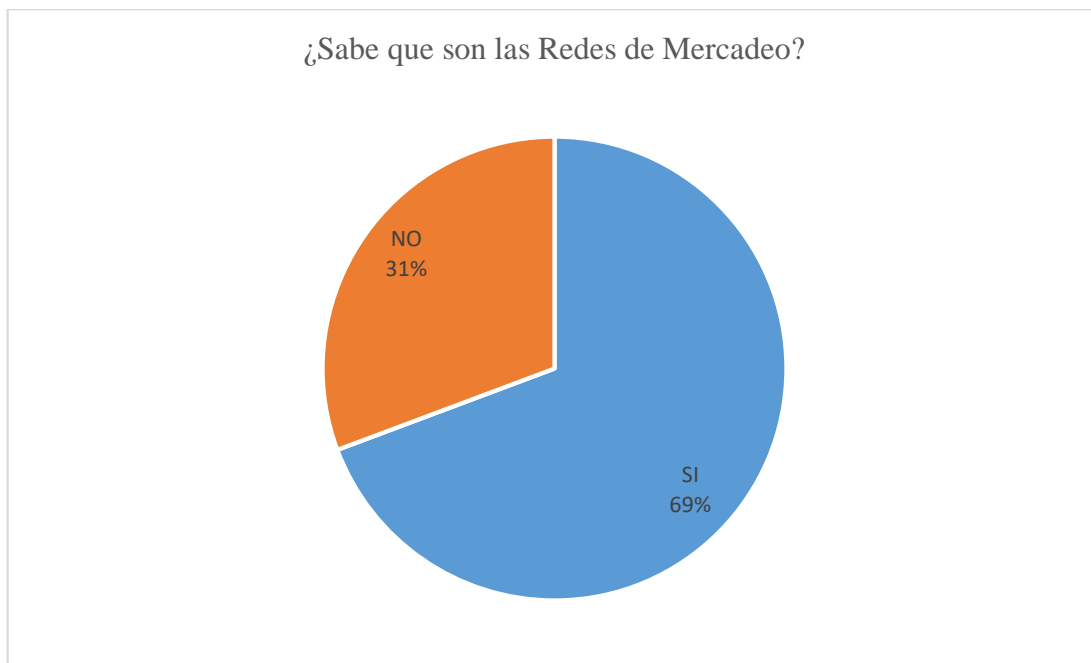
## 4.1 Análisis de Encuesta

En este apartado se realizará un análisis sobre el cómo ven las personas y relacionan las redes de mercadeo con los Mercados Financieros.

Para ir entendiendo más conceptos y la posición de personas en este tema se irá analizando las respuestas obtenidas a personas del cantón de Pococí, de primer momento se les consultaron a 114 personas si sabían qué son las redes de mercadeo.

*Figura 2.*

*Conocimiento de Redes de Mercadeo*



Fuente: Elaboración propia



Se refleja que un 31% expresó no saber qué son las redes de mercadeo y un 69% que sí tenían algún conocimiento que son las redes de mercadeo.

Catachura (2015) cita lo que es una red de mercadeo, “Negocio de venta directa mediante el cual se ofrece a los consumidores productos y servicios para su consumo final a través de ventas realizadas por una red de distribuidores independientes” (p. 35).

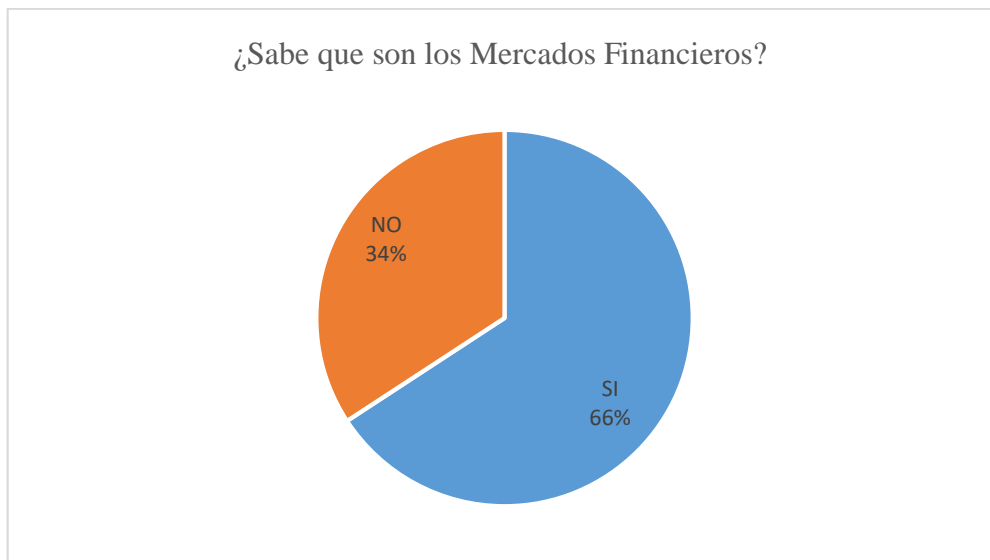
Teniendo en cuenta lo que es una red de mercadeo, se interpreta que es una manera en donde se generan ingresos, una fuente de trabajo por lo que refiriéndose al 31% representa un número amplio de personas que no conocen este tipo de negocio de manera en que se pueden adquirir ingresos en su familia.

Prácticamente, todas estas personas entrevistadas están inscritas en una red de mercadeo y ellas no lo aceptan ya que no manejan los términos, no se dedican a comercializar la red, sino solamente, a vender sus productos por catálogo.

Es importante reflejar también qué tan enteradas están las personas sobre los mercados financieros, si tienen conocimiento de que existen y que significan estos, ya que es un término usado actualmente en la sociedad, aunque no específicamente sepan mucho del tema, si es una frase que anda de boca en boca y se ha vuelto hasta “popular” en los últimos años.

**Figura 3.**

*Conocimiento de los Mercados Financieros*



Fuente: Elaboración propia

De las 114 personas entrevistadas el 66% indica que al menos han escuchado saber qué son los mercados financieros y un 34% respondió no conocerlos, con esta pregunta no se sabe a ciencia cierta si ellos tienen un significado erróneo o no, aunque un porcentaje alto citó sí saber, no significa que estén directamente claros los términos y no estén confundiendo significados.

El 66% indica que al menos han escuchado el término y está en su lenguaje, es un porcentaje aceptable para “lo novedoso y comercial que se ha estado haciendo”.

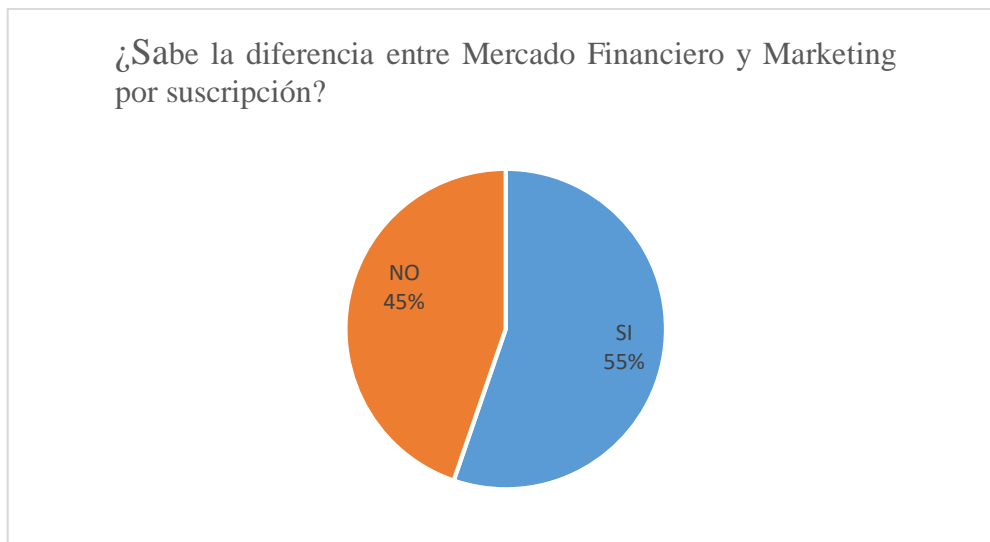
Las redes de mercadeo en la actualidad han utilizado los mercados financieros como material para vender una suscripción, es muy común escuchar a personas decir que Forex es “eso de meter gente”, por lo que representa una respuesta errónea a la verdadera definición ya que ese significado coloquial hace referencia a los mercados financieros.

Es importante recordar este significado, según la RAE, Mercado Financiero es “Ámbito económico en el que se emiten, adquieren y enajenan instrumentos financieros y valores negociables”, por lo cual no es nada relacionado con el marketing por suscripción.

En la siguiente pregunta realizada en las encuestas queda en evidencia que las personas están confundidas, ya que en las dos preguntas anteriores han dejado claro que más del 60% sí saben lo que son los mercados financieros y las redes de mercadeo, esto significaría que “deben” de saber las diferencias y conceptos, sin embargo, al preguntarles ¿Sabe la diferencia entre mercado Financiero y Marketing por suscripción? la respuesta no fue tan clara, ya que un 45% dijo No y un 55% respondió que Sí.

**Figura 4.**

*Diferencia entre Mercado Financiero y Marketing por Suscripción*



Fuente: Elaboración propia

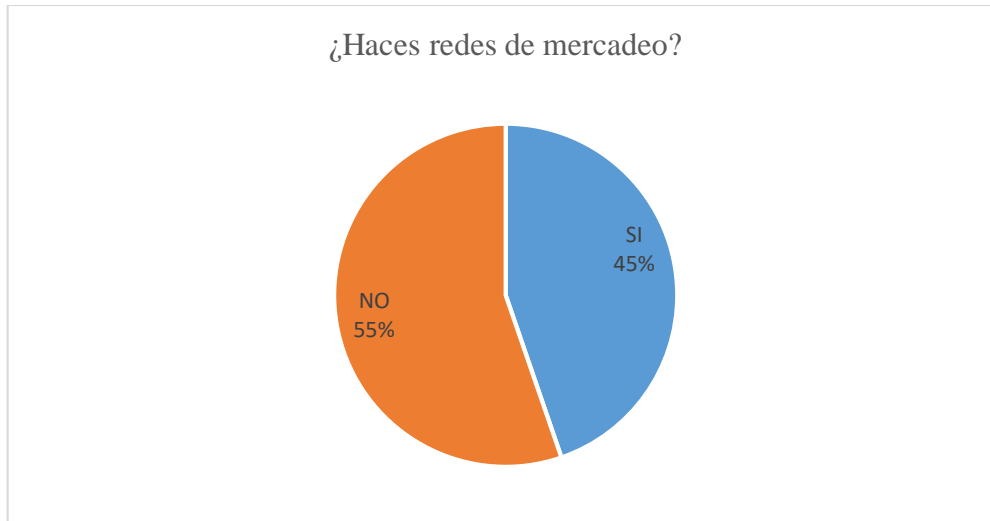
Los resultados demuestran que más del 50% de las personas dicen saber la diferencia entre ambos términos, aunque este porcentaje refleja que están al tanto muchos de ellos es porque lo que escuchan en los corredores como se dice popularmente, no es que en sí se han puesto a indagar estos temas, las personas se guían por la moda y rumores y en muchas ocasiones siendo esta la moda se dejan llevar por comentarios y no distinguen los temas por aparte, no logran diferenciar y separar conceptos y acciones distintas.

