



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**EXAMEN COMPLEXIVO : COMPONENTE PRACTICO**

**TEMA: INFLUENCIA DE LA VENTA DIRECTA EN EL ECUADOR**

**MARIA CRISTINA SAAVEDRA RUIZ**

**2015**  
UTE B-2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por MARIA CRISTINA SAAVEDRA RUIZ como requerimiento parcial para la obtención del Título de INGENIERO EN MARKETING.

TUTOR (A)

ING. SOLEDAD REA

DIRECTOR DE LA CARRERA

ING. JAIME SAMANIEGO

Guayaquil, a los 27 del mes de ENERO del año 2015



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING  
**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, MARIA CRISTINA SAAVEDRA RUIZ

DECLARO QUE:

El componente practico del Examen Complexivo INFLUENCIA DE LA VENTA DIRECTA EN EL ECUADOR previa a la obtención del Título de INGENIERA EN MARKETING, ha sido desarrollado en base a una investigación, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del componente práctico del examen complexivo referido.

Guayaquil, a los 27 del mes de ENERO del año 2015

EL AUTOR (A)

---

MARIA CRISTINA SAAVEDRA RUIZ



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, **MARIA CRISTINA SAAVEDRA RUIZ**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del componente práctico del examen complejo: INFLUENCIA DE LA VENTA DIRECTA EN EL ECUADOR, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad.

Guayaquil, a los 27 del mes de ENERO del año 2015

EL (LA) AUTOR(A):

---

MARIA CRISTINA SAAVEDRA RUIZ

# TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

---

ING. JAIME SAMANIEGO

PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

---

MGS. GONZALO LENIN BALLADARES ARREAGA

PROFESOR DELEGADO

## INDICE GENERAL

	PAG
CERTIFICACION.....	2
DECLARACION DE RESPONSABILIDAD.....	3
AUTORIZACION.....	4
INTRODUCCION.....	7
DESARROLLO.....	9
CONCLUSIONES.....	16
REFERENCIAS.....	17

## INTRODUCCION

El atractivo y dinámico canal de distribución data de más de 100 años en varios países del mundo, la fortaleza de este sistema reside en su principal particularidad, la independencia y libertad financiera; desde entonces esta industria de la Venta Directa ha sido una parte trascendental y creciente del sector de la mediana y pequeña empresa.

Esta industria tiene la capacidad de brindar una gran variedad de posibilidades y está abierta para las personas que deciden tener ingresos adicionales en su tiempo libre o para aquellos que tal vez por su edad, sexo o condición social tiene limitadas oportunidades en el mercado laboral, permitiéndoles llevar su propio negocio de éxito con baja o en algunos casos ninguna inversión.

Otra de las ventajas es la forma en que se realiza este tipo de negocio, al hacerlo por medio de demostraciones entretenidas e informativas, donde se presentan servicios o productos de diferentes áreas como salud, belleza, hogar, etc. directamente en el hogar del cliente, esta interrelación es la que ha marcado la diferencia con los demás negocios tradicionales a nivel mundial.

Por otro lado el Ecuador no ha sido la excepción, su economía tiene diversas fuentes de desarrollo, algunas tradicionales como empresas de bienes y servicios, estatales y privadas entre otras; sin embargo el país se ha visto fuertemente influenciado por esta tendencia económica mundial de la Venta Directa y con el paso de los últimos años se ha activado este sistema en nuestro país, ganando cada día mayor penetración de mercado e importancia, prueba de ello es según información brindada por la AEVD (Asociación de Venta Directa de Ecuador) en el 2011 Ecuador facturo cerca de USD 800 millones presentando una tasa de crecimiento del 8%.

Cabe resaltar que el apoyo entregado por la AEVD a las empresas que se han unido a esta institución es de gran importancia, ya que promueven su actividad comercial, rigiéndose por su código de ética y respeto mutuo; de esta manera acreditan y dan prestigio a la imagen de la Venta Directa. Podemos ver que la afectación de este sistema de comercialización ha causado un gran impacto en las finanzas de todos quienes de una u otra manera están implicados en el proceso, ayudando a que se genere un alto movimiento económico en el país.

