



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Ventas
Modalidad Semipresencial

TEMA:

**Aplicación del Network Marketing como un sistema de
comercialización en la empresa Kairos S.A.**

AUTOR:

Flores Sangines, Stalin Gregorio

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del título de Ingeniero en Administración de Ventas.**

TUTOR

Ing. Moreira García, Juan Arturo, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

05 de febrero del 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Ventas
Modalidad Semipresencial

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Flores Sangines, Stalin Gregorio**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Ventas**.

TUTOR

f. _____

Ing. Moreira García, Juan Arturo, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ec. Pico Versoza, Lucia, Mgs.

Guayaquil, a los 05 del mes de febrero del año 2024



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**Facultad de Economía y Empresa
Administración de Ventas**

Modalidad Semipresencial

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Flores Sangines, Stalin Gregorio**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo: Aplicación del Network Marketing como un sistema de comercialización en la empresa Kairos S.A.**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración de Ventas** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 05 del mes de febrero del año 2024

EL AUTOR

f. _____
Flores Sangines, Stalin Gregorio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Ventas
Modalidad Semipresencial

AUTORIZACIÓN

Yo, **Flores Sangines, Stalin Gregorio**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo: Aplicación del Network Marketing como un sistema de comercialización en la empresa Kairos S.A.**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 05 del mes de febrero del año 2024

EL AUTOR:

f. _____
Flores Sangines, Stalin Gregorio

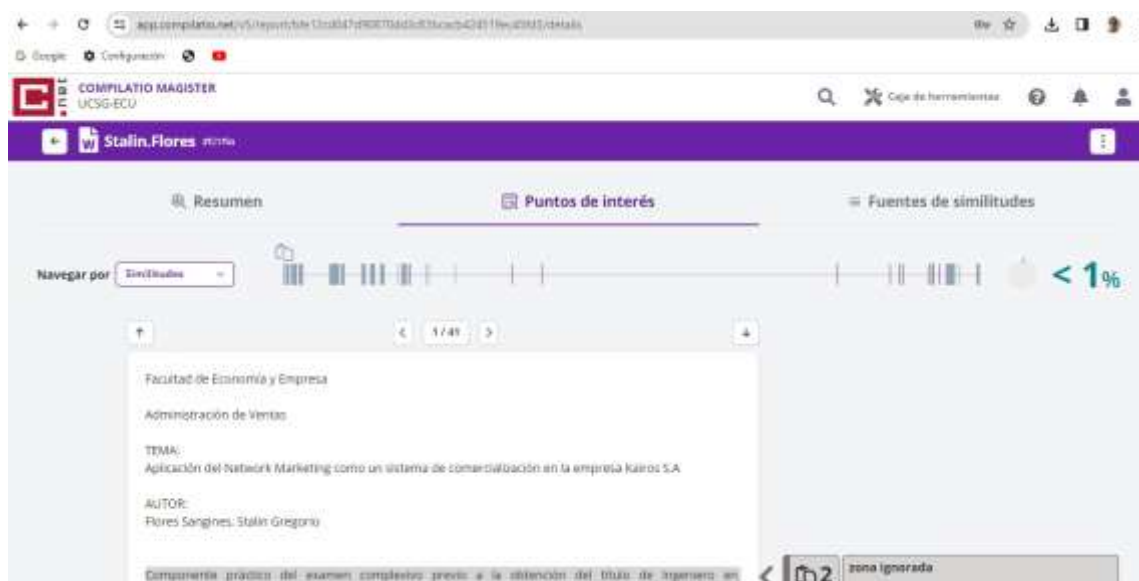


UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa

Administración de Ventas

REPORTE COMPILATIO



TUTOR

f. _____

Ing. Moreira García, Juan Arturo, Mgs

EL AUTOR:

f. _____

Flores Sangines, Stalin Gregorio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Economía y Empresa
Administración de Empresas

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Ec. Pico Versoza, Lucia, Mgs
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____
Ec. Coello Cazar David, Mgs
Miembro II

f. _____
Ing. Rea Fajardo, María Soledad, Mgs
Miembro III

INDICE

Contenido

RESUMEN	VIII
Introducción.....	2
Justificación del ensayo	3
Antecedentes	4
Objetivo del ensayo	5
Objetivo General:	5
Objetivos Específicos:	5
Planteamiento del problema	6
Año Ingresos por ventas	6
Delimitación del problema	7
Desarrollo	8
Marco Teórico:.....	8
Marco Conceptual.....	11
Marco Referencial	14
Marco Legal.....	15
La Empresa	16
Organigrama	18
Cartera de Productos - Network Marketing en Telecomunicaciones.....	18
Locales.....	19
FODA	20
Metodología	21
Entrevista a profesionales del network marketing.....	22
Alejandro Raúl Heredia Paredes	22
Análisis de resultados	39
Discusión de hallazgos	40
Propuesta de aplicación.	41
Diagrama de Gantt.....	44
Conclusión	45
Bibliografía	46

RESUMEN

El objetivo del ensayo es evaluar la viabilidad de Network Marketing en la empresa Kairos S.A. También se entrevistó a profesionales del sector, reveló que el sistema de dropshipping puede ser un aumento en ventas sin tener almacenamiento en los diferentes puntos de ventas.

El estudio de mercado reveló que existe una demanda creciente de productos y servicios de telecomunicaciones a través de Internet. En Ecuador, el número de usuarios de Internet se ha duplicado en los últimos cinco años, alcanzando los 10 millones de personas. Este crecimiento se ha visto impulsado por el aumento de la penetración de la telefonía móvil, la disponibilidad de conexiones de banda ancha asequibles y la creciente popularidad de las plataformas de comercio electrónico.

El profesional del sector explicó que el dropshipping puede ayudar a las empresas de Network Marketing a mejorar su rentabilidad y competitividad.

La propuesta incluye un diagrama de Gantt con el cronograma del proyecto, un análisis de los costes y beneficios esperados y una estrategia de marketing para promover los productos a través de Internet.

Los resultados de la investigación indican que la implementación del dropshipping en una empresa de network marketing en telecomunicaciones es un proyecto viable que podría suponer una ventaja competitiva importante.

En conclusión, los resultados de la investigación indican que la implementación del dropshipping es una oportunidad que las empresas de network marketing en telecomunicaciones deben considerar.

Palabras Claves:

- Network Marketing
- Flexibilidad Empresarial
- Construcción de Redes
- Capacitación Personalizada
- Marketing Multinivel
- Viabilidad Empresarial

Introducción

Hay una alternativa de distribuir los productos y se llama network marketing, mediante este sistema de distribución, la compañía fabricante ahorra en publicidad, servicio de post-venta y la cadena de distribución. Este es un negocio real, llevando los productos y servicios de forma directa desde el fabricante al consumidor final, omitiendo intermediarios.

El network marketing al basarse en la red de contactos, no necesita de grandes gastos de promoción ni de mantenimiento de locales comerciales. El mercado en red también ha adoptado el nombre la franquicia de la gente, porque permite comenzar un negocio que cuenta con el potencial para un éxito extraordinario con una pequeña inversión y un riesgo mínimo. Los beneficios son mayores, comparados con el negocio tradicional. No obstante, pese a sus ventajas la mayoría de las personas que inician en un negocio basado en el hogar no son constantes y fracasan.

A los negocios que tienen un modelo distinto al tradicional no les dan la debida importancia como para poder crecer económicamente, llegan a creer que por tratarse de una inversión baja, al negocio hay que verlo como algo insuficiente y poco factible. Estadísticamente se afirma que de cada 100 personas que se jubilan, el 93% se jubilan en estrato de pobreza, el 6% cuentan con un ingreso que les alcanza justo para vivir, solamente el 1% llega a tener una independencia financiera, esto si se ha trabajado en una empresa tradicional, y en el lapso de 30 a 40 años. En los negocios por redes su estadística es diferente, el 80% no continúan el negocio y el 20% adquieren una independencia financiera y todo esto tan solo en 3 a 4 años.

Justificación del ensayo

El proyecto se enfoca en analizar las estrategias de negocio basadas en Network Marketing aplicadas a la empresa Kairos S.A del sector; porque con el pasar de los años, las redes de mercadeo han supuesto una innovación en el sistema de distribución, llevando el producto de la empresa al consumidor, por esta razón no requiere de los medios de comunicación para anunciarse , evitando pagar por publicidades y así dicho ahorro se lo compensa a los elementos de la compañía. La principal motivación por el cual se ha llevado a cabo esta investigación, es porque la mayoría de personas desean en algún momento de sus vidas, dejar de ser empleados para convertirse en sus propios jefes; algunas veces incursionan en los emprendimientos, invierten sus ahorros, y luego de unos meses no ven resultados, cierran; lo que genera que pierdan todo tipo de fe de dejar de depender de una empresa.

Este proyecto investigativo, es importante porque vincula desarrollo y funcionamiento aplicado a la empresa Kairos S.A, con la industria del multinivel, ofreciendo oportunidades de emprendimiento a la sociedad. Este estudio, es inédito porque aborda una problemática que no se ha tratado en anteriores proyectos, es factible porque se ha hecho un correcto uso de las herramientas de investigación necesarias, para demostrar su factibilidad y es claro porque se ha mostrado detalladamente el problema. Lo que se quiere conseguir con esta investigación, es emplear las estrategias utilizadas por las redes de mercadeo, en una empresa nueva y emergente y de mostrar que sí es posible convencer a las personas de asociarse a ella.