En esta consulta se ven los dos panoramas y queda en evidencia, hay personas que hacen redes de mercadeo y no lo saben, otras que creen que es lo mismo y un porcentaje que del todo no saben nada, es un poco alarmante ya que estas 114 personas encuestadas son parte del o han sido parte del gremio de las Redes de Mercadeo y los mercados financieros, lo más que se puede determinar es que este porcentaje que no citan no saber son de aquellas mismas personas que no saben que están trabajando para una red.

Se consideró de suma importancia preguntarle a esta muestra de Pococí, si entre ellas había personas que realizaban redes de mercadeo para así más adelante realizarles una encuesta en específico sobre el Marketing por suscripción.

**Figura 5.**

*¿Haces redes de mercadeo?*



Fuente: Elaboración propia

Queda reflejado que casi el 50% trabaja en redes de mercadeo, es un resultado alto, por lo que una gran cantidad de familias se ven beneficiadas por este modelo de ventas e ingresos económicos.

Aunque la encuesta es a todas aquellas personas que están involucradas en el área del Marketing, muchas no se dedican a hacer la red, solo a vender productos, por lo tanto, el 45% citó si hacer la red de mercadeo, trabajar en ello, sin embargo, el otro 55% en algún momento estuvo en una red o solo trabaja en la venta de productos o servicios.

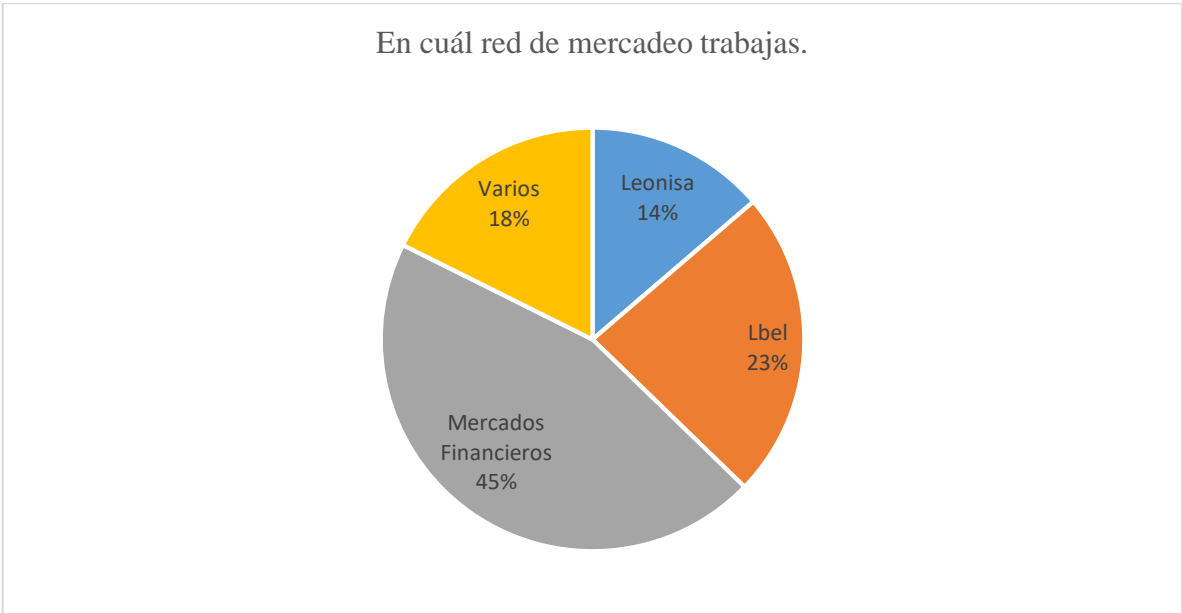
Este 45% son 51 personas de la muestra de 114 personas, ellas, que hacen redes de mercadeo se les realizó una encuesta adicional sobre las redes y los mercados financieros,

de aquí en adelante el análisis se hará bajo esta cantidad de personas, ya que son las que están actualmente vinculadas con la muestra y análisis.

Es importante tener una idea de cuál es la red de mercadeo en la que trabajan, para así tener un promedio de cuál ha entrado con fuerza al Cantón de Pococí.

**Figura 6.**

*Algunas Redes de Mercadeo*



Fuente: Elaboración propia

De las 51 personas encuestadas, todas inscritas en alguna red de mercadeo, una gran parte trabaja en el marketing ofreciendo servicios de mercados financieros, aunque más del 50% realiza otro tipo de red basado en la venta de artículos por medio de catálogos, sean digitales o físicos, gracias a la pandemia las empresas de venta por catálogos han tenido que

diversificar y acoplarse a la nueva modalidad virtual, aunque desde antes ya los implementaban no era tan fuerte como ahora, envían y publican los catálogos virtualmente, en la encuesta de los más mencionados son Leonisa se encarga de comercializar ropa, casual, deportiva pero su fuerte es la ropa interior, Lbel su línea de venta es en cosméticos y perfumes tanto de hombre como mujer, además esta marca cuyo empresa es Belcorb, trabaja tres catálogos distintos, por lo cual al afiliarse a esta tiene acceso a vender estas tres líneas, en los que hay productos de todo precio y cada revista es exclusiva a un área de mercado, por lo que su nicho de venta es amplio, un 18% citaron varias compañías, mencionan entre ellos Doterra y Just que vende aromaterapia, un producto de moda en estos tiempos, ya han ido saliendo otras compañías que venden este tipo de productos pero en la actualidad las más comercializadas y recomendadas son estas dos, en donde ofrecen esencias de distintos aromas y para diversas dolencias, otra mencionada es Estilos que vende variedad de artículos para la casa, es una gama amplia de cosas básicas en donde le venden una necesidad al cliente, además mencionaron ventas de distribuidoras.

Se demuestra la gran cantidad de empresas que hay para que las personas dediquen a sacar un ingreso extra y para muchos es un ingreso único en su casa y su familia, la venta de cualquier artículo comercializado por una empresa.

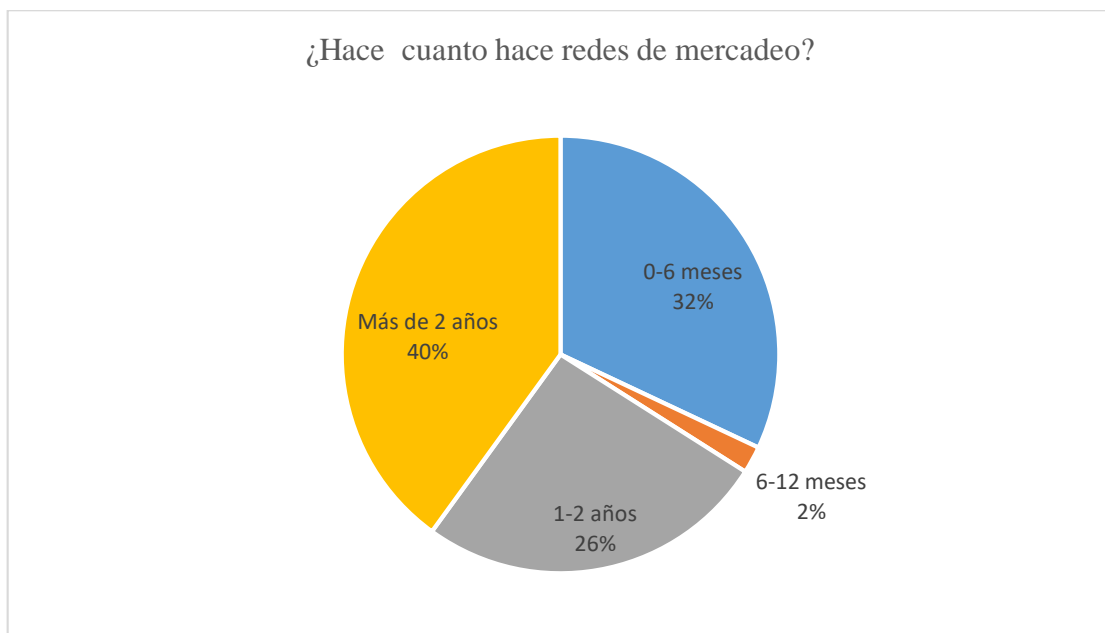
Todas estas empresas tienen en común que detrás de ellas, lo que hay es una red de mercadeo, todas las personas afiliadas pueden realizar el marketing por suscripción y generar dinero extra sin vender los productos tangibles, si estos no deciden hacer la red, ya solo con la afiliación hace que la persona que lo inscribió genere dinero ya que la afiliación vale y se gana un porcentaje por cada inscrito.

Los mercados financieros y su red poco a poco van ganando fuerzas y van abriendo un camino más amplio en la industria, saber que el 45% expresa el estar en una red de mercadeo de Forex, es una gran cantidad, ya que, aunque sea un tema de moda y muchos deciden ingresar, por tomar esas decisiones apresuradas muchos salen y dan mal testimonio de la empresa en donde las personas van tomando idea y genera comentarios negativos.

Es importante indagar hace cuánto tiempo están trabajando en las redes de mercadeo, ya que es importante analizar si este tipo de actividad permite obtener un ingreso constante y a largo plazo, o bien si es momentáneo.

**Figura 7.**

*Tiempo en las Redes de Mercadeo*



Fuente: Elaboración propia



La muestra queda evidenciada que hay personas que van desde el mes hasta más de 2 años trabajando en las redes de mercadeo.

El 32% aclara que lleva menos de 6 meses en una compañía de red de mercadeo, representa a una gran parte de la población que están buscando oportunidades nuevas de emprendimiento para generar dinero, pueden ser personas que están sin trabajo y al no encontrar optan por ganar confianza en sí mismo y dedicarse a las ventas sea de artículos, servicios, o afiliaciones, otros ven la oportunidad para generar dinero adicional del salario que ya devengan en sus empleos fijos, para ir generando más estabilidad en sus casa.

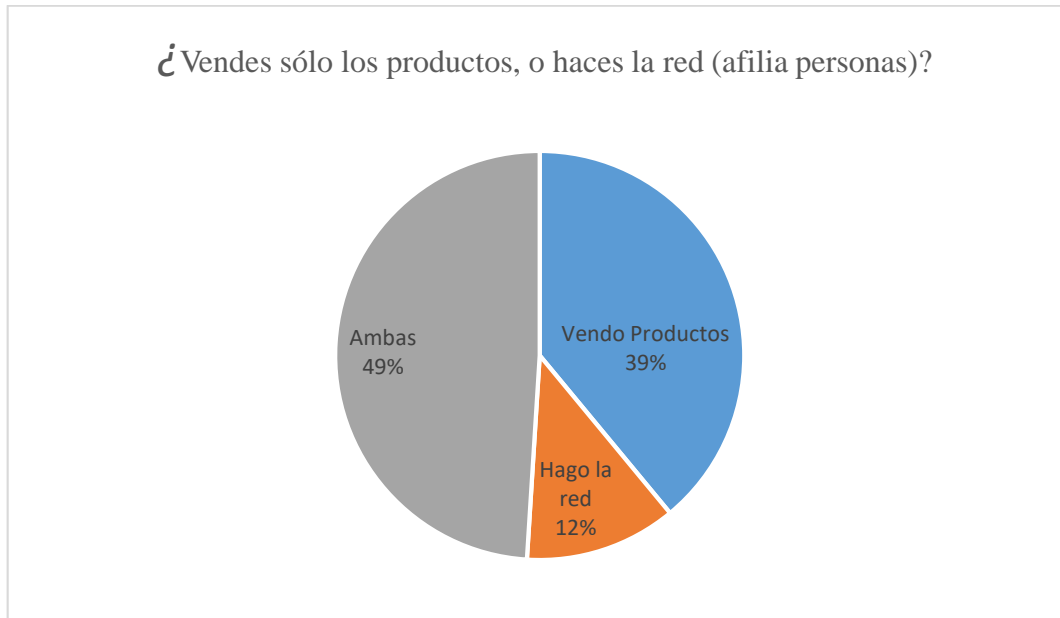
El 40% es un porcentaje considerable que cita llevar más de 2 años en una compañía dedicada a las redes de mercadeo, en donde logran formar un ingreso mensualmente, siendo este en ocasiones el ingreso oficial del sustento de sus hogares o sus ingresos extras para esos gustos que no se pueden dar solo con un ingreso familiar.