Las preguntas a contestar son:

*¿Qué pasaría si no existiera la Venta Directa?*

*¿De qué manera afecta el entorno empresarial?*

## DESARROLLO

Para comprender la influencia del sistema de Venta Directa en el Ecuador hay que remontarnos al nacimiento y desarrollo de este movimiento.

En Inglaterra en la edad media aparecieron los primeros vendedores de Venta Directa conocidos como "Chapmen" quienes ofrecían productos domésticos, posteriormente en Estados Unidos aparecen los "Yankee" encargados de brindar servicios a las comunidades más aisladas, conocidos también como vendedores ambulantes.

A partir de mediados del siglo 19, los vendedores eran encargados de trabajar visitando cada hogar de los barrios aledaños a las ciudades grandes, buscando una respuesta positiva en las amas de casa.

Gracias a la visión de Isaac Merrit Singer al considerar la necesidad de presentar el funcionamiento de su máquina de coser en los hogares del cliente para asegurar su venta podemos tener como referencia más antigua a ésta como una de las primeras empresas organizada en Venta Directa en 1851.

Otro de los grandes visionarios en venta directa de la época es **David H. McConnell**, era un joven vendedor de libros quien obsequiaba a las amas de casa un pequeño perfume por cada compra, al darse cuenta que gustaban más sus perfumes que los libros decidió crear una empresa de cosméticos y perfumes que hoy se conoce como Avon Cosmetics

Es así como a finales del siglo 19 otro de los productos que se comercializaba directamente a los clientes son las enciclopedias.

A inicios del siglo 20 se dan a conocer en los mercados las aspiradoras Electrolux, y es Stanhome en 1932 que ve la efectividad al cerrar las ventas en las presentaciones realizadas en oficinas y hogares.

En los 30 sale a la luz en el mercado de la Venta Directa la hoy conocida empresa Tupperware distribuidora de los envases herméticos con su línea para cocina.

Posteriormente en los años 40 las ventas vuelven a revolucionar el mercado al introducir la comercialización de vitaminas y suplementos alimenticios aplicando las remuneraciones por multinivel, se crea Nutrilite que hoy es una división de Amway.

Y en los ochenta Mark Hughes con experiencia en nutrición, funda bajo el sistema de mercadeo en multinivel la mundialmente conocida firma Herbalife, enfocada al cuidado del control de peso.

En el Ecuador podemos encontrar a la mayoría de las empresas anteriormente nombradas quienes gracias a sus canales de distribución y su enfoque multinivel han revolucionado el mundo de la Venta Directa, creando beneficios y fuentes de ingresos para quienes forman parte en la cadena de valor de este modelo económico.

## **La Venta Directa**

Es el sistema de comercialización de diversos productos o servicios donde se da a conocer sus beneficios y funciones mediante demostraciones directamente en el hogar u oficina del posible consumidor, permitiendo hacer este negocio a todas las personas que deseen ganar ingresos adicionales y puedan contar con flexibilidad en tiempo y horario.

La Venta Directa constituye un dinámico canal de distribución, cuyo desarrollo ha contribuido al fortalecimiento de las economías de los diferentes países en los que se desarrolla, mediante la comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores.

“La comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, mediante el contacto personal de un agente de comisión o mediador mercantil independiente, generalmente en sus hogares, en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo, fuera de un local comercial.”(Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, 2015).

¿Qué son las ventas directas? Muy sencillo, las ventas directas es una manera de vender productos o servicios directamente a clientes fuera de un local comercial. Un negocio de ventas directas te permite comunicarte con los clientes individualmente, en grupos, a través de las ventas en línea, por medio de ventas de catálogo o por teléfono. A las personas en la industria de las ventas directas se les conoce como consultores independientes, distribuidores o representantes. (Mary Kay, 2015)

Desde los años noventa, el Ecuador así como algunos países de América Latina retomó con mayor fortaleza el interés de explorar en un sistema que no había sido explotado a su máxima capacidad como son las oportunidades que brinda este canal de comercialización de las ventas directas, esta actividad ha venido creciendo progresivamente a tal punto que hoy en día se cuenta con cerca de medio millón de personas implicadas en esta industria.