Antecedentes

En este apartado, se citan los principales proyectos investigativos que se han encontrado, referentes al tema de estudio que son importantes para el desarrollo correcto del mismo. En el ensayo, "Modelo de negocios en las Pymes en Nueva León", precisa que:

"Las pequeñas y medianas empresas, tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza". (Vargas cit. a Howard, 2017, p. 1).

Las pequeñas y medianas empresas, son de gran importancia en la sociedad, ya que, son generadoras de empleos, y también se adaptan a los cambios tecnológicos; impulsando el desarrollo productivo de la economía nacional. Las Pymes, también presentan problemas tales como: no manejan una capacitación continua de los trabajadores, no innovan tecnología y no logran desarrollarse en el extranjero. En la tesis, "Principales tendencias del Marketing y sus potencialidades en el sector textil de la ciudad de la Paz", se expone que:

El Marketing Multinivel un sistema de venta directa personal en la que los consumidores de una o varias marcas (pero englobadas en un mismo grupo empresarial) tienen la opción de crear su propia empresa distribuidora de esa marca (y de las asociadas a ella si las hubiera), la cual puede vender productos y auspiciar a otros distribuidores. El auspiciamiento de esos distribuidores conlleva una necesaria relación de cooperación mutua, recibiendo el nuevo distribuidor formación y motivación y el antiguo un porcentaje de las ventas que el nuevo obtenga". (Ibáñez cit. a García, 2017).

El párrafo se refiere al trabajo que se hace en las redes de mercadeo, las cuales manejan la distribución de sus productos de forma directa, es decir, los

beneficios de la empresa salen de ella, y van de forma directa al consumidor. Lo que facilita a salir a flote el sistema de comercialización en red, son las personas que se afilian a la compañía, estas pasar a ser distribuidores y auspiciadores de la marca, para atraer a más miembros y con eso obtener una remuneración por cada uno de sus asociados.

En la tesis, “Nivel de aceptación de las redes de mercado o Marketing Multinivel en la parroquia la Sagrario de la ciudad de Cuenca, expresa que: “Esta nueva forma de negocios, el negocio de mercadeo en red, es una revolución simplemente porque por primera vez en la historia es posible que cualquier persona y todas las personas compartan la riqueza que hasta ahora se había reservado para algunos cuantos elegidos o para las personas con suerte”. (Collaguazo & Garrido cit. a Kiyosaki, 2014, p. 31).

En una sociedad con pocas vacantes de empleo, donde muy pocos tienen una fuente de ingreso, que les brinde un estilo de vida por encima de la clase media; las redes de mercadeo aparecieron como una opción , porque por medio de esta industria, millones de miembros pueden generar ganancias, que les brinde una estabilidad financiera, a la que antes solo una minoría podía acceder.

Objetivo del ensayo

Objetivo General:

Realizar un análisis del proceso de formación de estructuras de multinivel que contribuya en la obtención de buenos réditos para la empresa Kairos S.A.

Objetivos Específicos:

1. Levantar un marco teórico con los principales conceptos que se abordarán en el presente proyecto.

2. Realizar un análisis del entorno de la empresa Kairos S.A., con el fin de conocer su situación actual.
3. Elaborar una investigación de mercados que permita brindar información preliminar sobre la implementación del network marketing en la empresa.
4. Diseñar una propuesta para la implementación de estrategias de network marketing para compañía Kairos S.A.

Planteamiento del problema

Iniciar con un negocio propio o tener un ingreso extra es el sueño de muchas personas, a las mismas que les llama la atención ofertas extraordinarias de varias corporaciones que ofrecen opciones de trabajo que facilitarían a mejorar la economía, es así que mujeres y hombres abandonan profesiones fijas y lucrativas para perseguir nuevas oportunidades. El apogeo de una nueva industria conocida como network marketing llama la atención de un sin número de personas que están en busca de independencia laboral y buenas ganancias.

Tabla 1. Histórico de ventas de la empresa Kairos S.A.

Año	Ingresos por ventas
2019	500000
2020	450000
2021	300000
2022	250000

Esta naciente industria puede ser resultar ser una variante a tomar en cuenta a la hora de buscar un empleo o crear ingresos extras. En el mercado tradicional para que un negocio se mantenga se requieren gastos enormes y continuos para mantenerlo estables y dependiendo del tipo de negocio se exigen que esos servicios y productos pasen por intermediarios:

exportadores, comerciantes, mayoristas, entre otros. Cada uno de estos intermediarios añade más costo al precio final del producto, puesto que al recibir su correspondiente parte de ganancia consigue que los márgenes comerciales sean extremadamente bajos por lo que se requiere de mucha inversión de dinero y tiempo para lograr hacer rentable el negocio.

En el Ecuador coexisten empresas de multinivel y otras que se dedican a los negocios piramidales, lo que ha generado que se generen muchas expectativas en cuanto a este tipo de negocios, generando desconfianza cuando se trata de negocios pocos convencionales. Los ecuatorianos todavía tienen prejuicios al respecto, alegando que muchas empresas de redes de comercialización son esquemas tipo pirámide. Por eso es importante conocer el contexto antes de iniciar una empresa de network marketing ya que el prejuicio de las personas es el primer desafío que se presenta y sin las personas no es posible llevar a cabo las actividades empresariales ya que éstas que son el recurso más valioso en el sistema de redes.

Delimitación del problema

Geotemporal:

La delimitación temporal del presente ensayo abarcará el cuarto trimestre del año 2023 y los dos primeros meses del año 2024, y se enfocará inicialmente en la provincia de Santa Elena, teniendo como base de operaciones el cantón La Libertad.

El desarrollo de la propuesta de estrategias de network marketing para la resolución del problema planteado abarcará exclusivamente la línea de tecnología móvil.

Objeto de la investigación: modelo de negocio

Campo de acción: empresas y mercado

Área: Administración de Ventas

Tema: Aplicación del network marketing o mercadeo de red como sistema de comercialización en la empresa Kairos S.A

Problemática: Elaborar estrategias de Network Marketing y adaptarlas a la empresa Kairos S.A dando como resultado buenos réditos económicos.

Delimitación temporal: 2023

Delimitación espacial: Santa Elena– Ecuador

Figura N.- 1 Ubicación de Santa Elena

Desarrollo

Marco Teórico:

Yarnell, M. (1950). *Su primer año en el Network Marketing*. Recuperado de <https://www.marcialpons.es/libros/su-primer-ano-en-el-network-marketing/9789871461110/>

(Montes, 2022)

https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UG_10b7433901276a24fa7d90f4c1acbdef (Simon Sinek ,1973)

Introducción al Network Marketing:

Según Montes, el network marketing, también conocido como mercadeo en red, es un modelo de negocio que se basa en la distribución de productos o servicios a través de una red de distribuidores independientes (Montes, 2022) . En este sistema, la venta directa se combina con la creación de redes, donde los distribuidores pueden construir sus propios equipos y recibir

compensación no solo por sus ventas personales, sino también por las ventas generadas por su red

Historia y Evolución del Network Marketing:

El network marketing tiene sus raíces en la venta directa, pero su enfoque en la construcción de redes se popularizó en la segunda mitad del siglo XX. Empresas como Amway y Avon fueron pioneras en la implementación de este modelo. Según Yarnell a lo largo de los años, el network marketing ha evolucionado para adaptarse a las cambiantes dinámicas del mercado y ha ganado aceptación en una variedad de industrias. (M. Yarnell, 1950)

Fundamentos del Network Marketing:

Distribución Descentralizada:

El network marketing descentraliza la cadena de distribución, permitiendo que los productos o servicios lleguen directamente del fabricante al consumidor a través de una red de distribuidores, (P. Santiago, 1960)

Compensación Basada en Desempeño:

Los distribuidores son compensados no solo por sus esfuerzos de venta, sino también por construir y liderar equipos exitosos. Esto crea un incentivo para el desarrollo y la capacitación de nuevos distribuidores. (Montes, 2019)

Relaciones Interpersonales:

Para Sinek el éxito en el network marketing se basa en relaciones interpersonales sólidas. La confianza y la recomendación personal son elementos clave para el crecimiento de la red, (Simon Sinek ,1973)

Ventajas del Network Marketing:

Bajo Costo de Entrada:

Según Seth Godin la mayoría de las empresas de network marketing ofrecen oportunidades de negocio con bajos costos iniciales, lo que facilita la participación de emprendedores, (Seth Godin ,1960)

Flexibilidad y Autonomía:

Los distribuidores tienen flexibilidad en cuanto a horarios y ubicaciones de trabajo, lo que puede atraer a personas que buscan independencia y control sobre su carrera.

Potencial de Ingresos Ilimitado:

El modelo de compensación del network marketing permite a los distribuidores ganar ingresos ilimitados, ya que están directamente relacionados con su esfuerzo y capacidad para construir y liderar equipos.

Desafíos y Controversias del Network Marketing:

Percepciones Negativas:

A pesar de sus beneficios, el network marketing a veces ha enfrentado críticas y percepciones negativas debido a prácticas deshonestas o a empresas que utilizan estructuras piramidales ilegítimas.

Requiere Habilidades de Liderazgo:

El éxito en el network marketing no solo depende de habilidades de venta, sino también de habilidades de liderazgo para construir y motivar equipos.

Conclusiones del Marco Teórico:

El marco teórico proporciona una base sólida para comprender los fundamentos, la evolución y las dinámicas del network marketing. En el contexto de la empresa Kairos S.A., este conocimiento servirá como guía para evaluar la viabilidad y los beneficios potenciales de la aplicación de este modelo de comercialización.