Las redes de mercadeo son ventas, por lo que una de las virtudes es saber vender o aprender, tener disposición, contacto con las personas y lograr atraer al cliente, mostrarle una necesidad y oportunidad y cerrar una inscripción, ya que ellos ganan sobre comisión en cada firma de contrato que realicen. El trato con las personas es indispensable para el trabajo ya sea presencial o de manera virtual, el tiempo que deben de dedicarle las ventas es bastante, una de las ventajas que ellos citan es el poder estar desde la casa, ponerse un horario independiente e ir trabajando según su situación diaria.

En la siguiente pregunta va a quedar reflejado si las personas inscritas hacen sólo la red, venden productos o trabajan ambas líneas de la empresa.

**Figura 8.**

*Ventas o Red de Mercadeo*



Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que esta parte del análisis es realizada solo a personas que están en una red de mercadeo, casi la mitad refleja que trabaja en ambas, que tiene ingresos por trabajar en la red y comercializar los productos, esto representa un porcentaje alto que hacen las dos partes de la compañía para así aumentar los ingresos y generar más liquidez.

El vender productos en “la calle”, está cada día más de moda, las tiendas físicas van perdiendo un poco de fuerza y las ventas individualizadas aumentan, los emprendedores deciden afiliarse para ofrecer un producto y salir poco a poco avante de la crisis en que está el mundo, esto lo demuestra un 39% de las respuestas, el realizar este tipo de trabajo es administrar y muchas veces son personas sin estudio que aprendieron a desenvolverse y

venden muy bien, es un trabajo, un negocio solo que sin local físico por lo que igual deben de ir teniendo orden en sus finanzas para comprar y vender, para invertir y generar ganancias con un porcentaje dependiendo el producto.

El 49% están en la situación que trabajan ambas partes del negocio, les funciona y lo trabajan así para ir desempeñando labores en la empresa y teniendo resultados positivos en los ingresos de su economía, este emprendimiento indiferentemente sea la red en la que está afiliado hace que pueda lograrse una micro empresa familiar, en donde una persona o varias del núcleo deciden ofrecer productos sea presencialmente, o de manera virtual, deciden ordenarse e ir invirtiendo para proyectarse al futuro un mejor estilo de vida, en donde el éxito es indispensable la buena administración financiera, para así le puedan ir “dando vuelta al dinero” e ir haciendo crecer el negocio.

El 12% refleja que las ventas de afiliaciones hacen de ellos un ingreso fuerte, que no se encargan de ventas minoritarias en artículos, sino que dan su 100% de esfuerzo para vender el acceso a una compañía, el emprender en algo nuevo siempre es un reto y quien logra posicionarse en su trabajo es un mayor reto, aunque el emprendimiento de ellos no sea físico ni ventas minoritarias, de igual manera el afiliar personas a un negocio es parte de un emprendimiento ya que genera una remuneración en este tipo de compañías.

Un alto porcentaje de personas que entran a una red es porque ven oportunidad de surgir en un momento de crisis, de necesidad de ingresos en su núcleo familiar, casi siempre es para tener un extra, tomar la decisión de hacer una red y trabajarla de lleno no es sencillo, es un reto que deben de asumir personalmente ya que deben de abrir caminos para lograr tener éxito, la credibilidad es indispensable para que otras personas confíen en su trabajo y decidan emprender el mismo rumbo, para muchas personas lo que inició como un ingreso

extra al final termina siendo su mayor fuente de ingresos, progresar y salir adelante, otro porcentaje no logra independizarse en este tipo de trabajo.

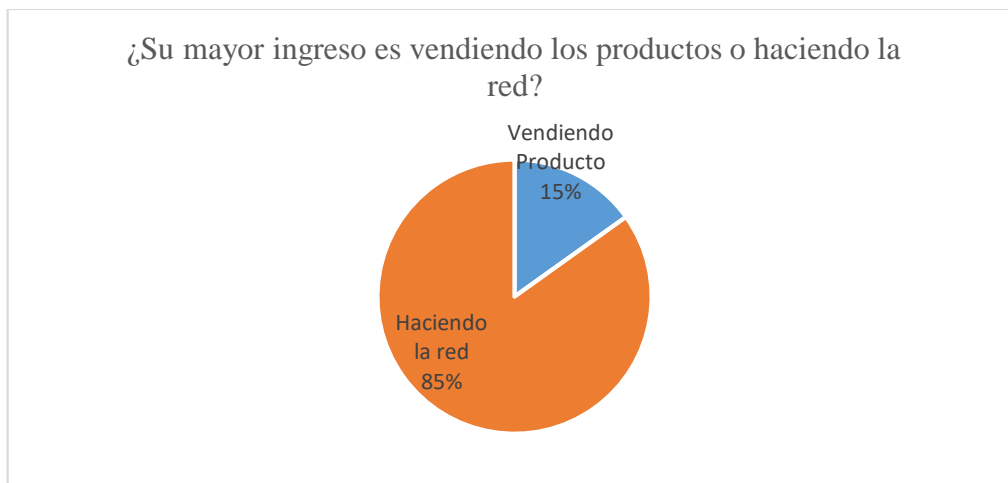
El desempleo desestabiliza a muchas personas y familias, ahí es donde existen oportunidades variadas, se espera para conseguir un trabajo convencional o buscar opciones en donde puede surgir, una persona con necesidades necesita poner a pensar su mente e ir tomando acciones, el no tener trabajo automáticamente lleva a crear uno en donde de ese desarrollo económico, sin embargo, no es sólo decir “haré tal cosa”, sino iniciar un proceso que dé seguridad lo que se va a realizar.

El querer emprender hace que se busquen e identifiquen ideas, estas se evalúan y analizan para determinar hacia donde llevaría ese emprendimiento, el tomar una decisión final, el decidir no hacer algo que tiene pocas probabilidades de no ser exitoso, también es ganar ya que el dinero no se ha utilizado, sin embargo, a la hora de hacer una inversión existe la posibilidad de ganar o perder, ahí es donde se debe actuar y hacer lo necesario y posible para que la oportunidad sea con resultados positivos y la inversión no se pierda más bien genere liquidez.

En un trabajo el ingreso es indispensable ya que es el sustento diario de la casa, por lo que es importante analizar cuál es el mayor ingreso económico de esta muestra.

**Figura 9.**

*Ingreso*



Fuente: Elaboración propia

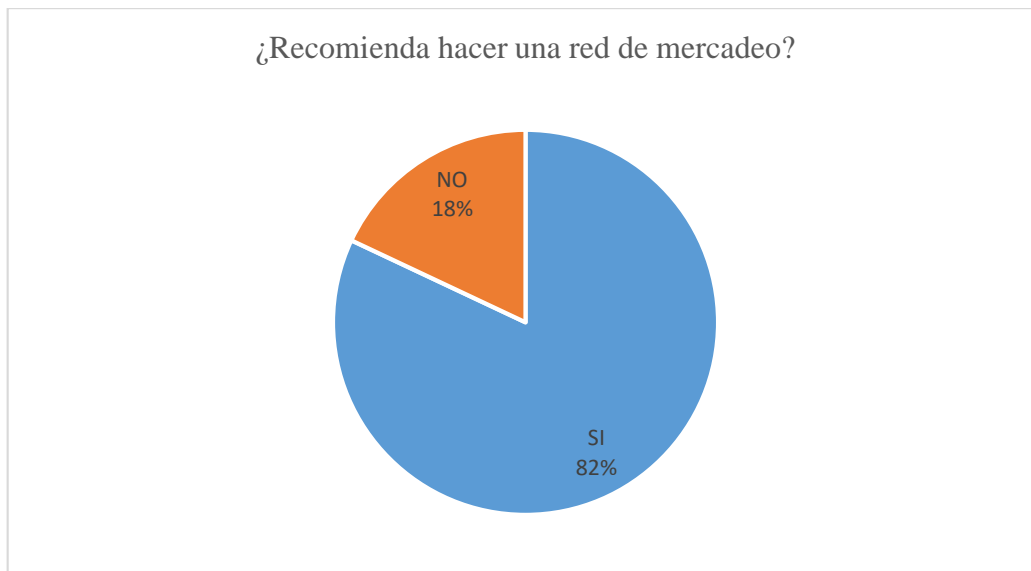
Es de mayor relevancia evidenciar sus ingresos reales, en donde en este análisis se ve que el ingreso más alto es por hacer la red que por venta de producto, esto se da ya que al hacer la red el porcentaje de ganancia es más amplio que el porcentaje de venta de productos.

El 85% expresa que su mayor ganancia es hacer la red, y solo un 15% su ingreso mayor es vendiendo el producto de la red, esto va por los porcentajes de ganancias y el enfoque que le den a la empresa en la que se afiliaron, además, es claro que una persona que hace red de mercadeo va a recomendar hacer la red, primero esas son las personas que ellos afilian para generar dinero y ganar el porcentaje mensual, por lo tanto, si a usted un trabajo le sirve y es estable claramente lo va a recomendar, así lo muestra el gráfico de la siguiente pregunta, aunque es importante recalcar que un 15% de personas que sí están afiliadas a redes de mercadeo no las recomiendan, es importante aclarar que ellos venden los productos, más no hacen la red o saben que esto implica determinación y no es fácil.

Trabajar en un emprendimiento en donde necesita organización y esfuerzo, disciplina y coraje, no es fácil, los que hacen esta habilidad afirman que es duro y deben de estar preparados para ofensas y burlas ya que gracias a las malas acciones de unos las personas se cierran las puertas para escuchar y tomar la oportunidad, ellos mismos creen que si usted no es de coraje y carácter, si le pone atención a lo que la gente dice, es mejor que no ingrese ya que esos son los que al final le hacen daño a la compañía, esto lo demuestra el siguiente gráfico en donde se consulta si recomiendan hacer una red de mercadeo y seguidamente se les consulta si es un ingreso constante.

