

Índice de contenido

Capítulo 1	3
1.1 Introducción	3
1.1.1 Definición del problema.....	3
1.2 Preguntas de investigación	4
1.3 Objetivo General	4
1.4 Objetivos Específicos	5
1.5 Justificación.....	5
Capítulo 2	6
2.1 Marco teórico	6
2.2 Tendencias actuales de la industria	6
2.3 Mercadotecnia en red	13
2.4 Datos demográficos de la industria del multinivel.....	15
2.5 Ventas personales	19
2.6 Industria del multinivel	20
2.7 Tipos de planes de compensación	33
Capítulo 3	37
3.1 Metodología	37
3.2 Tipo de investigación	37
3.2.1 Alcance del estudio	37
3.2.3 Fuentes de datos	37
3.3 Hipótesis de la investigación	38
3.4 Diseño de la investigación.....	38
3.5 Selección de la muestra	39
3.6 Recolección de datos	39
3.7 Análisis de datos.....	40
3.8 Instrumentos de medición	40
Capítulo 4	43
4.1 Resultados	43
4.2 Descripción de resultados cuantitativos	43
4.3 Descripción de resultados cualitativos	66
4.3.1 Información obtenida de los distribuidores por cada categoría.....	66
4.3.2 Información de cada distribuidor con todas las categorías	68
Capítulo 5	76
5.1 Interpretación de resultados	76
5.2 Discusión de resultados del cuestionario	76
5.3 Discusión de resultados de las entrevistas con expertos	82
5.4 Conclusiones finales.....	83
Anexos	86
Bibliografía	90