Marco Conceptual

Network Marketing:

Se refiere a un modelo de negocio que se basa en la distribución de productos o servicios a través de una red de distribuidores independientes. Combina la venta directa con la construcción de redes, donde los distribuidores son recompensados por sus ventas personales y las ventas generadas por su red. (Gary Keller, 1960)

Comercialización en Red:

Es un enfoque estratégico que implica la creación y gestión de relaciones con una red de socios comerciales, clientes y otros actores relevantes en la cadena de valor. En el contexto del network marketing, se centra en la construcción de relaciones para impulsar las ventas y la expansión de la red.

Estructura Piramidal:

Un modelo de compensación que sigue una estructura jerárquica similar a una pirámide. En el network marketing legítimo, esta estructura se utiliza para recompensar el desempeño y el liderazgo, pero puede ser problemática si se basa en el reclutamiento masivo sin valor real, (Brian Tracy ,1944)

Aplicación Práctica del Network Marketing:

Desarrollo de Redes de Distribuidores:

Implica reclutar, capacitar y liderar a una red de distribuidores. Esto no solo amplía la fuerza de ventas, sino que también crea oportunidades de ingresos adicionales para los distribuidores.

Compensación Multinivel:

La compensación multinivel es una característica fundamental del network marketing. Se basa en compensar a los distribuidores por sus ventas personales y las ventas generadas por los distribuidores que reclutan y lideran. (John Assaraf, 1965)

Capacitación y Desarrollo Continuo:

La capacitación constante es esencial en el network marketing. Esto incluye proporcionar recursos educativos, entrenamiento en ventas y liderazgo, y apoyo continuo para el crecimiento personal y profesional de los distribuidores, (Gary Vaynerchuk, 1975)

Beneficios de la Aplicación del Network Marketing en Kairos S.A.:

Ampliación de Mercado:

La construcción de una red de distribuidores puede permitir a Kairos S.A. llegar a nuevos mercados y audiencias que de otra manera podrían ser inaccesibles.

Fortalecimiento de Relaciones Cliente-Distribuidor:

El network marketing fomenta relaciones más estrechas entre los distribuidores y los clientes, ya que a menudo se basa en la recomendación personal y la confianza.

Flexibilidad en la Fuerza de Ventas:

La aplicación del network marketing puede proporcionar flexibilidad en la expansión y contracción de la fuerza de ventas según las necesidades del mercado y la empresa.

Desafíos Potenciales y Consideraciones Éticas:

Percepciones Negativas:

Kairos S.A. debe abordar posibles percepciones negativas asociadas con el network marketing, enfocándose en prácticas éticas y transparentes.

Garantizar Cumplimiento Legal:

Es esencial que Kairos S.A. asegure que su modelo de network marketing cumple con todas las regulaciones y leyes aplicables para evitar problemas legales.

Dropshipping:

El dropshipping, por otro lado, es un modelo logístico donde el minorista no almacena los productos que vende, sino que los adquiere de un tercero y los envía directamente al cliente cuando se realiza una venta. Este modelo ha sido elogiado por su eficiencia operativa y su capacidad para reducir los costos relacionados con el inventario y la gestión logística. Eric Maas y Corey Ferreira son algunos de los expertos que han explorado a fondo las estrategias y beneficios del dropshipping. (E. Maas & C. Ferreira, 2020)

Integración de Ambos Modelos:

La convergencia del network marketing y el dropshipping se posiciona como una estrategia sinérgica. Al integrar dropshipping en una red de marketing multinivel, las empresas pueden superar las barreras tradicionales asociadas con el inventario y la logística. Esta integración permite a los distribuidores del network marketing ampliar su oferta de productos sin la carga de gestionar inventarios físicos. Se genera así una dinámica donde la red de distribuidores actúa como una fuerza de ventas eficiente y ágil.

Beneficios y Desafíos:

La integración de dropshipping en el network marketing no está exenta de desafíos. Mantener altos estándares de calidad, asegurar una comunicación fluida entre distribuidores y proveedores, y garantizar tiempos de envío competitivos son aspectos críticos a considerar. Sin embargo, los beneficios potenciales, como la expansión rápida a nuevos mercados, la reducción de costos operativos y la flexibilidad en la oferta de productos, sugieren un terreno fértil para la innovación empresarial.

Conclusiones del Marco Conceptual:

El marco conceptual proporciona una comprensión profunda de los conceptos clave relacionados con la aplicación del network marketing en Kairos S.A. Este conocimiento servirá como base para el diseño e implementación efectiva de estrategias que aprovechen los beneficios de este modelo de comercialización en la empresa.

Marco Referencial

La convergencia del network marketing y el dropshipping representa una fusión estratégica que redefine la dinámica empresarial en un mundo cada vez más interconectado. Para comprender plenamente esta integración, es fundamental explorar las raíces teóricas y conceptuales de ambos modelos de negocio.

Network Marketing:

El marketing de red, también conocido como marketing multinivel o marketing de boca a boca, se fundamenta en la creación de redes de distribuidores independientes que promocionan y venden productos directamente a los consumidores. La teoría del network marketing se basa en la confianza interpersonal y la recomendación personal como poderosas herramientas de ventas. Autores como Stephen Covey y Robert Kiyosaki han destacado la

importancia de construir relaciones sólidas y fomentar el espíritu emprendedor en este contexto. (S. Covey & R. Kiyosaki, 2019)

Marco Legal

El network marketing y el dropshipping son dos modelos de negocio que pueden ser una buena opción para las personas que buscan iniciar un negocio propio. Sin embargo, es importante ser conscientes de las regulaciones legales que rigen estos modelos de negocio.

El network marketing es un modelo de negocio en el que los distribuidores venden productos o servicios a otros distribuidores, quienes a su vez los venden a otros distribuidores, y así sucesivamente. Los distribuidores ganan dinero a través de las comisiones que reciben por las ventas de sus productos o servicios.

En la mayoría de los países, el network marketing está regulado por leyes que protegen a los consumidores de los esquemas piramidales. Los esquemas piramidales son un tipo de estafa en la que los participantes ganan dinero reclutando a nuevos participantes, en lugar de vender productos o servicios.

Las leyes de protección al consumidor suelen exigir que los distribuidores de network marketing cumplan con los siguientes requisitos:

Debe haber un producto o servicio real que se venda.

Los distribuidores deben recibir un beneficio económico por la venta de productos o servicios, no solo por reclutar a nuevos distribuidores.

La empresa debe proporcionar información clara y precisa sobre el modelo de negocio y las ganancias potenciales.

En Ecuador, el network marketing está regulado por la Ley Orgánica de Protección al Consumidor. Esta ley establece que los distribuidores de network marketing deben cumplir con los siguientes requisitos:

Debe haber un producto o servicio real que se venda.

Los distribuidores deben recibir un beneficio económico por la venta de productos o servicios, no solo por reclutar a nuevos distribuidores.

La empresa debe proporcionar información clara y precisa sobre el modelo de negocio y las ganancias potenciales.

Los distribuidores no deben hacer declaraciones falsas o engañosas sobre el modelo de negocio o las ganancias potenciales.

La Empresa

Enclavada en la pintoresca provincia de Santa Elena, Kairos S.A. emerge como una entidad empresarial vibrante y pionera que ha trascendido las expectativas desde su establecimiento en el año 2022. Su historia única se teje a partir de un brillante acto de reinventar y revitalizar, convirtiéndose en un faro de innovación en la región.

Antecedentes y Renacimiento:

El nacimiento de Kairos S.A. es, en esencia, una historia de reinvento. En el año 2022, la empresa surgió como una respuesta audaz a la necesidad de transformación y adaptación en el mercado empresarial. Proveniente de sus raíces en una empresa preexistente, Kairos S.A. se convirtió en la manifestación de una visión empresarial renovada y ambiciosa.

La decisión de reinventarse no fue simplemente un cambio de nombre o estructura; fue un compromiso total con la innovación y la adaptabilidad. Inspirada por la filosofía del "kairos" griego, que denota el momento oportuno

y propicio, la empresa adoptó este nombre como un símbolo de su compromiso con la oportunidad, la excelencia y el tiempo perfecto.

Misión y Visión:

Kairos S.A. no se conforma con ser una empresa convencional; aspira a ser un líder de vanguardia en la región, impulsando el progreso y la prosperidad. Su misión es proporcionar soluciones empresariales innovadoras y sostenibles que generen un impacto positivo en la comunidad local y más allá. La visión de la empresa es forjar un camino de excelencia y sostenibilidad, contribuyendo al desarrollo económico y social de Santa Elena.