**Figura 10**

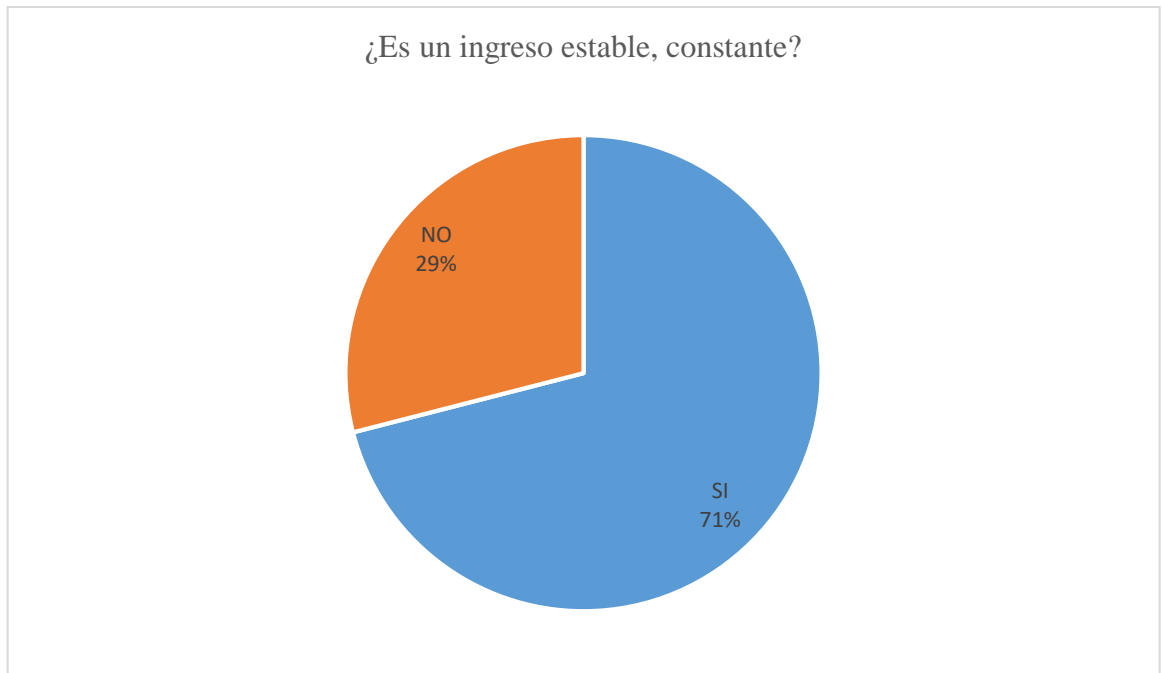
*Recomienda hacer una red de mercadeo*



Fuente: Elaboración propia

**Figura 11.**

*Ingreso estable, constante*



Fuente: Elaboración propia

Se sabe que en todo hay que trabajar fuerte y esta no es una excepción, necesitan estar llamando, ofreciendo y hacer estrategias de ventas para que este ingreso sea constante, en la actualidad las redes sociales son la herramienta básica para estos emprendimientos, es la base para la prosperidad del trabajo, agendar llamadas, buscar personas por distintas redes y publicitarse en ellas es la manera que los trabajadores hacen para ir haciendo crecer los ingresos en el marketing y con ello el cómo ir administrando todos los procesos, así sea cuando están limitados o cuando ya es una solvencia económica constante, la administración es la base para al final un negocio pueda sobrellevarse por años.

La mayoría de las personas recomiendan hacer una red de mercadeo, esto lo deben de tener en cuenta personas extrovertidas, a las que les guste interactuar y ofrecer a personas que no conozcan hasta sus seres queridos que viven en la misma casa, si usted tiene estas características es un candidato ideal para lograr pertenecer a una red de mercadeo, ya que la base es buscar clientes y no esperar que lleguen solos.

Ante la percepción de la muestra que trabaja en esto se les consultó si es posible superarse económicamente en la red ya que un 29% es un porcentaje alto para que no cuentan con un ingreso constante y esto trae repercusiones fuertes.

Es un tema constante el saber si este empleo de redes de mercadeo es un área laboral que da estabilidad, si mes a mes cuentan en realidad con un ingreso fijo, el porcentaje en el que pueden quedarse hasta sin ingresos, se les consultó a ellos y sus respuestas dan a entender que el 71% acepta ser un ingreso estable en donde tienen un promedio de ingresos, aunque es importante que el 29% citen no serlo, muchas veces es porque “no hacen el trabajo bien”, otras es porque en realidad el trabajo está fuerte y no logran colocar suscripciones, es importante recordar que en muchas empresas la suscripción es un poco elevada por lo cual ellos venden la idea de que en el mismo mes ya han ganado la inversión, esto solo en las redes y no en la venta de productos, en otras redes no cobran una inscripción, solo el comprar un consumo para abrir código y así puedan tener el acceso a seguir vendiendo productos o a afiliar personas.

Este negocio es como muchos otros, todos dependen de clientes en el cual si no se vende no se gana, no se genera, es una empresa igual a tener una empresa física, la diferencia está en la manera que el emprendedor lo tome y la seriedad en la que trabaja, un emprendedor



siempre va a estar con la sensación y vulnerabilidad de ventas y consumo en sus servicios por lo cual hay que ser fuerte y estar preparado para sobrellevar momentos difíciles.

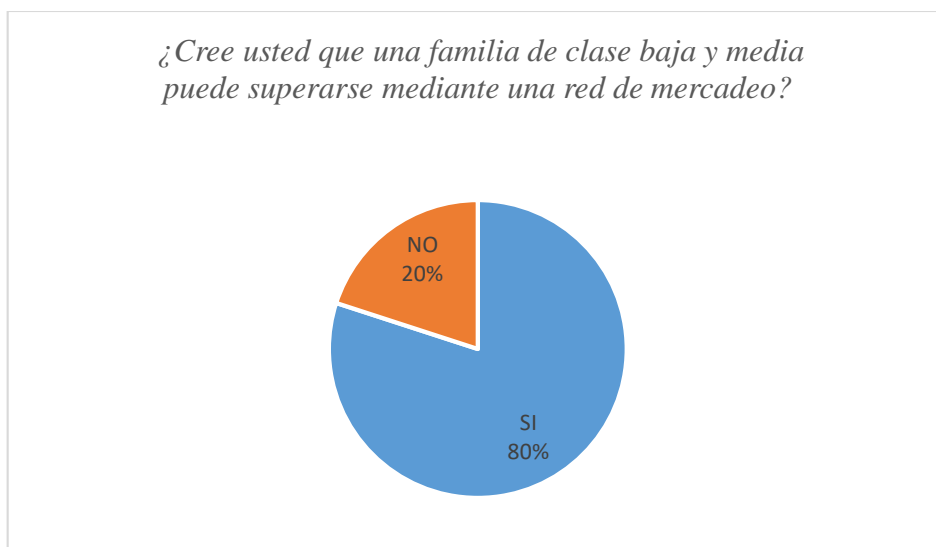
Se debe de ir trabajando la psicología de cada persona y familia, una Especialista en orientación y trabajo familiar social, cita, “la incertidumbre de no tener un monto fijo de ingreso en familia es perjudicial al núcleo familiar, genera estrés, tensión y depresión puede terminar en consecuencias graves, ya que depende de la inteligencia emocional de cada ser humano puede llegar hasta la violencia por el no saber cómo actuar y solucionar”.

Esto repercute no sólo la persona encargada de los ingresos, sino que trae bastantes consecuencias no positivas en los demás dependientes de estos ingresos, la manera con que van viviendo el día a día es un poco el cómo se van a ir formando para cuando sean adultos, ya que van creciendo con un patrón y llega a ser repetitivo.

El no ser un ingreso constante representa a que en algún momento no va a generar un ingreso, los gastos de las casas y alimentación pueden tener repercusiones y la integridad física y psicológica corren peligro, aunque en este proyecto de emprendimiento se puede salir adelante, también, crea un ambiente de inestabilidad al ser independiente su economía, muchas veces las personas desean tener un salario base, asegurar ese ingreso y el miedo a emprender y lograr algo distinto prevalece y no rompen esquemas para buscar nuevas oportunidades para superarse, y esto lo puede demostrar el gráfico siguiente en donde se les consulta si una familia puede superarse.

**Figura 12.**

*¿Superarse mediante una red de mercadeo?*



Fuente: Elaboración propia

Un 20% cita que no es posible superarse, esto representa casi a una cuarta parte de la muestra, un porcentaje relativamente alto, pero que demuestra la realidad de muchos que no creen en la estabilidad y superación mediante este tipo de trabajo.

El tener un porcentaje bajo de ingreso y lograr entrar a una red e ir generando resultados ya es parte de la superación personal y familiar, va dando una estabilidad, aunque se tiene claro que no es un salario fijo. Y que con la actitud y valentía el proyecto puede salir adelante con éxito o en varios casos no, por lo que deben buscar otra fuente de empleo.

Un trabajo convencional tampoco es sinónimo de que una familia puede superarse, esto va dependiendo de la organización y administración financiera de cada asalariado, en ocasiones y muchas los salarios bases no alcanzan para los gastos mensuales esto es sinónimo que no pueden superarse o que por el ritmo de vida que llevan no logran organizarse, ya que

van gastando más de los ingresos que tienen, por lo que un trabajo de red de mercadeo puede ser algo similar o si logra tener un ingreso fijo puede lograr superarse gracias al orden en el que van llevando su economía.

El 80% acepta que una familia puede lograr superarse, al tener la oportunidad de trabajar en el marketing, el hacer crecer su emprendimiento, su negocio, un padre de familia al lograr una estabilidad económica para ir criando a su familia es ya significativo para poder decir que se ha ido superando.

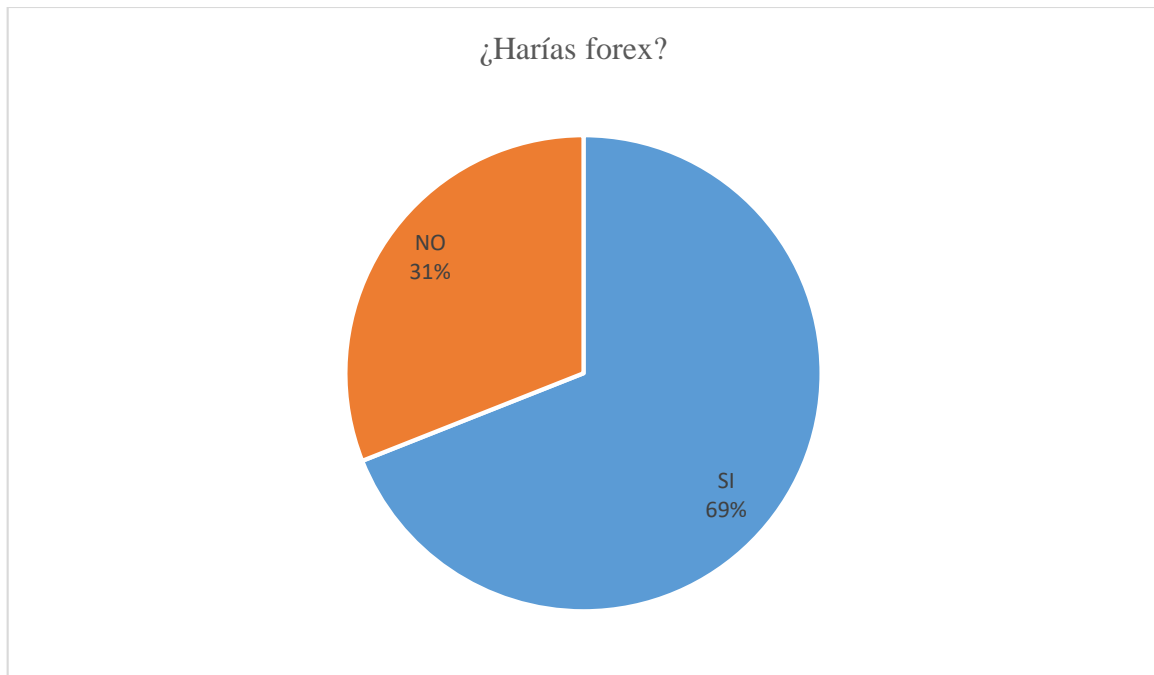
El estar desempleado y con el marketing lograr ingresos para ir estabilizándose es ya ser agradecido y aceptar que puede haber momentos de éxitos en el emprendimiento y que con constancia lograr un ingreso estable permanentemente, en donde puede haber bajas, pero con actitud lograr que esas situaciones pasen y sean de éxito al pasar el tiempo, esto independientemente de la red en la que está inscrito.