Desde entonces muchas cosas cambiaron en el mundo; sin embargo, la comercialización a domicilio sobrevivió y se robusteció, al punto de que en Ecuador genera alrededor de \$ 800 millones de ganancias al año. (Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, 2015)

Cerca de 750 mil personas trabajan en esta actividad, de las cuales el 95% son mujeres. En 2011 el sector pagó en impuestos \$ 106,9 millones (*El Telégrafo*, 2013)

La Venta Directa presenta un atractivo modelo “ganar – ganar” y su impacto en la población y economía ecuatoriana se puede percibir desde varios enfoques tales como: consumidores, distribuidores independientes, empresas representantes directas de los productos, otras empresas involucradas detrás de telones que prestan a su vez sus servicios como son: imprentas, cartoneras, transporte, agencias de viajes, hoteles, textiles, entre otros.

Un dato interesante que se puede encontrar es que del 98% de las personas que realizan esta actividad, el 95% son mujeres, quienes han dinamizado el negocio e incluso lideran estas industrias como es el caso de los cosméticos.

Belcorp, por ejemplo, fabricante de las líneas cosméticas L’Bel, Essika y Cystone, tiene 80.000 consultoras-vendedoras, a través de las cuales sus productos llegan aproximadamente a 500.000 personas, de acuerdo a las estimaciones de Carolina Núñez, jefa de mercadeo de la empresa. (*El Telégrafo*, 2013)

Las amas de casa que han tomado la decisión de unirse a estos negocios para apoyar con ingresos adicionales a sus hogares, se han visto beneficiadas también en un aspecto muy importante como es su autoestima, al sentir que tienen la posibilidad de crecer profesionalmente frente a un sistema laboral tradicional que le ha cerrado las puertas y puede conjugar este nuevo rol con su vida familiar siendo un apoyo para sus seres queridos.

De su lado, Yolanda Salazar, vendedora de dos marcas distintas de cosméticos, manifestó que gracias a esta actividad recibe hasta \$300, por mes, e igualmente señala, que los incentivos como viajes y regalos son "bastante buenos".

Carmita Lombeida se inició en el mundo de la venta directa hace 19 años. La firma Yanbal le ofreció la oportunidad de generar otra fuente de recursos, ya que lo que ganaba como maestra no le alcanzaba. La acogida que recibió al ofrecer sus productos en instituciones y empresas le valieron una serie de ascensos. Y su facilidad para reclutar nuevas vendedoras le colocó en el puesto de directora. Actualmente cuenta con unas 2500 personas bajo su mando y ha llegado a percibir ganancias mensuales de hasta \$14 mil. En julio pasado, recibió el premio de mejor Directora Regional Estrella, en Francia. (Explored, 2008)

Una herramienta clave en el negocio de las ventas directas es el uso de las TIC`S que se ha convertido en un medio de crecimiento económico y ha dado un importante impulso a este sector mediante su gestión de informar y mantener una comunicación bidireccional entre el distribuidor independiente y el consumidor.

Las Tic`'s constituyen hoy en día un gran aporte en los cambios económicos, sociales y educativos en los diversos grupos sociales de desarrollo e investigación, tal cual lo veremos cómo ha fortalecido las ventas directas en el Ecuador el uso de las Tic`'s.

Hoy en día la presencia de las Tic`'s permite que en muchas ocasiones las compañías que aplican las ventas directas hagan uso de estas para optimizar su comercialización dando una combinación de ventas directas con ventas a distancias. Las nuevas tecnologías van logrando una mejorara en sus negocios, que acompañados con la atención personalizada dan un gran valor agregado a los servicios que ofrecen. (Harry Luna Aveiga, 2013).

Las ventas directas y el sistema de multinivel que usan muchas de las empresas que comercializan sus productos o servicios de esta manera es lo que hace aún más atractivo este negocio, ya que el presentador o distribuidor independiente puede aumentar sus ingresos formando sus propias redes, compartiendo con amigos, familias o demás personas su testimonio de éxito e invitando a ser parte de su equipo; logrando un sostenido crecimiento en el aspecto económico como también profesional, ganando reconocimientos y alcanzando los incentivos puestos por su empresa.