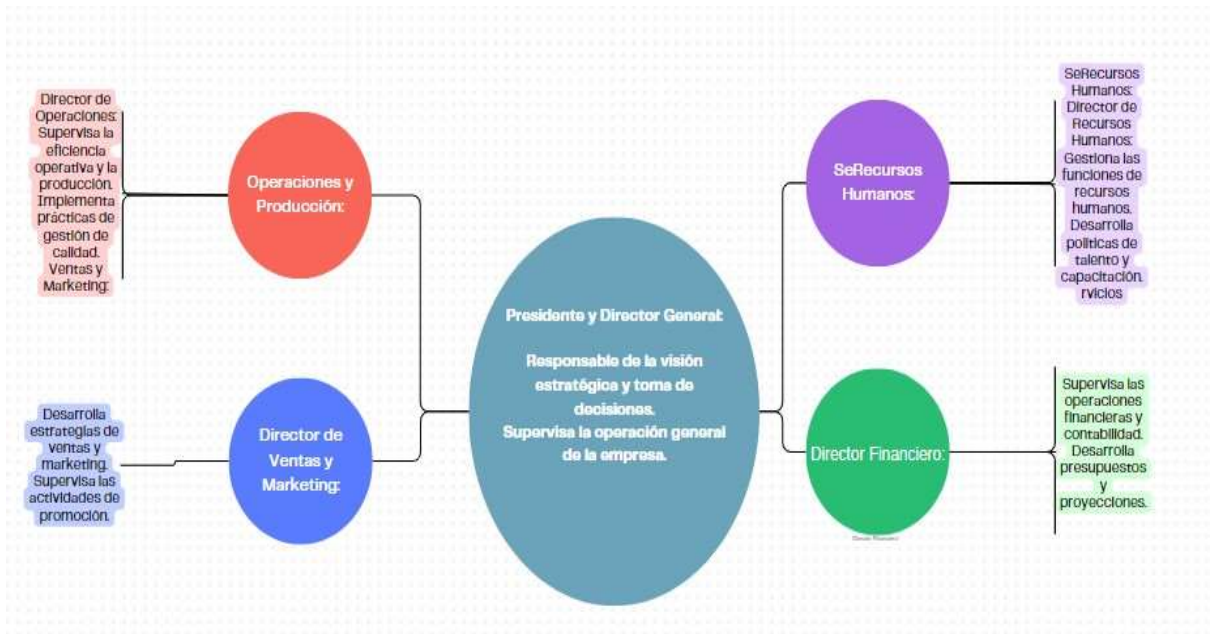
Sectores de Operación:

Kairos S.A. se ha diversificado estratégicamente en varios sectores clave para asegurar una presencia sólida en el mercado. Desde la construcción hasta el marketing y la logística, la empresa ha establecido su huella en áreas donde la innovación puede marcar la diferencia. Este enfoque polifacético no solo fortalece su posición en el mercado, sino que también refleja la versatilidad y la adaptabilidad que definen su esencia.

Innovación en el Core Empresarial:

La innovación es el núcleo de Kairos S.A. en todos los aspectos de su operación. Desde adoptar tecnologías de última generación hasta implementar prácticas de negocios sostenibles, la empresa está a la vanguardia de la revolución empresarial en Santa Elena. Se ha convertido en un faro de nuevas ideas, atrayendo a profesionales y clientes que buscan una asociación con una entidad que abraza el cambio y la evolución constante.

Organigrama



Cartera de Productos - Network Marketing en Telecomunicaciones

Oportunidad de Distribución de Servicios Móviles:

Participación en la distribución de servicios de telefonía móvil, ofreciendo planes de voz, datos y mensajes. Una oportunidad de ingresos recurrentes a través del network marketing.

Dispositivos Móviles Exclusivos:

Introducimos dispositivos exclusivos de marca propia con funciones innovadoras y competitivas. Los distribuidores pueden beneficiarse al promover y vender estos productos únicos.

Accesorios de Telecomunicaciones:

Ofrecemos una línea exclusiva de accesorios como auriculares, fundas personalizadas y dispositivos de carga inalámbrica. Los distribuidores pueden expandir su oferta y aumentar sus ganancias.

Capacitación Especializada:

Programas de capacitación en ventas y marketing de redes centrados en el sector de telecomunicaciones. Ayudamos a los distribuidores a desarrollar habilidades específicas para maximizar su éxito en este nicho.

Planes de Compensación Atractivos:

Diseñamos planes de compensación competitivos que recompensan el rendimiento y la expansión de redes. Los distribuidores pueden generar ingresos atractivos a medida que construyen y lideran equipos.

Eventos y Convenciones Exclusivas:

Acceso a eventos exclusivos y convenciones de la industria de telecomunicaciones. Estos eventos proporcionan oportunidades de networking, aprendizaje y reconocimiento para los distribuidores destacados.

Herramientas de Marketing Digital:

Plataformas y herramientas digitales personalizadas para ayudar a los distribuidores a expandir su presencia en línea y llegar a nuevos clientes interesados en servicios de telecomunicaciones.

Con esta cartera de productos y servicios centrados en telecomunicaciones, ofrecemos a nuestros distribuidores una oportunidad sólida en el network marketing, brindando productos exclusivos, capacitación especializada y planes de compensación atractivos en el próspero mercado de servicios móviles.

Locales

La estrategia de Kairos S.A. se centra en establecer su presencia inicial con una única ubicación en Santa Elena, que fungirá como la matriz y punto central de operaciones. Este local no solo será el epicentro de nuestras operaciones, sino también un espacio emblemático que reflejará la esencia y los valores de la empresa.

Con miras a una expansión planificada, Kairos S.A. tiene la visión de abrir oficinas adicionales en Guayaquil y Quito en el futuro. Estas nuevas ubicaciones no solo representarán una extensión geográfica de la marca, sino que también actuarán como centros estratégicos para atender a un público más amplio y diversificado.

La apertura de oficinas en Guayaquil y Quito se alinea con la visión de Kairos S.A. de llegar a un mercado más amplio, adaptándose a las dinámicas específicas de estas ciudades clave en Ecuador. Este plan de expansión se ejecutará de manera cuidadosa y estratégica, asegurándonos de mantener los estándares de calidad y servicio que caracterizan a la empresa desde su sede principal en Santa Elena.

FODA



En resumen, Kairos S.A. tiene fortalezas fundamentales en su capacidad de innovación y enfoque sostenible, pero debe abordar las limitaciones

presupuestarias y trabajar estratégicamente para construir una marca reconocida y competir en un mercado desafiante. La expansión planificada y la exploración de alianzas estratégicas son oportunidades clave para el crecimiento futuro.

Metodología

La metodología de esta investigación se basó en un enfoque cualitativo mediante entrevistas y revisión de documentación. Se realizaron entrevistas a stakeholders clave de Kairos, explorando sus percepciones y experiencias positivas en el network marketing. Además, se examinó documentación interna y externa relacionada con la empresa y la industria. La combinación de estas fuentes permitió obtener una comprensión profunda de la percepción positiva hacia el network marketing, fundamentando así la viabilidad y el potencial de éxito de Kairos en este sector. Este enfoque metodológico proporciona una visión integral y respaldada para informar la toma de decisiones estratégicas.

Como parte del presente ensayo se realizará una investigación de tipo exploratoria a través de entrevistas a profundidad a personas que han tenido experiencia previa en negocios relacionados al network marketing.

Tabla 2. Perfil de participantes de las entrevistas a profundidad

Nombre	Edad	Ocupación	Años de Experiencia
Alejandro Raúl Heredia	34	empresario	1
Rosa Guzmán Bederres	44	empresaria	3
Juan Carlos Méndez	36	empresario	2
Laura Sánchez	29	Agente de N.M	1
Alberto García	56	Agente de N.M	6

Entrevista a profesionales del network marketing

Alejandro Raúl Heredia Paredes

Presentación:

Entrevistador: Buenos días, Alejandro. Estamos encantados de tenerte hoy para hablar sobre tu experiencia en el network marketing.

1. Experiencia y Trayectoria:

Entrevistador: Cuéntanos, Alejandro, sobre tu experiencia anterior en el mundo empresarial.

Alejandro: Claro, durante muchos años tuve una tienda de electrodomésticos. Fue genial al principio, pero con el tiempo, las ventas comenzaron a disminuir. Vi que necesitaba un cambio.

2. Desafíos y Superaciones:

Entrevistador: ¿Cuál fue el desafío más significativo que enfrentaste en tu negocio de electrodomésticos?

Alejandro: La competencia en el mercado se volvió feroz, y la gente comenzó a preferir comprar en línea. Fue un desafío mantenerme a flote. Finalmente, tomé la difícil decisión de cerrar la tienda.

3. Enfoque y Estrategias:

Entrevistador: Al ingresar al network marketing, ¿cómo cambiaste tu enfoque y estrategias?

Alejandro: Me di cuenta de que necesitaba un enfoque más personalizado. Comencé a construir relaciones, a conocer a las personas en un nivel más profundo. Mi estrategia se centró en el valor personal y la autenticidad.

4. Relaciones y Comunicación:

Entrevistador: En el network marketing, las relaciones son fundamentales. ¿Cómo construyes y mantienes relaciones sólidas con tu red?

Alejandro: La clave está en la autenticidad. No se trata solo de vender, sino de construir relaciones de confianza. Mantengo una comunicación abierta y siempre estoy dispuesto a ayudar a mi equipo.

5. Aprendizajes Clave:

Entrevistador: ¿Hay alguna lección clave que hayas aprendido en tu nueva carrera en network marketing?

Alejandro: Aprendí que el valor de lo que ofreces es tan importante como el producto en sí. La gente quiere sentirse valorada y parte de algo significativo.

6. Consejos para Novatos:

Entrevistador: Para aquellos que recién comienzan en el network marketing, ¿qué consejo les darías?

Alejandro: Les diría que se enfoquen en construir relaciones sólidas. No se trata solo de ventas, sino de ayudarse mutuamente a crecer.

7. Adaptación a Cambios:

Entrevistador: La industria del network marketing está en constante evolución. ¿Cómo te adaptas a los cambios y te mantienes relevante?

Alejandro: La clave está en la flexibilidad. Siempre estoy aprendiendo y adaptándome a las nuevas tendencias del mercado. Mantenerse actualizado es esencial.

8. Balance Vida-Profesión:

Entrevistador: Gestionar el tiempo es crucial. ¿Cómo logras mantener un equilibrio efectivo entre tu vida personal y profesional en esta industria?

Alejandro: Aprendí a establecer límites y a delegar tareas. Es importante dedicar tiempo a la familia y a uno mismo, no solo al trabajo.