Trabajar en una red de mercados financieros no es sinónimo de que hace Forex, es decisión de cada persona si solo hace la red, si trabaja en mercados financieros o hace ambas.

Esta siguiente pregunta es un reflejo del análisis, ya que el 69% menciona que sí haría Forex específicamente, el área de mercados financieros es muy amplio, se sabe que cualquier intercambio de moneda es Forex, pero dedicarse a establecer este como su trabajo real es más complejo, lleva tiempo y no es sencillo, sin tomar en cuenta la red de mercadeo.

**Figura 13.**

*¿Harías Forex?*



Fuente: Elaboración propia

Es un trabajo que es de constancia y a largo plazo, el ingresar a trabajar en mercados financieros no es sinónimo de tener un ingreso inmediato, es sinónimo de emprender un camino de aprendizaje para tener resultados a mediano o largo plazo, también hay que invertir y llevar el proceso despacio.

Personas que están en las redes de mercadeo, van viendo por épocas cuál es la red que “está de moda”, el vender y tener la habilidad de hablar con las personas es la base de este negocio, en las redes de Mercados financieros es indispensable acotar que hay algunas personas que no les gustan los números, la matemática y las finanzas, por lo que su trabajo es solo hacer la red más no involucrase en el área numérica y de análisis, el área de Forex, no necesariamente porque no pudieron ser rentables, sino porque no es el tema de ellos,

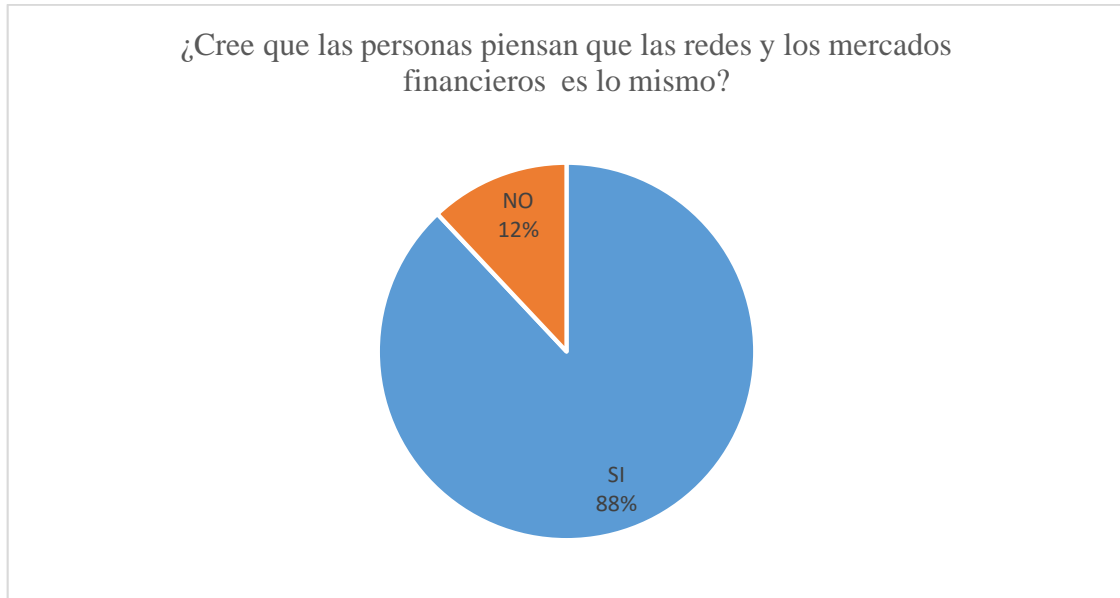
además hacer Forex, lleva tiempo y constancia y muchas de las personas que están de lleno en una red no tomarán tiempo para estudiar y practicar lo que lleva Forex, por lo cual para ellos es más factible solo recomendar la red y no dedicar tiempo extra a esta otra parte del emprendimiento.

Existe otra gran parte de personas que si harían Forex, más aún no lo hacen, lo harían porque ven que otras personas sí tienen resultados y no es una estafa o mentira, ven resultados en donde el ganar dinero limpiamente sí existe por medio de los mercados financieros, y un porcentaje en la actualidad hace ambas prácticas del negocio, tanto el marketing como los análisis de los mercados financieros, por lo que van teniendo una ganancia y rentabilidad en ambos, se van complementando para ir teniendo una vida que ellos anhelaban, para superarse y lograr metas que en algún momento no las vieron factibles solo con una entrada económica en la casa.

Como parte fundamental de esta investigación es diferenciar las redes de mercadeo y los mercados financieros, ya que se refleja que las personas con información errónea sacan conclusiones de que es exactamente lo mismo, por lo que se refleja en esta pregunta realizada a personas trabajadoras del marketing por suscripción.

**Figura 14**

*¿Cree que las personas piensan que la red de mercadeo y los mercados financieros es lo mismo?*



Fuente: Elaboración propia

Es notable este resultado, la mayoría de las personas creen que es lo mismo, ya que los términos se han unido gracias al auge que han tenido las redes de mercadeo hacia los mercados financieros.

En el momento que las redes de mercadeo vieron el mercado con la necesidad de implementar la formación de trabajar Mercados financieros, iniciaron un proceso y abrieron estas compañías para ir de la mano en conjunto, sin embargo, ellos a la hora de promocionar las personas creen que al inscribirse automáticamente trabajarán Forex, sin embargo, es totalmente independiente, lo que ofrecen estas compañías es una oportunidad para aprender a manejar los mercados financieros.

Esto ha hecho que las personas creen lo que no es, y se den ideas de “dinero rápido con Forex” solo por inscribirse a una compañía, por lo cual esto es erróneo como lo cuentan dos trabajadores profesionales en este ámbito, en el siguiente apartado.

#### **4.2 Análisis de entrevistas.**

Teniendo en cuenta las encuestas realizadas y análisis interpretado se reflejará en el análisis de las entrevistas a dos profesionales en el ámbito de los mercados Financieros y por ende, parte de las redes de mercadeo, en donde se verán algunos argumentos, efectos y factores de las redes de mercadeo y los mercados financieros.

Se evidencia la falta de información que tienen las personas, y no es sinónimo de que no exista la información, es sinónimo de que los seres humanos se dejan llevar por lo que dicen los demás y muy poco porcentaje investiga, se dejan guiar por lo que la moda dice y se expresa y hacen muy poco análisis propio.

En la entrevista realizada específicamente, a personas que ha trabajado en el campo, una de ellas cita, “Una red de mercadeo es una forma amplia y legal de generar ingresos, en donde muchas familias emprendedoras ganan el sustento diario” persona 1, por lo que muestra que este trabajo existe y sí hay familias sobreviviendo de él, en donde logran emprender y comenzar un camino diferente.

Una de las preguntas que se les hicieron a ellos es “usted sabe qué son los mercados financieros porque trabaja en ello, pero qué cree de la mayoría de las personas, saben ¿qué es eso?”

Cito textualmente, “en los últimos meses ya algunos años las empresas de redes de mercadeo están dándole más auge a los mercados financieros, ya que se dedican a mercadear una marca que insta a estudiar Forex, lamentablemente, las personas creen que meterse a pagar una mensualidad en una red de mercadeo es ya hacer Forex y eso no es así, usted ingresa para así poder tener acceso a una plataforma que te puede guiar y poder aprender a operar estos mercados y en algún momento generar dinero solo con Forex, pero al meterse a la empresa automáticamente está en una red de mercadeo en donde usted puede ganar sin hacer Forex”, persona 1.

Además, nos cita, “las personas que creen que Forex es solo meterse a una compañía están equivocados, y eso es lo que pasa, creen que meterse a hacer una red que le da acceso para entender Forex es ya saber, las personas se equivocan y creen que los mercados financieros es afiliarse”, persona 2.

Ellos, profesionales en Forex, expresan lo que este gremio cree, las personas no se informan y no toman en serio los distintos conceptos que tienen una gran diferencia entre sí, son trabajos distintos y formas en que, sí se puede generar dinero, pero no tan fácilmente a como lo dicen, a como “venden el producto”.

Se les consultaron a estos profesionales si ellos creen que las personas piensan que la red de mercadeo y los mercados financieros es lo mismo y dieron a entender que las personas tienen un significado erróneo y hasta mezclan los significados de mercados financieros y redes de mercadeos.



Persona 1, cita, “se puede hacer Forex sin estar en una compañía de marketing, pero las personas no creen esto, creen que para operar Forex es indispensable el mercadeo y están completamente erróneos”.

A como lo cita este profesional, el mercadeo ha logrado que se ponga de moda Forex, más no es indispensable entrar a una compañía, existen muchos profesionales que llevan más de 20 años trabajando en esta industria y no pertenecen a las redes, algunos se dedican a dar clases por aparte otros ni se conocen, ya que trabajan en sigilo en su casa y no les interesa el hacer propaganda como lo hacen los trader que trabajan para redes de marketing, en el mundo de la Internet existen muchísima información en la que una persona puede iniciar a conocer cosas y acciones básicas del Forex, estrategias y maneras de trabajar con las cuales son básicas para ya iniciar a querer aprender más sobre los mercados financieros.

Estos profesionales iniciaron en los mercados gracias a las redes, por lo cual se le consultaron si en este momento trabajan en ambas áreas y su rentabilidad.

La persona 1 cita, “en este momento no estoy en ninguna red porque me dedico el 100% a los mercados financieros. No porque la red no me dejaba, sino que lo mío no son las ventas entonces quise dejarla y enfocarme en lo que, sí me gusta, estuve haciendo redes casi 3 años y sí me daba para sacar un salario mensual estable”.

Persona 2, “Tengo 6 meses de hacer la red, en este momento sí puedo sacar un salario estable por mes y la meta es aumentar el ingreso, no creo dejarla, ya que sí me gustan las ventas”.

Esto son dos ejemplos de cómo trabajar y salir adelante en dos compañías, se puede vivir solo de los mercados Financieros y en esta ocasión la red fue un puente para poder

conocer Forex y así desarrollar esta habilidad, sin tener que compartir e interactuar con clientes ya que es un trabajo individual, el otro ejemplo es el tener la proyección en las ventas, redes de mercadeo e interactuar con las personas y lograr que se integren a su emprendimiento, a un nuevo trabajo.

Es posible vivir de las redes de mercadeo, superarse y lograr metas, es un trabajo estable, estas fueron unos de los aspectos que se conversó con estos profesionales, unas de sus respuestas fueron.

La persona #2 entrevistada cita, “hay que trabajar bastante, no es fácil, los rangos se caen mes a mes, pero así mismo pueden aumentar, esto depende del empeño que usted le ponga, hay meses muy constante y se va creciendo, hay otros ciclos en los que es más difícil la afiliación”... “yo en menos de 2 meses logré hacer el mismo salario de mi trabajo anterior, aproximado al salario base de Costa Rica, llegando a los seis meses lo dupliqué, creo que ya con estos números una familia puede tener estabilidad e irse superando, aunque en cualquier momento la base puede caer, claro uno trabaja fuerte para que eso no suceda”.

La persona 1, cita, “claro que es posible, para el que le gustan las ventas, pero de 100 personas 1 lo puede lograr, los demás van trabajando por un salario base y otros que van y vienen y no logran estabilidad”... “yo me llevé un año el poder ser rentable en esto, no me arrepiento de la inversión que hice porque en la actualidad tengo resultados, hay personas que duran menos tiempo y otros que lo logran en mayor tiempo, además muchos no son constantes y dejan este trabajo, esto debe ser como una profesión, la gente entienda qué es un proceso y así como van a una universidad

3 años para luego emplearse, deberían de hacer ese mismo proceso aquí y así se darán cuenta que si es rentable”.

No se puede pretender que la estabilidad laboral va a dar para emplear a todas las personas del mundo, está muy alto el desempleo y muchas familias pasan inestabilidades ya que no logran tener constancia en sus empleos, se debe de innovar, crear empresas e invertir en compañías que generen solvencia económica, además la educación debe ser más práctica e incentivar a que sea administrador de su propia empresa y no a trabajarle a otros.

Las Pymes han ido revolucionando y este tipo de empresas puede lograr ser un puente de emprendimiento siempre y cuando se tenga la información correcta, el consultarles a los expertos si creen que las personas piensan que las redes y los mercados son lo mismo esto fue lo que citaron.

Se le consultó a la persona 1 qué opina al respecto y citó, “las personas están confundidas, gracias a las redes de mercadeo los mercados financieros se han dado a conocer aunque ha sido un poco perjudicial a otras compañías ya que muchos creen que las redes son solo de Forex y no entienden que toda la línea de revistas son redes de mercadeo, además, el marketing por suscripción ha ido cambiando el concepto, inició vendiendo productos y en la actualidad están vendiendo servicios las nuevas redes”.

La persona 2 cita, “esto ha despertado el término “marketing”, y la gente no entiende que, desde hace años, cuando salieron las ventas por catálogo nació la red, creen que es ahora y que es lo mismo que Forex, por lo que dicen que es una estafa sin informarse”.

Esto lleva por qué las personas tienen una idea errónea de lo que es Forex, y ejemplifican el marketing como mercado financiero y viceversa, esto se da también por no llamar por su nombre a las distintas compañías, ya que el decir “vendo por catálogo” es lo mismo que “red de mercadeo” y las personas no lo identifican así, por lo que en la cotidianidad irse adaptando a estos términos que no son nuevos pero han sido poco usados, hace que las personas creen que es un trabajo en el cual nunca han estado involucrados, esto genera la propagación de los términos y el ir volviéndose más común hace que las personas al principio entren en pánico y no sepan distinguir una de la otra, no es por falta de información, es por falta de que las personas busquen la información correcta, la comercialización ha ayudado a que se note más la democratización en estas áreas comerciales a nivel mundial específicamente en la región.

Se les consultó a los expertos en Forex que saben sobre el proceso de la democratización de los mercados financieros y estas fueron sus respuestas.

Persona 1, “desde antes de los 2000 inicia una era tecnológica un poco más fuerte, por lo que la Internet va tomando fuerza y lo “online” empezaba a sonar más, por lo que las tarjetas del banco salieron más al mercado y las personas empezaban a ver un cambio, esto se dio para que personas que trabajaban en la bolsa lo notaran y vieron una proyección de ganar y generar más ganancias mediante el abrir el mercado comercial a personas con menos dinero, ya que antes el participar en la bolsa requería ser reconocido y tener mucho dinero e invertir grandes cantidades y además demostrar que estaba en capacidades de hacerlo, aquí fue en donde se abrieron las puertas hasta la actualidad, las personas pueden empezar a trabajar en los mercados hasta con \$10, ₡6000, es realmente impresionante”.

Persona 2, “Democracia es libertad, eso fue lo que pasó con la bolsa de valores, la tecnología ha hecho que las puertas se abran y personas con poco ingreso, pero con ganas de superarse han podido probar este trabajo y hoy muchos son exitosos, gracias a las barreras que internet ha logrado desaparecer”.

Afirman que ahora es más sencillo, está abierto el mercado y no hay limitantes en dinero para poder entrar a estas plataformas, ellos concuerdan que ahora está más de la moda, aunque tiene años de estar libre para cualquier persona mayor de edad, la democracia llegó hace más de 20 años a este mercado.

Democracia, según la RAE “Sistema político que defiende la soberanía del pueblo y el derecho del pueblo a elegir y controlar a sus gobernantes”, esto lleva a la democratización, es la acción que el pueblo elige lo que quiere, no hay una dictadura y pueden tomar libremente la decisión en donde quiere invertir y reinventarse.

Se les consulta también sobre esa democratización en la zona de Guápiles, ellos citan.

Persona 1, “Esta democratización es a nivel mundial, no solo en Costa Rica, en Pococí se sabe que es una mina de trabajo para Costa Rica y muchas personas han escuchado de esta oportunidad, se han formado y logran establecerse y salir adelante mediante las inversiones en la era tecnológica, otros en el camino van quedando, esto es una carrera, esto no es para todos, tanto los mercados financieros como las redes de mercadeo”.

Persona 2, “En Guápiles hay personas muy inteligentes, muchos han salido adelante con compañías de marketing afiliando a personas a vender productos, pero en la actualidad muchas personas han crecido personalmente gracias a la oportunidad de

que los mercados financieros tienen accesibilidad a todos, y no como antes a unos solos cuantos”.

La verdadera democratización es eso, es llegar a todos, que no existan barreras o limitantes para algunas personas, en Pococí, Costa Rica y el mundo, se abrieron las puertas tecnológicas en el mismo momento, aunque no en todos han llegado a diversificarse simultáneamente, algunos lugares más rápidos que otros, eso fue lo que ha pasado en Costa Rica y en Pococí.

Hasta hace aproximadamente 3 años inició esa línea a meterse a la zona, y se puede decir que desde ahí se puso en práctica la ya democratización que había sido avalada hace más de 20 años, en el último año ha aumentado más el auge de aplicar esa democracia y querer emprender un camino que muchos lo llegan al éxito, y otros van dejando esa decisión y se enrumban a otro lado ya que no vieron el avance en ese proyecto.

Los mercados financieros se abrieron hace años, pero el proceso de llegar a todas las partes del mundo y rincones de Costa Rica ha sido un proceso, de conocimiento y aprendizaje para los que están incursionando en ese mundo, así sean personas con experiencia y reconocimiento y otras que están ingresando a conocer este tema.

Diariamente, las empresas de marketing en el área de mercados financieras inscriben personas, y así es donde van dando a conocer un poco más la línea del trader, así es como se aplica esa democracia e intentan integrar a todos los suscriptores a las plataformas financieras, las redes le dan publicidad en la actualidad integrando las dos formas de trabajar para generar dinero, un emprendimiento en donde existen muchas historias y aunque para

muchos no es tan positiva, para otros si ha sido un emprendimiento exitoso, ya sea haciendo la red o trabajando los mercados financieros.

Gracias a la democratización se abren enlaces para que no se excluya a nadie de ciertos negocios, el poder ir generando capital en esas plataformas digitales hace que todos entren en la democracia y no es excluido por país, raza o nación, que todos los seres humanos tengan la oportunidad de ingresar y generar una habilidad que al final del camino puede ser su carrera y fuente de empleo importante.

En Costa Rica, gracias a la ley #9635 “ley del impuesto sobre el valor agregado, fortalecimiento de las finanzas públicas” se va a sentir más esa democratización en los mercados ya que gracias a la ley muchas compañías extranjeras deben de pagar impuesto para hacer transferencias bancarias, eso hace automáticamente que este dinero entre legalmente a Costa Rica, además, muchos de los bróker en los que se trabajan en Costa Rica, hacen depósitos a bancos estatales, esto es importante ya que si tiene una legalización o al menos se puede usar una vía pública para que todo sea por el camino correcto.

Esto no quiere decir, que el 100% esté legal, como en todo tema, existen vías por la cual personas inescrupulosas pueden no declarar el dinero y eso es pérdidas para el estado, esto puede suceder en el momento de trasladar dinero, ya que prácticamente los bróker trabajados sí son legales ya que nadie pondría su capital de trabajo en un banco no regulado, hay que tener presente que muchos de los bróker son de EEUU y el continente europeo, ya que en la actualidad el dólar y el euro son divisas que tienen mucha fluidez en el mercado.

En cualquier parte del mundo puede existir un bróker, cada uno tiene sus propias normativas, este se rige dependiendo de la compañía dueña, lo único que se necesita para

abrir un bróker es capital, pero es indispensable tener respaldos fuertes, de compañías reconocidas para que así las personas inversionistas confíen y depositen su dinero ahí.

Forex es un mercado abierto en donde puede una persona generar dinero o perder la inversión, poco a poco se van abriendo puertas para que todos los bancos lleguen a legalizar los ingresos o en los países legalizar todos los accesos que puedan tener ingresos, para así tener un mayor orden, se puede trabajar al 100% legal, aunque muchos pueden buscar formas de no hacer los procesos respectivos.

#### **4.2.1 Factores que influyen y enlazan los mercados financieros y el marketing por suscripción**

Como se ha ido evidenciando en los análisis, estos dos mundos, aunque son distintos siempre van a ir llevando aspectos en común, factores que los van uniendo y se logran ir recalando en el diario vivir.

Algunos de ellos son:

##### *4.2.1.1 Economía de redes y redes económicas*

La economía es relativamente indispensable, los mercados financieros es una red económica, en donde por medio de la tecnología y plataformas te hacen generar ingresos o pérdidas, el marketing es una economía de redes, por el cual se debe ir tejiendo esa red para ir obteniendo resultados al formarla, ambas situaciones son proyectos para mejorar la economía y trabajando ambas se hace aún más productivo.



#### *4.2.1.2 No existen barreras*

Las barreras en este momento están en la mente, la democratización ha logrado que muchos mercados se abran y estos dos son ejemplo de eso, ya que por medio de la virtualidad las fronteras desaparecieron y cada día van a ir desapareciendo más.

#### *4.2.1.3 Evolución de estrategias de marketing*

Así como la democratización avanza, la digitalización crece y las fronteras desaparecen por el internet, el marketing evoluciona, ambas compañías necesitan innovar de manera virtual para lograr establecerse y captar clientes para seguir surgiendo y reinventándose.