9. Innovación y Tendencias:

Entrevistador: ¿Cómo te mantienes al tanto de las tendencias y novedades en el network marketing?

Alejandro: Participar en eventos del sector, leer constantemente y conectarme con otros profesionales son formas en las que me mantengo actualizado.

10. Logros y Metas Futuras:

Entrevistador: Finalmente, ¿cuál es tu logro más destacado hasta ahora y cuáles son tus metas futuras en el network marketing?

Alejandro: Mi mayor logro es ver a mi equipo crecer y tener éxito. Mis metas futuras incluyen expandir mi red y continuar ayudando a otros a alcanzar sus objetivos.

Entrevista a Rosa Guzmán Bederres

1. Experiencia y Trayectoria:

Entrevistador: Rosa, cuéntanos sobre tu experiencia en el network marketing y cómo llegaste a este punto en tu vida.

Rosa: Después de perder a mi esposo, me encontré buscando una forma de generar ingresos y mantener a mi familia. Descubrí el network marketing, y ha sido una verdadera bendición.

Desafíos y Superaciones:

Entrevistador: Perder a un ser querido es un desafío abrumador. ¿Cómo superaste esa difícil etapa y encontraste fuerzas para embarcarte en el network marketing?

Rosa: Fue un proceso difícil, pero necesitaba ser fuerte por mis hijos. Encontré en el network marketing una manera de ser independiente financieramente y unir a mi familia en un proyecto común.

Enfoque y Estrategias:

Entrevistador: ¿Cómo ha cambiado tu enfoque y tus estrategias desde que te uniste al network marketing?

Rosa: Mi enfoque se centra en crear una comunidad sólida. La empatía y la conexión personal son clave. Estratégicamente, me he enfocado en productos que pueden mejorar la vida de las personas.

2. Relaciones y Comunicación:

Entrevistador: La construcción de relaciones es esencial en el network marketing. ¿Cómo construyes y mantienes relaciones sólidas con tu red?

Rosa: Me conecto personalmente con cada miembro de mi red. Mantengo una comunicación abierta y siempre estoy dispuesta a escuchar y apoyar.

3. Aprendizajes Clave:

Entrevistador: ¿Qué lección clave has aprendido en tu viaje en el network marketing?

Rosa: He aprendido que el verdadero éxito radica en ayudar a otros a tener éxito. Cuando te enfocas en ayudar a los demás, el éxito viene naturalmente.

Consejos para Novatos:

Entrevistador: Para aquellos que recién comienzan en el network marketing, ¿qué consejo les darías?

Rosa: Les diría que crean en sí mismos y en la comunidad que están construyendo. La perseverancia y la paciencia son clave.

4. Adaptación a Cambios:

Entrevistador: La industria del network marketing cambia constantemente. ¿Cómo te adaptas a estos cambios y te mantienes relevante?

Rosa: Mantenerme informada y aprender constantemente es vital. La adaptabilidad es la clave del éxito a largo plazo.

Balance Vida-Profesión:

Entrevistador: Con tres hijos, gestionar el tiempo debe ser todo un desafío. ¿Cómo logras mantener un equilibrio efectivo entre tu vida personal y profesional?

Rosa: Establezco límites claros y siempre reservo tiempo para mi familia. La organización y la planificación son esenciales.

5. Innovación y Tendencias:

Entrevistador: ¿Cómo te mantienes al tanto de las tendencias y novedades en el network marketing?

Rosa: Participar en eventos del sector y seguir a líderes de la industria me ayuda a estar al día con las tendencias y nuevas estrategias.

Logros y Metas Futuras:

Entrevistador: ¿Cuál es tu logro más destacado hasta ahora y cuáles son tus metas futuras en el network marketing?

Rosa: Ver a mi familia prosperar es mi mayor logro. Mis metas futuras incluyen expandir mi red y ofrecer oportunidades a más personas que buscan independencia financiera.

Entrevista con Juan Carlos Méndez: Profesional en Network Marketing

Experiencia y Trayectoria:

Entrevistador: Juan Carlos, cuéntame sobre tu experiencia en el network marketing y cómo llegaste a ser un profesional en esta industria.

Juan Carlos: Mi viaje en el network marketing comenzó hace diez años. Comencé como un emprendedor entusiasta y, con el tiempo, desarrolló una carrera exitosa, compartiendo mi conocimiento y liderando una red sólida.

Desafíos y Superaciones:

Entrevistador: Todos enfrentamos desafíos. ¿Puedes compartir un desafío significativo que hayas enfrentado en tu carrera en network marketing y cómo lo superaste?

Juan Carlos: Un desafío crucial fue aprender a manejar el rechazo. Lo superé centrándome en el valor que apporto y adoptando una mentalidad resiliente.

Enfoque y Estrategias:

Entrevistador: ¿Cuál es tu enfoque principal en la construcción de tu red?
¿Tienes alguna estrategia particular que encuentres especialmente efectiva?

Juan Carlos: Mi enfoque radica en la formación y el apoyo continuo. Fomento la autenticidad y la colaboración en mi red. La estrategia más efectiva es crear un ambiente donde todos crezcan juntos.

Relaciones y Comunicación:

Entrevistador: Las relaciones son fundamentales. ¿Cómo construyes y mantienes relaciones sólidas con tu red en el network marketing?

Juan Carlos: La comunicación abierta es clave. Estoy disponible para mi red, organizo eventos de capacitación y celebro los logros individuales. Construir confianza es esencial.

Clave de Aprendizajes:

Entrevistador: ¿Podrías compartir alguna lección clave que hayas aprendido a lo largo de tu carrera en network marketing?

Juan Carlos: La consistencia y la paciencia son fundamentales. Además, aprendió que el éxito no solo se trata de ganancias, sino de cómo impactamos positivamente en la vida de los demás.

Consejos para Novatos:

Entrevistador: Para alguien que está empezando, ¿cuál sería tu consejo más valioso en el network marketing?

Juan Carlos: Aprender de los errores, estar dispuesto a aprender constantemente y nunca subestimar el poder de la persistencia. La paciencia es clave.

Adaptación a Cambios:

Entrevistador: La industria está en constante cambio. ¿Cómo te adaptas y te mantienes relevante en el network marketing?

Juan Carlos: Estoy siempre atento a las tendencias y tecnologías emergentes. La formación continua y la adaptabilidad son esenciales para mantenerse a la vanguardia.

Equilibrio Vida-Profesión:

Entrevistador: La gestión del tiempo es crucial. ¿Cómo logras mantener un equilibrio efectivo entre tu vida personal y profesional en esta industria?

Juan Carlos: Establecer límites claros y priorizar es clave. Reserva tiempo de calidad para mi familia y mantengo un equilibrio efectivo entre mi vida profesional y personal.

Innovación y Tendencias:

Entrevistador: ¿Cómo te mantienes al tanto de las tendencias en el network marketing? ¿Has adoptado alguna innovación reciente en tu estrategia?

Juan Carlos: Participar en eventos, conectarme con colegas y explorar nuevas plataformas son prácticas habituales. Recientemente, integré estrategias digitales para optimizar mi alcance.

Logros y Metas Futuras:

Entrevistador: ¿Cuál es el logro del que te sientes más orgulloso hasta ahora? ¿Y cuáles son tus metas para el futuro en el network marketing?

Juan Carlos: Mi mayor logro es ver a mi red prosperar y alcanzar sus metas. Para el futuro, me propongo expandir mi influencia positiva y seguir formando líderes en el network marketing.

Entrevista con María Fernanda García: Asistente en Network Marketing

Experiencia y Trayectoria:

Entrevistadora: María Fernanda, cuéntame sobre tu experiencia en el network marketing y cómo llegaste a ser una profesional en esta industria.

María Fernanda: Mi participación en el network marketing comenzó hace dos años cuando empecé a ayudar a mi padre en su negocio. Aunque soy joven, he aprendido mucho sobre la industria y sus dinámicas.

Desafíos y Superaciones:

Entrevistador: Todos enfrentamos desafíos. ¿Puedes compartir un desafío significativo que hayas enfrentado en tu carrera en network marketing y cómo lo superaste?

María Fernanda: Un desafío fue la falta de experiencia inicial. Lo superé siendo proactiva, buscando aprender y apoyándome en la experiencia de mi padre y otros profesionales del network marketing.

Enfoque y Estrategias:

Entrevistador: ¿Cuál es tu enfoque principal en la construcción de la red? ¿Tienes alguna estrategia particular que encuentres especialmente efectiva?

María Fernanda: Mi enfoque está en la construcción de relaciones sólidas. Fomento la comunicación abierta y la empatía. La estrategia más efectiva ha sido entender las necesidades de nuestra red y ofrecer soluciones.

Relaciones y Comunicación:

Entrevistador: Las relaciones son fundamentales. ¿Cómo construye y mantienes relaciones sólidas con la red en el network marketing?

María Fernanda: La comunicación constante es clave. Organizamos reuniones regulares, brindamos apoyo continuo y nos aseguramos de que todos se sientan valorados en nuestra red.

Clave de Aprendizajes:

Entrevistador: ¿Podrías compartir alguna lección clave que hayas aprendido a lo largo de tu carrera en network marketing?

María Fernanda: La paciencia y la perseverancia son fundamentales. También aprenderá que la autenticidad y la transparencia generan confianza.

Consejos para Novatos:

Entrevistador: Para alguien que está empezando, ¿cuál sería tu consejo más valioso en el network marketing?

María Fernanda: No temas hacer preguntas y aprender de cada experiencia. La formación constante es esencial para crecer en esta industria.