#### *4.2.1.4 Regulación*

En todo lugar existen regulaciones, y cada quien debe de adaptarse a esas guían internas de la empresa o país, es indispensable que las empresas estén reguladas para no caer en la parte ilegal, sin embargo, como en todo tipo de negocio existen personas deshonestas que intentarán hacer de esto un negocio ilícito, ambas líneas de trabajo están en la mira y puede lograr ser un punto frágil ya que a la hora de ser directamente digital el acceso a nivel mundial existe.

#### *4.2.1.5 Abierta a todos*

En estos emprendimientos no hay reglas de etiqueta y mucho menos de estereotipos de edades, uno de los factores indispensables es que cualquier ser humano puede laborar en ellas, sin caer en la explotación o consecuencias por maltrato infantil o de adultos mayores,

se necesita actitud y ganas de emprender para así unificar estos y lograr estabilidad o de la misma manera de forma individual.

#### *4.2.1.6 Trabajo y movilidad económica*

No es un secreto y queda evidenciado que el factor económico es el que mueve estas grandes masas y al mundo, países del primer mundo han logrado posicionarse gracias a la fuerza económica que tiene y más cuando las ganancias quedan entre ellos mismos, la humanidad se cree tiene una ganancia, pero los mayores beneficiarios son las personas poderosas que manejan estas masas. El tener acceso de trabajo laboral en los mercados Financieros y en el marketing por suscripción da una mayor movilidad o auge laboral, por lo que aquellos que pagan poca remuneración se ven afectados, ya que la fuerza laboral va disminuyendo.

#### *4.2.1.7 Dineros fuera del país, ahorros*

Este factor es importante, la mayoría de los dineros no están en suelo costarricense, se deben de hacer transacciones internacionales para que ese dinero entre al país, aunque existe una manera 100% legal las personas prefieren ir dejando sus ahorros fuera del país e ir materializando solo lo que van necesitando, para el diario vivir.

#### *4.2.1.8 Oportunidades*

En la vida existen muchas oportunidades, hay que ir leyendo y analizando cuál toma, en cuál se enfoca y trabaja, el no dudar y no tener miedo es la base para que el factor miedo no se apodere y deje ir las oportunidades que esto le puede mostrar. No todas al final son

positivas, pero si se esfuerza y se propone metas puede lograr ser la oportunidad de su vida y asegurar su futuro.

#### 4.2.1.9 Trabajo

Uno de los factores más importantes que unen estas dos grandes empresas es la fuerza laboral, el presentar una nueva oportunidad de generar dinero es muy atractivo para el ser humano, en donde se le ofrece una amplia gama de oportunidades y líneas a trabajar para lograr resultados positivos en el área financiera persona.

#### 4.2.1.10 Administración

Por último, puede ser la mejor oportunidad, ganar el dinero que nunca pensó, pero sin administrar bien y ser consciente de las metas puede llegar a perder más de lo que ganó, el factor administrativo es la base para que un negocio sea persistente por muchos años y no solo por momentos o temporadas.

En Costa Rica y a nivel mundial en los años 90 se dio la apertura a los mercados financieros, dejando este acceso total y libre a toda persona que desea incursionar en este movimiento.

Este proceso de democratización, aunque se abrió, fue un poco lento porque hasta hace aproximadamente 5 años se dio este impulso y se hizo más visible, de la misma manera existen costarricenses que tienen alrededor de 10 años trabajando los mercados financieros, por lo que demuestra que, sí se podía, aunque la información no llegara por parte de los que, sí sabían, no era divulgada ya que los que ya estaban en esa corriente no ganaban nada impulsando a los demás a incursionar en este negocio.

Aunque los mercados son abiertos se lleva un proceso para que esto sea visible, sea presentado al público y que más personas quieran trabajarlo, el primer paso después de que se diera esta apertura es la divulgación, ir quitando las barreras que existían y así lograr dar la información correcta a aquellos interesados y a otros que no están enterados que de alguna manera les llegue la información y logren interesarse.

En la actualidad, las redes de mercadeo siguen vendiendo por catálogo, pero, además, venden el servicio de acceder a Forex, y ganan por la afiliación de personas que adquieren los servicios para poder incursionar en el mundo de Forex y así lograr además de la afiliación un ingreso adicional operando las plataformas digitales que están “de moda”.

Siempre que se emprende en un local comercial se sabe que mes a mes hay que pagar recibos, local, comprar mercadería entre otros, se determina que este negocio al no tener una sede física, las personas creen que no deben invertir, que pueden generar gratis, al saber que mes a mes deben de pagar una mensualidad para tener acceso a una plataforma y para seguir afiliando personas llegan a la conclusión que “son estafas” ya que no ven un artículo físico por el que están pagando, no ven que reciben nada a cambio por lo que unen los términos y llegan a la conclusión que todo es lo mismo y que “no sirve”.

## **Capítulo 5**

### **Conclusiones y recomendaciones**

## 5.1 Conclusiones

1. Identificar el proceso de la democratización de los mercados financieros en Costa Rica.

Parte del proceso es abrir los mercados quitando barreras, dar visibilidad a la apertura de los mercados, enseñar y formar para que trabajen en los mercados financieros y ser constantes en esta área.

El proceso de los mercados Financieros en la democratización fue y sigue siendo a nivel mundial, se dio acceso a todas las personas que tienen oportunidad de acceder a una red de internet y pudieran estar conectados a ir trabajando este mercado, en el momento de apertura no eran muchos, pero sí los necesarios para que esa barrera fuera desapareciendo, conforme la tecnología avanza así mismo se van dando pasos para que esta democratización sea más visible y se entienda de que se trata.

No es solo en Costa Rica que se inicia este proceso, es a nivel mundial, ha sido poco a poco pero constante, aunque en este proceso se da también la des-democratización, en donde retrocede un poco el proceso continuo y se cree que no se está trabajando en ello, ya que la red e intente cerrar y no llega información a personas nuevas.

2. Distinguir la diferencia entre mercados financieros y marketing por suscripción.

Mercados financieros es hacer transacciones digitalmente en un banco llamado bróker, para esto se necesita tener conocimientos básicos de cómo trabajar en ello, como ir accediendo a estrategias y bases para ir metiendo operaciones, disminuyendo el riesgo con las habilidades generadas.

El marketing por suscripción es afiliar personas a una compañía y así ganar una comisión por esto, sin importar que tipo de compañía sea, si vende productos o servicios, estas compañías iniciaron con las conocidas “ventas por catálogo”

Existe una línea muy grande entre los términos de mercados financieros y marketing por suscripción y en la actualidad las personas las están confundiendo esto por consecuencia a las modas que se van presentando y por compañías que trabajan entre sí.

3. Identificar los factores que influyen y enlazan los mercados financieros y el marketing por suscripción en el Distrito de Guápiles.

La economía y la libertad de ejercer estos trabajos son parte indispensable como factores para que familias los unan y trabajen entre sí, teniendo esperanza de lograr estabilidad.

El que en la actualidad existen compañías que trabajen ambas líneas en la empresa hace como factor primordial el que las personas las confundan y saquen las conclusiones que es lo mismo.

Las redes han logrado incursionar en el área de venta de servicios y comercializan educación para realizar Forex, por lo que las personas creen que al ingresar a una red multinivel automáticamente van a generar dinero en Forex.

Un factor importante es que la mayor publicidad es la que va “de boca en boca”, personas al vivir una experiencia negativa con la red automáticamente les dan una mala divulgación a los mercados financieros, por lo que las personas creen que no son reales y son una estafa, ya que al venderles la red de “Forex” no logran separar que el “dinero rápido” que pueden generar es afiliando personas y no entendiendo un mercado amplio que conlleva la economía.

En conclusión, la desinformación hace que estos trabajos distintos los entrelacen, al escuchar comentarios positivos y no llegar a la raíz de los significados, el querer llevar la línea que lleva el mundo y no sentirse extraño opinando lo que los demás opinan, hacen que cada día la desinformación aumente, el no llamarles a las ventas de revistas una red de mercadeo hace que muchas personas creen que eso es nuevo y que llegó junto con Forex a meterse a la sociedad.

#### 4. Argumentar los efectos de la democratización de los mercados financieros en el distrito de Guápiles.

Todo proceso trae consigo efectos positivos como negativos; el abrir oportunidades a más personas con distintos recursos es un efecto agradable para la sociedad, el no estigmatizar y cerrar una oportunidad solo para que un segmento de la población tenga acceso, gracias a la democratización en este momento hay toda libertad de cualquier persona en cualquier lugar del mundo pueda acceder a interactuar en este ámbito.



Como conclusión el área de Guápiles, cada vez son más las personas que se interesan y se integran a ser parte de los mercados financieros, esto es emprender, es hacer algo nuevo para generar dinero sanamente, esto reactiva la economía y lleva estabilidad a muchas familias, es como todo nuevo negocio, tiene sus riesgos, pero este al lograr aprender la habilidad y pasar los meses de prueba puede llegar a ser un “negocio” exitoso, a ser una fuente de empleo constante que logre al final salir adelante la familia.

Uno de los efectos negativos es que las personas han creído que no existen los mercados financieros, son estafa y no ponen de su parte para querer emprender y conocer realmente el tema.

Los riesgos existen, en todo emprendimiento, sueño y decisión es un ganar o perder, el trabajar en los mercados financieros puede ser un área clave para generar dinero en el distrito y para lograr que muchas personas lleven esa estabilidad económica pero además psicológica a la familia, en donde el trabajar desde casa y confiar en sus habilidades puede generar aún más un sentido de satisfacción individual y familiar logrando esto una felicidad familiar.

Al abrirse la democratización, automáticamente da alcance para que las redes trabajen en ello, por lo que trabajar una red de mercadeo de mercados financieros puede ser otro ingreso real económico a muchas familias desempleadas del distrito, ya que cada vez las fuentes de empleo son menores y se van abriendo más las oportunidades de desempleo.

Un factor indispensable es el aumento del empleo ya que las personas que decidan emprender en alguna de estas dos opciones tienen probabilidades de lograr generar ingresos y no ser parte del porcentaje de desempleo que existe en el país.

Un efecto como conclusión que debe surgir de este proceso es que la cultura de las personas sea de mayor información y los lleve a la formación, que los guíe y puedan ver las posibilidades reales y diferencias los procesos de ambos trabajos a la hora de emprender.

## 5.2 Recomendaciones

Es indispensable, que la cultura de las personas sea mayor de información antes de dar criterios, el informarse, indagar y aprender sobre temas de moda en la actualidad debe ser importante e indispensable para poder ver luces en donde sí existen. El no atacar y dar juicios de valor abiertamente es básico para la vida de la convivencia sana, del crecer personal y profesional, es básico en los modales de quienes se rodean.

Es recomendable, la importancia de generar una campaña, en donde la formación y aclaración de estos dos términos de mercado financiero y red de mercadeo son completamente distintos, que por motivos estratégicos se puede hacer una unión y trabajar ambos, nunca será lo mismo ya que los enfoques son distintos sin embargo con la misma finalidad que es emprender.

Fomentar que estas dos carreras deben verse de manera profesional es una recomendación, aunque muchas veces las bases sean empíricas, el practicar y tener experiencia ya va generando información importante de lo que se debe y no debe hacer, esto junto con alguna formación libre y certificada puede lograrse ver como una profesión y no solo verlo como algo eventual y poco serio, la educación, práctica y generar habilidades son fundamentales para ejercer una profesión.