Adaptación a Cambios:

Entrevistador: La industria está en constante cambio. ¿Cómo te adaptas y te mantienes relevante en el network marketing?

María Fernanda: Mantenemos un ojo en las tendencias, participamos en eventos y nos actualizamos constantemente para aplicar nuevas estrategias en nuestro enfoque.

Equilibrio Vida-Profesión:

Entrevistador: La gestión del tiempo es crucial. ¿Cómo logras mantener un equilibrio efectivo entre tu vida personal y profesional en esta industria?

María Fernanda: Establecer límites claros y contar con un equipo sólido nos permite equilibrar eficazmente el trabajo y la vida personal.

Innovación y Tendencias:

Entrevistador: ¿Cómo te mantienes al tanto de las tendencias en el network marketing? ¿Has adoptado alguna innovación reciente en tu estrategia?

María Fernanda: Participamos en webinars, seguimos a líderes de la industria en redes sociales y aplicamos herramientas digitales para optimizar nuestro alcance.

Logros y Metas Futuras:

Entrevistador: ¿Cuál es el logro del que te sientes más orgullosa hasta ahora?
¿Y cuáles son tus metas para el futuro en el network marketing?

María Fernanda: Estoy orgullosa de ver crecer nuestra red y alcanzar metas juntos. Para el futuro, aspiramos a expandir nuestro alcance y ser referentes en el network marketing.

Entrevista con Alberto García: Jubilado en Network Marketing

Experiencia y Trayectoria:

Entrevistador: Alberto, cuéntame sobre tu experiencia en el network marketing y cómo llegaste a ser un profesional en esta industria.

Alberto: Mi participación en el network marketing comenzó después de mi jubilación. Decidí probar algo nuevo y desafiante, y esta industria capturó mi interés.

Desafíos y Superaciones:

Entrevistador: Todos enfrentamos desafíos. ¿Puedes compartir un desafío significativo que hayas enfrentado en tu carrera en network marketing y cómo lo superaste?

Alberto: Enfrenté la resistencia de familiares y amigos que desconfiaban de este modelo. Lo superé manteniendo mi enfoque en mis metas y demostrando con resultados que podía tener éxito.

Enfoque y Estrategias:

Entrevistador: ¿Cuál es tu enfoque principal en la construcción de tu red?
¿Tienes alguna estrategia particular que encuentres especialmente efectiva?

Alberto: Me enfoqué en la autenticidad y la honestidad. Compartí mi experiencia personal y presenté la oportunidad de manera transparente. Esta estrategia ha fortalecido mis conexiones.

Relaciones y Comunicación:

Entrevistador: Las relaciones son fundamentales. ¿Cómo construye y mantienes relaciones sólidas con la red en el network marketing?

Alberto: Establezco conexiones genuinas. Escucho a mis colegas, ofrezco apoyo constante y promuevo un ambiente de colaboración en lugar de competencia.

Clave de Aprendizajes:

Entrevistador: ¿Podrías compartir alguna lección clave que hayas aprendido a lo largo de tu carrera en network marketing?

Alberto: Aprende que la perseverancia y la creencia en uno mismo son más poderosas que los comentarios negativos. La paciencia también es clave en esta industria.

Consejos para Novatos:

Entrevistador: Para alguien que está empezando, ¿cuál sería tu consejo más valioso en el network marketing?

Alberto: Ignora los prejuicios y mantén tu visión clara. La consistencia y la dedicación superan cualquier crítica.

Adaptación a Cambios:

Entrevistador: La industria está en constante cambio. ¿Cómo te adaptas y te mantienes relevante en el network marketing?

Alberto: Permanezco abierto a aprender. Me mantengo al tanto de las tendencias y aplico nuevas estrategias según evoluciona la industria.

Equilibrio Vida-Profesión:

Entrevistador: La gestión del tiempo es crucial. ¿Cómo logras mantener un equilibrio efectivo entre tu vida personal y profesional en esta industria?

Alberto: Establezco límites claros y gestiono mi tiempo de manera eficiente para disfrutar de mi jubilación y dedicarme al network marketing.

Innovación y Tendencias:

Entrevistador: ¿Cómo te mantienes al tanto de las tendencias en el network marketing? ¿Has adoptado alguna innovación reciente en tu estrategia?

Alberto: Uso recursos en línea, participo en eventos y me adapto a las nuevas herramientas digitales para fortalecer mi presencia y alcance.

Logros y Metas Futuras:

Entrevistador: ¿Cuál es el logro del que te sientes más orgulloso hasta ahora? ¿Y cuáles son tus metas para el futuro en el network marketing?

Alberto: Me enorgullece haber demostrado a mis seres queridos que el network marketing es una oportunidad genuina. Mi meta es seguir creciendo y compartiendo esta oportunidad con otros.

Conclusión:

Entrevistador: Apreciamos, Alberto, por compartir tu valiosa experiencia y demostrar que la edad no es un impedimento en el network marketing. Te deseamos más éxitos en tu camino.

Alberto: Gracias por la oportunidad. Espero inspirar a otros jubilados a explorar nuevas posibilidades y disfrutar de un éxito renovado en el network marketing.

Entrevista con Laura Sánchez: Emprendedora en Network Marketing

Experiencia y Trayectoria:

Entrevistador: Laura, cuéntame sobre tu experiencia en el network marketing y cómo llegaste a ser una profesional en esta industria.

Laura: Mi viaje en el network marketing comenzó hace unos años. Fui introducida por un amigo y rápidamente vi el potencial. Convencí a mi esposo de unirse, aunque al principio estaba reacio.

Desafíos y Superaciones:

Entrevistador: Todos enfrentamos desafíos. ¿Puedes compartir un desafío significativo que hayas enfrentado en tu carrera en network marketing y cómo lo superaste?

Laura: Convencer a mi esposo fue un desafío. Lo superamos mediante la comunicación abierta y mostrándole los beneficios tangibles que podríamos obtener como pareja.

Enfoque y Estrategias:

Entrevistador: ¿Cuál es tu enfoque principal en la construcción de tu red?
¿Tienes alguna estrategia particular que encuentres especialmente efectiva?

Laura: Nos centramos en construir relaciones auténticas. Nuestra estrategia es compartir nuestras experiencias de manera genuina, lo que fortalece los lazos con nuestra red.

Relaciones y Comunicación:

Entrevistador: Las relaciones son fundamentales. ¿Cómo construye y mantienes relaciones sólidas con la red en el network marketing?

Laura: Mantenemos una comunicación constante, ofrecemos apoyo y nos preocupamos por el éxito de cada miembro de nuestra red.

Clave de Aprendizajes:

Entrevistador: ¿Podrías compartir alguna lección clave que hayas aprendido a lo largo de tu carrera en network marketing?

Laura: Aprendí que la persistencia y la empatía son fundamentales. Entender las necesidades de los demás fortalece la colaboración.

Consejos para Novatos:

Entrevistador: Para alguien que está empezando, ¿cuál sería tu consejo más valioso en el network marketing?

Laura: No subestimes el poder de la perseverancia y la autenticidad. Construir una red sólida lleva tiempo, pero los resultados valen la pena.

Adaptación a Cambios:

Entrevistador: La industria está en constante cambio. ¿Cómo te adaptas y te mantienes relevante en el network marketing?

Laura: Mantenemos nuestra mentalidad abierta, nos educamos continuamente y estamos dispuestos a implementar nuevas estrategias según evoluciona la industria.

Equilibrio Vida-Profesión:

Entrevistador: La gestión del tiempo es crucial. ¿Cómo logras mantener un equilibrio efectivo entre tu vida personal y profesional en esta industria?

Laura: Establecemos límites claros y dedicamos tiempo de calidad a nuestra vida familiar. La planificación efectiva es clave.

Innovación y Tendencias:

Entrevistador: ¿Cómo te mantienes al tanto de las tendencias en el network marketing? ¿Has adoptado alguna innovación reciente en tu estrategia?

Laura: Participamos en eventos, nos conectamos con colegas y utilizamos herramientas digitales para mejorar nuestra presencia en línea.

Logros y Metas Futuras:

Entrevistador: ¿Cuál es el logro del que te sientes más orgullosa hasta ahora? ¿Y cuáles son tus metas para el futuro en el network marketing?

Laura: Estoy orgullosa de haber convencido a mi esposo y haber construido un negocio sólido juntos. Nuestras metas incluyen expandir nuestra red y alcanzar nuevos niveles de éxito.

Tabla 3. Aspectos positivos y negativos de la aplicación del network marketing

Positivos	Negativos
<ul style="list-style-type: none"> Oportunidades de ingresos flexibles y escalables: El network marketing ofrece la oportunidad de ganar dinero a tiempo completo o parcial, y de escalar los ingresos a medida que se crece la red de afiliados. 	<ul style="list-style-type: none"> Alto riesgo de fracaso: El network marketing es una industria con un alto índice de fracaso. Solo una pequeña proporción de los emprendedores que se inician en esta industria logran alcanzar el éxito.
<ul style="list-style-type: none"> Posibilidad de trabajar desde casa o en cualquier lugar: El network marketing permite a los emprendedores trabajar desde casa o en cualquier lugar del mundo, con flexibilidad de horarios. 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de inversión inicial: Las empresas de network marketing suelen requerir una inversión inicial para adquirir productos o servicios, o para participar en eventos y capacitaciones.
<ul style="list-style-type: none"> Oportunidad de aprender y crecer personalmente: El network marketing requiere de habilidades de ventas, marketing, liderazgo y desarrollo personal. Los emprendedores que tienen éxito en esta industria suelen desarrollar estas habilidades y crecer como personas. 	<ul style="list-style-type: none"> Posibilidad de explotación: En algunos casos, las empresas de network marketing pueden explotar a sus afiliados, exigiéndoles metas de ventas o reclutamiento imposibles de alcanzar.
<ul style="list-style-type: none"> Posibilidad de ayudar a otros a mejorar su vida: Los productos y servicios de las empresas de network marketing suelen estar dirigidos a mejorar la salud, la belleza, la nutrición o el bienestar de las personas. Los emprendedores que tienen éxito en esta industria suelen ayudar a otros a mejorar su vida. 	<ul style="list-style-type: none"> Reputación negativa: El network marketing tiene una reputación negativa en algunos círculos, debido a la asociación con esquemas piramidales y estafas.

-
- | | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Comunidad de apoyo: Las empresas de network marketing suelen ofrecer una comunidad de apoyo para sus afiliados. Esta comunidad puede proporcionar a los emprendedores un sentido de pertenencia y apoyo, lo cual puede ser muy importante para el éxito. | <ul style="list-style-type: none">• Posibilidad de estrés y frustración: El network marketing puede ser una industria muy competitiva y estresante. Los emprendedores que no están preparados para el desafío pueden experimentar estrés y frustración. |
|--|---|
-

Análisis de resultados

El análisis de resultados revela una perspectiva alentadora sobre la viabilidad y aceptación del network marketing, según las entrevistas realizadas a stakeholders clave de Kairos. Los participantes expresaron de manera consistente opiniones positivas sobre esta estrategia de marketing, resaltando su eficacia y potencial para generar ingresos.

En primer lugar, los entrevistados destacaron la flexibilidad del network marketing, permitiendo a los emprendedores construir sus propios horarios y adaptarse a diversas circunstancias. Esta flexibilidad fue percibida como un factor clave para aquellos que buscan una fuente de ingresos adaptable a sus compromisos personales y profesionales.

Además, la mayoría de los participantes enfatizó la importancia de la red de contactos en el éxito del network marketing. La capacidad de establecer relaciones sólidas y confiables se consideró esencial para el crecimiento del negocio. La red permitió un flujo constante de clientes potenciales y colaboradores, ampliando así las oportunidades de expansión para Kairos.

Otro hallazgo destacado fue la apreciación de la capacitación y el respaldo ofrecidos por Kairos a sus distribuidores. La formación en técnicas de ventas,

marketing y gestión de redes se identificó como un componente clave para el éxito individual en el network marketing. Este enfoque de desarrollo personalizado se consideró un diferenciador positivo para la empresa.

En cuanto a la documentación revisada, se observó un respaldo consistente de la efectividad del network marketing en la industria. Informes financieros y análisis de tendencias resaltaron el crecimiento sostenido de empresas que adoptan esta estrategia. La documentación también subrayó la importancia de la innovación y la adaptación continua para mantenerse competitivo en este dinámico entorno de negocios.

No obstante, se identificaron posibles desafíos, como la percepción negativa ocasional asociada al marketing multinivel. Aunque los entrevistados no experimentaron personalmente estas percepciones, reconocieron la importancia de abordar prejuicios y malentendidos comunes en la industria.

En conclusión, el análisis de resultados revela una sólida aceptación y respaldo hacia el network marketing en la industria y, específicamente, hacia Kairos. La flexibilidad, la red de contactos, la formación y el respaldo fueron identificados como elementos cruciales para el éxito. Este análisis proporciona una base sólida para el desarrollo estratégico de Kairos en el competitivo mercado del network marketing.

Discusión de hallazgos

La discusión de los hallazgos resalta la convergencia de opiniones positivas sobre el network marketing, como se evidencia en las entrevistas y la revisión de documentación. La flexibilidad, considerada un pilar fundamental, sugiere una alineación entre las expectativas de los emprendedores y la oferta de Kairos. Este hallazgo respalda la idea de que el network marketing puede ser

una solución atractiva para aquellos que buscan una fuente de ingresos adaptable a sus necesidades individuales.

La importancia atribuida a la construcción de una red sólida y confiable subraya la relevancia de las relaciones interpersonales en el éxito de esta estrategia. Los participantes consideran que la red no solo impulsa las ventas, sino que también facilita la expansión del negocio, revelando la sinergia entre el modelo de Kairos y las expectativas de los emprendedores.

El respaldo y la capacitación personalizada destacados en las entrevistas concuerdan con la literatura revisada, enfatizando la relevancia de la formación continua en el network marketing. Esta observación sugiere que el enfoque de Kairos en el desarrollo individual puede diferenciarlo positivamente en el mercado.

A pesar de la percepción generalmente positiva, la identificación de posibles desafíos, como la percepción negativa ocasional asociada al marketing multinivel, señala áreas que Kairos debería abordar proactivamente. Este análisis integral de los hallazgos proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas de Kairos, ofreciendo una visión equilibrada de las oportunidades y desafíos inherentes al network marketing.

Propuesta de aplicación.

Reclutamiento

El reclutamiento es la clave para el éxito en el network marketing. Para reclutar nuevos afiliados, la empresa debe ofrecer un producto o servicio de alta calidad, una oportunidad de negocio atractiva y un plan de compensación competitivo.

La empresa puede utilizar una variedad de estrategias de reclutamiento, como:

- Marketing directo: La empresa puede contactar a potenciales afiliados directamente, a través de llamadas telefónicas, correo electrónico o redes sociales.
- Marketing de eventos: La empresa puede organizar eventos para presentar su producto o servicio a potenciales afiliados.
- Marketing de afiliados: La empresa puede recompensar a los afiliados existentes por reclutar nuevos afiliados.

Promoción

La promoción es importante para dar a conocer la empresa y sus productos o servicios a un público más amplio. La empresa puede utilizar una variedad de estrategias de promoción, como:

- Marketing digital: La empresa puede utilizar plataformas de redes sociales, blogs y sitios web para promover sus productos o servicios.
- Marketing tradicional: La empresa puede utilizar la publicidad en medios tradicionales, como televisión, radio e impresos.
- Marketing de influencers: La empresa puede asociarse con influencers para promocionar sus productos o servicios.

Logística

La logística es importante para garantizar que los productos o servicios de la empresa se entreguen a los clientes de manera oportuna y eficiente. La empresa debe tener un proceso de logística bien definido que incluya los siguientes pasos:

- Aceptación de pedidos: La empresa debe tener un sistema para aceptar pedidos de clientes.
- Procesamiento de pedidos: La empresa debe tener un sistema para procesar los pedidos de clientes.

- Envío de pedidos: La empresa debe tener un sistema para enviar los pedidos de clientes.

Comisiones

Las comisiones son un elemento importante del plan de compensación de la empresa. Las comisiones deben ser atractivas para los afiliados para que se motiven a vender los productos o servicios de la empresa.

La empresa puede utilizar una variedad de estructuras de comisiones, como:

- Comisiones por ventas: La empresa paga comisiones a los afiliados por cada venta que realizan.
- Comisiones por reclutamiento: La empresa paga comisiones a los afiliados por cada nuevo afiliado que reclutan.
- Comisiones por volumen: La empresa paga comisiones a los afiliados en función del volumen de ventas que generan.

Seguimiento

El seguimiento es importante para mantener a los afiliados comprometidos y motivados. La empresa debe proporcionar a los afiliados los recursos y el apoyo que necesitan para tener éxito.

La empresa puede utilizar una variedad de estrategias de seguimiento, como:

- Programas de capacitación: La empresa puede ofrecer programas de capacitación a los afiliados para ayudarlos a desarrollar sus habilidades de ventas y marketing.
- Eventos de apoyo: La empresa puede organizar eventos de apoyo para los afiliados para que se conecten entre sí y reciban motivación.
- Sistemas de recompensas: La empresa puede recompensar a los afiliados por su éxito con premios, reconocimientos o incentivos financieros.

Esta estrategia se centra en los siguientes aspectos clave:

- Un producto o servicio de alta calidad: El producto o servicio de la empresa debe ser de alta calidad para que los clientes lo valoren y los afiliados lo recomienden.
- Una oportunidad de negocio atractiva: La oportunidad de negocio de la empresa debe ser atractiva para los afiliados para que estén motivados a trabajar duro.
- Un plan de compensación competitivo: El plan de compensación de la empresa debe ser competitivo para que los afiliados se sientan recompensados por su esfuerzo.

Esta estrategia se puede adaptar a las necesidades específicas de cada empresa.

Diagrama de Gantt

GRAFICO DE GANTT PARA LA EMPRESA KAIROS S.A. 2024												
	Trimestre 1			Trimestre 2			Trimestre 3			Trimestre 4		
PROYECTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC
RECLUTAMIENTO												
PROMOCIÓN												
LOGISTICA												
COMISIONES												
SEGUIMIENTO												

Conclusión

- En conclusión, los hallazgos de esta investigación respaldan de manera contundente la viabilidad y aceptación del network marketing, específicamente en el contexto de la propuesta empresarial de Kairos. La flexibilidad, clave para satisfacer las expectativas individuales, se presenta como un elemento fundamental que alinea las ofertas de la empresa con las necesidades de los emprendedores. La importancia atribuida a la construcción de redes sólidas y confiables destaca la capacidad de Kairos para capitalizar este aspecto crucial del network marketing.
- El respaldo y la capacitación personalizada emergen como factores diferenciadores positivos para Kairos, reforzando la importancia de la formación continua en el éxito de los emprendedores. A pesar de la percepción general positiva, la identificación proactiva de posibles desafíos, como la percepción ocasionalmente negativa asociada al marketing multinivel, refleja la atención consciente de Kairos hacia la gestión de la reputación y la superación de obstáculos potenciales.
- En última instancia, la combinación de los hallazgos de entrevistas y la revisión de documentación proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas de Kairos. Estos resultados respaldan la perspectiva de que la empresa está bien posicionada para capitalizar las oportunidades del network marketing, enfocándose en fortalezas clave y abordando posibles desafíos. Este análisis integral sienta las bases para el desarrollo y el éxito continuo de Kairos en el competitivo mundo del marketing de redes.