El uso de la tecnología puede verse de distintos ámbitos, tanto para el área de ocio como laboral, este puede ser remunerado desde un empleador o el ejercer el emprendimiento de manera virtual, por lo que es necesario que se de ese cambio de mentalidad y tener conciencia de que la tecnología es amiga y puede ser útil e indispensable para generar

ingresos y ser una fuente próspera en familias, el tener ganas de utilizar herramientas tecnológicas no es suficiente, también se deben fomentar desde pequeños para así ir abriendo esa brecha que aún existe.

El desempleo conlleva a buscar empleo, crear una fuente de ingreso para el desarrollo económico, por lo que es recomendable emprender en tiempos de crisis, no sin antes buscar e identificar necesidades de mercado, evaluar temas y analizar las posibilidades tanto de manera positiva como negativa y a raíz de esos resultados actuar y trabajar el área seleccionado con énfasis específicos, sin hacer ilusiones de resultados inmediatos y tener claro que es un proceso.

Con una información correcta ambos términos y trabajos se pueden compaginar muy bien como un modelo de negocio, en la actualidad ya algunos lo trabajan así, sin embargo, la proyección, mercadeo y publicidad correcta no ha llegado abiertamente a todos los habitantes.

## Bibliografía

Administración (2014), Robbins y Coulter

[file:///C:/Users/famil/Downloads/Administracion libro 12 edicion 1.pdf](file:///C:/Users/famil/Downloads/Administracion_libro_12_edicion_1.pdf)

Admiralmarkets (2020) Recuperado de

<https://admiralmarkets.es/>

Avatrade (2020) Recuperado de

<https://www.avatrade.es/>

Barrantes (2013) Libro “un camino al conocimiento”

[file:///C:/Users/famil/Downloads/Investigacion\\_un\\_camino\\_al\\_conocimiento.pdf](file:///C:/Users/famil/Downloads/Investigacion_un_camino_al_conocimiento.pdf)

Broker de Forex (2018) Recuperado de: <https://www.brokerdeforex10.com/trading-en-forex/ventajas-y-desventajas-del-forex/>

Catachura 2015, Impactos del negocio multinivel en el nivel de ingresos de los asociados de la empresa Herbalife en la ciudad Puno-2013.

[http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1898/Catachura\\_Layme\\_Wilfredo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/1898/Catachura_Layme_Wilfredo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Declaración universal de los derechos humanos Recuperado de: <https://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/>

Ecured Recuperado de:

[https://www.ecured.cu/Gu%C3%A1piles\\_\(Costa\\_Rica\)](https://www.ecured.cu/Gu%C3%A1piles_(Costa_Rica))

Fundamentos de Marketing 2013, Diego Monferrer Tirado  
<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

Gabarrón (2016), Tesis Doctoral, Universidad de Barcelona  
[http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/100582/1/RRGH\\_TESIS.pdf](http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/100582/1/RRGH_TESIS.pdf)

Gitman, Zutter, Libro Principio de administración financiera (2012)  
<file:///C:/Users/famil/Downloads/Principios de Administracion Financiera.pdf>

Guía para la cultura emprendedora en Costa Rica (2017), MEIC, recuperado de:  
[https://www.meic.go.cr/meic/documentos/mg8zy705j/GuiaCultEmprende\\_Vol2\\_281117.pdf](https://www.meic.go.cr/meic/documentos/mg8zy705j/GuiaCultEmprende_Vol2_281117.pdf)

IG.com <https://www.ig.com/es/forex/que-es-forex-y-como-funciona>

INDER (2014) Informe de caracterización Integral básica del territorio Pococí. Recuperado de: <https://www.inder.go.cr/pococi/Caracterizacion-territorio-Pococi.pdf>

INEC, Costa Rica (2020) Instituto Nacional de Estadística y Censo. Recuperado de:  
<https://www.inec.cr/empleo>

Juliana Ruiz (2016) Plan de negocios basado en redes de Mercadeo  
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14224/1/TESIS%20ING.%20KAREN%20RUIZ%20REDES%20DE%20MERCADERO%20OCTUBRE-2016.pdf>

Libro Go Pro, Eric Worre

<http://www.gocrowndn.com/assets/7pasos-1.pdf>

Luis Torroba (2014) Factores clave en el desarrollo del emprendimiento  
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1>

Maranto y Gonzales (2015), Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Tesis  
“Fuentes de Información”  
<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Metodología de la Investigación, Hernández Sampieri, recuperado de:  
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Ministerio de Economía, Industria y comercio. Recuperado de:  
<https://www.meic.go.cr/meic/>

Municipalidad de Pococí, Recuperado de:  
<http://munipococi.go.cr/index.php/mn-conozcanos/mn-micanton/mn-historiacanton>

Plan Nacional de Desarrollo, recuperado de:  
<https://www.mideplan.go.cr/Plan-Nacional-Desarrollo-2015-2018>

Rankia S.L (2020) Recuperado de:  
<https://www.rankia.com/blog/traders-forex/1019298-conceptos-basicos-stop-loss-take-profit>

Real Academia Española, recuperado de:  
<https://www.rae.es/>

Revista COMPAS, recuperado de:

<https://www.coe.int/es/web/compass/globalisation>

Revista espacios

<https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>

Revista Innovando en la U, Universidad Libre de Colombia (2015)

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/innovando/article/view/3931/3306>

Revista Viva el Networking, recuperado de:

<https://vivaelnetworking.com/>

VALLMITJANA Tesis Doctoral, Universidad Ramon Llull

<https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/145034/Tesis%20Nuria%20Vallmitjana%20Palau.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



## **Apéndices**



Entrevista semiestructurada para la elaboración de datos para obtener el grado de Licenciatura en Administración de Empresas de Yenci Granados Mejías en la tesis “Análisis de democratización de los mercados financieros internacionales en Costa Rica por medio del marketing por suscripción en el primer semestre del año 2020”

Las respuestas dadas son confidencial y utilizadas específicamente para la elaboración de esta Tesis.

Qué es una red de mercadeo.

1. ¿Sabe que es un mercado financiero?
2. ¿Qué es o como considera el proceso de democratización de los mercados financieros?
3. ¿Hace cuánto está en los mercados financieros?
4. ¿Cómo ha sido el proceso?
5. ¿Cómo llegó a desarrollar este trabajo?
6. ¿Tiene ganancias reales, es tu mayor fuente de ingreso, puedes vivir de ello?
7. Conoce la diferencia entre mercado financiero y marketing por suscripción, explique.

8. ¿Haces redes de mercadeo? ¿Cuáles haces actualmente y cuales ha desarrollado en el pasado?
9. ¿Cree que las personas piensan que la red de mercadeo y los mercados financieros es lo mismo?
10. Cree usted que los mercados financieros han perjudicado o beneficiado las redes de mercadeo.
11. ¿Qué comentarios le han dicho a usted, sea positivo o negativo sobre hacer Forex?

Cuestionario para la recolección de datos para obtener el grado de Licenciatura en Administración de Empresas de Yenci Granados Mejías en la tesis “Análisis de democratización de los mercados financieros internacionales en Costa Rica por medio del marketing por suscripción en el primer semestre del año 2020”

Las respuestas dadas son confidencial y utilizadas específicamente para la elaboración de esta Tesis.

1. ¿Sabe que son las redes de mercadeo?

Si (  ) No (  )

2. ¿Tiene conocimiento qué son los mercados financieros(Forex)?

Si (  ) No (  )

3. ¿Sabe la diferencia entre mercado Financiero y Marketing por suscripción?

Si (  ) No (  )

Si es si, explique.

4. ¿Haces redes de mercadeo? (Vendes algún catálogo, estás afiliado a alguna compañía)

Si (  ) No (  )

Si su respuesta es afirmativa continuar, si su respuesta es negativa terminar esta encuesta.

5. ¿En cuál red de mercadeo trabajas?

(  ) Leonisa

- L bel
- Mercados financieros
- otra ¿cuál?
6. ¿Hace cuánto?
- 0 a 6 meses
- 6 a 12 meses
- 1 a 2 años
- Más de 2 años
7. ¿Vendes solo los productos o haces la red (afilia personas)?
- Vendo Productos
- Hago la red
- Ambas
8. ¿Su mayor ingreso es vendiendo los productos o haciendo la red?
- Vendiendo Productos
- Haciendo la red
9. ¿Usted recomienda hacer una red de mercadeo?
- Si  No
10. ¿Es un ingreso estable, constante?
- Si  No
11. ¿Cree usted que una familia de clase baja y media puede superarse mediante una red de mercadeo?
- Si  No
12. ¿Crees que la moda de “Forex” está perjudicando las demás redes?
- Si  No

13. ¿Trabajarías en la red de mercadeo de mercados financieros?

Si ( ) No ( )

14. ¿Harías Forex?

Si ( ) No ( )

15. ¿Cree que las personas piensan que la red de mercadeo y los mercados financieros es lo mismo?

Si ( ) No ( )

## **“Carta autorización del autor (es) para uso didáctico del Trabajo Final de Graduación”**

Vigente a partir del 31 de Mayo de 2016, revisada el 24 de Abril de 2020

Instrucción: Complete el formulario en PDF, imprima, firme, escanee y adjunte en la página correspondiente del Trabajo Final de Graduación.

Yo (Nosotros):

Escriba Apellidos, Nombre del Autor(a). Para más de un autor separe con " ; "

Yenci Granados Mejías

De la Carrera / Programa: **Administración de Negocios**

autor(es) del trabajo final de graduación titulado:

**" ANÁLISIS DE LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MERCADOS FINANCIEROS INTERNACIONALES EN COSTA RICA POR MEDIO DE MARKETING DE SUSCRIPCIÓN EN EL DISTRITO DE GUÁPILES DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2020 "**

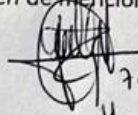
Autorizo (autorizamos) a la Universidad Latina de Costa Rica, para que exponga mi trabajo como medio didáctico en el Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI o Biblioteca), y con fines académicos permita a los usuarios su consulta y acceso mediante catálogos electrónicos, repositorios académicos nacionales o internacionales, página Web institucional, así como medios electrónicos en general, Internet, intranet, DVD, u otro formato conocido o por conocer; así como integrados en programas de cooperación bibliotecaria académicos, que permitan mostrar al mundo la producción académica de la Universidad a través de la visibilidad de su contenido.

De acuerdo a lo dispuesto en la Ley No. 6683 sobre derechos de autor y derechos conexos de Costa Rica, permita copiar, reproducir o transferir información del documento, conforme su uso educativo y debiendo citar en todo momento la fuente de información; únicamente podrá ser consultado, esto permitirá ampliar los conocimientos a las personas que hagan uso, siempre y cuando resguarden la completa información que allí se muestra, debiendo citar los datos bibliográficos de la obra en caso de usar información textual o paráfrasis de la misma.

La presente autorización se extiende el día (Día, fecha) 10 del mes 12 de año 2020 a las 20:21 . Asimismo doy fe de la veracidad de los datos incluidos en el documento y eximo a la Universidad de cualquier responsabilidad por su autoría o cualquier situación de perjuicio que se pudiera presentar.

Firma(s) de los autores

Según orden de mención al inicio de ésta carta:

  
701940433  
Yenci Granados Mejías