Bibliografía

- Anderson, D., Sweeney, D., & Williams, T. (2008). Estadística para administración y economía.
- Amway. (s.f.). Bienvenido a Amway Referencia rápida: Historia de Amway. Obtenido de Amway:https://www.amway.cl/downloads/herramientas/comercializacion/005_historia_amway.pdf
- Andrade, A. (2017). Ratios o razones financieras. Contadores y Empresas. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622323/Articulo-de-ratios2.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Editorial Episteme.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008).
- AVON. (2022). Nuestra historia (Una historia de defensa de las mujeres). Obtenido de AVON: <https://www.avonworldwide.com/about-us/our-story>
- Banco Central del Ecuador (BCE). (2020). 20 Años de dolarización de la economía ecuatoriana: Análisis sector real e indicadores sociales. (BCE). Obtenido de file:///C:/Users/diana/Desktop/Tareas-tesis/11.Gustavo-del-Valle_Iriva/tesis-y-ensayos_bibliografia/2007-2019-20-los-dolariza-sector-real+pobreza.pdf
- Banco Central del Ecuador BCE. (2010). La Economía Ecuatoriana Luego de 10 Años de Dolarización. BCE.
- Banco Mundial. (s.f.). Desempleo total Ecuador (porcentaje). Obtenido de Banco Mundial:<https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.UEM.TOTL.ZS?end=2010&locations=EC&start=1999>
- Barreto, M. (2015). La industria del network marketing y la producción de nuevas subjetividades. *Nómadas* (43), 75-93. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/noma/n43/n43a06.pdf>
- BBC News Mundo. (2020). Coronavirus en Ecuador: El inédito y cuestionado plan de emergencia económica del país contra la crisis del covid-19. Obtenido de BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52275464>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Pearson Educación.
- Bisquerra, R. (2009). Metodología de la investigación educativa (Segunda ed.). La Muralla, S.A.

- Brue, S., & Grant, R. (2009). *Historia del pensamiento económico* (Séptima ed.). Cengage Learning Editores, S.A.
- Burbano, X., & Acosta, A. (2017). El Sistema del Network Marketing como alternativa al desempleo femenino: Importancia de las redes de mercadeo. *Académica Española*.
- Bustamante, R. (2020). *Econometría de datos de panel: aplicaciones en R studio*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de file:///C:/Users/diana/Downloads/econometriadedatosdepanel_conrstudio.pdf
- Carrasco, M. (2003). El network marketing una nueva ola empresarial. *CICAG*, 2, 65-71. Obtenido de <http://ojs.urbe.edu/index.php/cicag/article/view/400/331>
- Cascant, J., & Hueso, A. (2012). *Metodología y Técnicas cuantitativas de Investigación*. Universidad Politécnica de Valencia.
- Castro, J. (2014). *Análisis de la inversión de la empresa Young living en el Ecuador como agente potencial en el periodo 2008-2010* (Tesis licenciatura, Pont. Universidad Católica). Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7414/10.C06.001504.pdf;sequence=4>
- Cengage Learning Editores, S.A. 4life Research Ecuador, LLC. (31 de diciembre de 2008). Informe del gerente a la junta general de accionistas de la compañía 4life Research Ecuador, LLC. Obtenido de <https://appscvsconsultas.supercias.gob.ec/consulta-Companias/informacionCompanias.jsf>
- Chen, C.-Y. (1990). *Economía laboral contemporánea Teorías y políticas*. Signo Contemporáneo para la Academia Nacional de Ciencias Económicas.
- Chen, X., Lin, S., & Reed, W. (2009). A Monte Carlo evaluation of the efficiency of the PCSE estimator. *Applied Economics Letters*, 17(1), 7-10.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible Una oportunidad para América Latina y el Caribe*. CEPAL.
- Constitucion de la República del Ecuador 2008. Asociación Ecuatoriana de Venta Directa (AEVD). (s.f). ¿Qué es la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, AEVD? Obtenido de Asociación Ecuatoriana de Venta Directa (AEVD): <https://aevd.ec/servicios-aevd/>

- Croissant, Y., & Millo, G. (2019). *Panel Data Econometrics* with R. John Wiley & Sons Ltd.
- Cruz, R., Solís, V., Palma, A., & Salazar, G. (2021). Marketing multinivel: su incidencia en la generación de fuentes de trabajo en el Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*. Obtenido de <https://www.eumed.net/uploads/articulos/a78583892fb67ee2e4100386cf7ee5b5.pdf>
- Esteves, A. (2020). El impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo de Ecuador. *Revista Latinoamericana de Políticas y Acción Pública*, 7(2), 35-41. doi: 10.17141/mundos plurales.2.2020.4875
- Gujarati, D. (2004). *Econometría* (Vol. 4). (D. Garmendia, Trad.) Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2016). Metodología para la medición del empleo en Ecuador. INEC. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Empleo/2016/septiembre-2016/Nota-metodologica-final-actualizada-\(septiembre16\).pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Empleo/2016/septiembre-2016/Nota-metodologica-final-actualizada-(septiembre16).pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2020). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Sub empleo (ENEMDU). INEC.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2021). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Sub empleo (ENEMDU) 2021. INEC. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/EMPLEO/2021/Septiembre2021/202109_Mercado_Laboral.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censo, (. (s.f). Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC). Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC): <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/misionvision-valores/>
- Jacome, J. (2016). Estrategias para posicionar el Network Marketing como una nueva profesión (Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil). Repositorio Institucional. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/43681>
- Jahan, S., Mahmud, A. S., & Papageorgiou, C. (2014). Pasado y Porvenir: El Futuro de la Economía Mundial. *Finanzas y Desarrollo*, 53-54. Obtenido de https://www.academia.edu/9523400/Pasado_y_porvenir_Finanzas_y_Desarrollo_Septiembre_de_2014?from=cover_page
- Jiménez, F. (1999). *Macroeconomía: Breve historia y conceptos básicos*. Pontificia Universidad Católica de Perú.

- Keynes, J. (2003). La teoría general de la ocupación, el interés y el dinero (Cuarta edición (corregida y aumentada) ed.). Fondo de Cultura Económica.
- Lawrence, W. (2015). El choque de ideas económicas: los grandes debates de política económica de los últimos 100 años. Antoni Bosch.
- León, O. (1997). Diseño de Investigaciones: Introducción a la Lógica de la Investigación en Psicología y Educación. McGraw-Hill Interamericana de España.
- López, E. (2004). Análisis de la estrategia de Avon, y su permanencia como líder en la industria (Tesis de maestría, Universidad Iberoamericana). Repositorio de la Institución. Obtenido de <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014505/014505.pdf>



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Flores Sangines, Stalin Gregorio**, con C.C: # **0913982203** autor del **componente práctico del examen complejo: Aplicación del Network Marketing como un sistema de comercialización en la empresa Kairos S.A.**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Administración en Ventas** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **05 de febrero del 2024**

f. _____

Nombre: **Flores Sangines, Stalin Gregorio** C.C:
0913982203



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Aplicación del Network Marketing como un Sistema de comercialización en la empresa Kairos S.A.		
AUTOR(ES)	Flores Sangines, Stalin Gregorio		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Moreira García, Juan Arturo, Mg		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Economía y Empresa		
CARRERA:	Administración de Empresas		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Administración de Ventas		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	05 de febrero del 2024	No. DE PÁGINAS:	49
ÁREAS TEMÁTICAS:	Ventas, Finanzas, Liderazgo		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Network Marketing, Flexibilidad Empresarial, Construcción de Redes, Capacitación Personalizada Marketing Multinivel		

RESUMEN

El objetivo del ensayo es evaluar la viabilidad de Network Marketing en la empresa Kairos S.A. También se entrevistó a profesionales del sector, reveló que el sistema de dropshipping puede ser un aumento en ventas sin tener almacenamiento en los diferentes puntos de ventas.

El estudio de mercado reveló que existe una demanda creciente de productos y servicios de telecomunicaciones a través de Internet. En Ecuador, el número de usuarios de Internet se ha duplicado en los últimos cinco años, alcanzando los 10 millones de personas. Este crecimiento se ha visto impulsado por el aumento de la penetración de la telefonía móvil, la disponibilidad de conexiones de banda ancha asequibles y la creciente popularidad de las plataformas de comercio electrónico.

El profesional del sector explicó que el dropshipping puede ayudar a las empresas de Network Marketing a mejorar su rentabilidad y competitividad.

La propuesta incluye un diagrama de Gantt con el cronograma del proyecto, un análisis de los costes y beneficios esperados y una estrategia de marketing para promover los productos a través de Internet.

Los resultados de la investigación indican que la implementación del dropshipping en una empresa de network marketing en telecomunicaciones es un proyecto viable que podría suponer una ventaja competitiva importante.

En conclusión, los resultados de la investigación indican que la implementación del dropshipping es una oportunidad que las empresas de network marketing en telecomunicaciones deben considerar.

ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593 969130857	E-mail: stalinsanginesflores@gmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Coello Cazar, David	
	Teléfono: +593-4-3804600	
	E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec	

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	