Robert Kiyosaki menciona que: “La industria de mercadeo en red proporciona ingresos residuales y es reconocido por muchos expertos y empresarios como uno de los modelos de negocios de más rápido crecimiento en el mundo.”

¿Qué pasaría si no existiera la Venta Directa?

Claramente se puede ver como este modelo de negocio ha intensificado la economía del Ecuador dando un vuelco gigante con relación a los negocios tradicionales, si llegara a desaparecer del mercado ecuatoriano, muchas familias se verían fuertemente afectadas en sus ingresos parciales o totales, habría un alto número de personas en desempleo con muy pocas posibilidades de poder ser activos económica y profesionalmente, así como las diferentes industrias que giran alrededor de este sistema sufrirían una fuerte recesión al verse limitados en la entrega de sus diversos servicios, sin olvidar las grandes sumas de dinero que el país recibe por medio de la facturación y pago de impuestos por parte de los diferentes negocios de Venta Directa. (Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, 2015)

Con relación a esto podemos ver que en el país cerca de 800 mil personas están involucradas de alguna manera:

- 95% son mujeres
- 82% madres de familia cabeza de hogar
- 50% son mayores de 45 años
- Grandes líderes del sector son mayores de 60 años
- 98% ecuatorianos han comprado alguna vez un producto por medio de Venta Directa
- 88% de quienes están en la Venta Directa están satisfechos con sus resultados y el sistema
- 70% jóvenes entre 1-25 años hacen Venta Directa para el pago de transporte, alimentación, estudios, etc.

¿De qué manera afecta el entorno empresarial?

Su afectación es positiva, ya que con la alta aceptación que ha tenido este modelo en el país al contribuir con el desarrollo de las diferentes industrias, crea una sinergia entre las empresas poniendo una sana competencia que obliga a esforzarse por mantener una comunicación bidireccional adecuada con el cliente, buscando conocer sus intereses para dar un mejor servicio o brindar un producto de mayor calidad que satisfaga sus necesidades.

## CONCLUSIONES

El negocio de las Ventas Directas es simplemente emocionante, a través de este modelo un gran segmento de la población ecuatoriana ha podido tener ingresos extras y esto se ve reflejado en disfrutar de una mejor calidad de vida, la posibilidad de ver sus sueños realizados al comprar su casa o carro, brindar a sus hijos una educación superior, poder viajar y conocer nuevos horizontes, es decir, se abre las puertas a un crecimiento no solo económico y profesional sino también a un crecimiento personal.

Como las cifras lo indican el Ecuador se ha visto beneficiado por medio de la rentabilidad que mes a mes, año a año ha generado esta industria, su crecimiento en los últimos tiempos ha sido constante pese a las dificultades que este sistema ha tenido que sobrellevar, prueba de ello son los pagos de impuestos recibidos en el periodo 2010 – 2011 (Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, 2015)

2010	2011		
17.393.182	18.994.948	9.2%	Imp. a la renta
65.161.144	72.384.424	11.1%	Imp. al valor agregado
10.361.789	15.563.256	50.2%	Imp. consumos especiales

Total de impuestos cancelados al estado \$106.942.628

## REFERENCIAS

Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, (2015) ¿Que es la Venta Directa? Recuperado de [http://www.aevd.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=60&Itemid=70](http://www.aevd.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=70)

Mary Kay, (2015) Ventas directas: una Industria emocionante y en crecimiento. Recuperado de <http://www.marykay.com.ar/Page.aspx?PageID=10965>

El Telégrafo, (2013) Venta Directa genera en el Ecuador 800 millones. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/venta-directa-genera-en-ecuador-800-millones.html>

Explored, (2008) Venta Directa crece y se diversifica. Recuperado de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/venta-directa-crece-y-se-diversifica-308773.html>

Eumed.net, (2013) Observatorio de la economía latinoamericana. Aplicación de las TIC's en la Venta Directa. Recuperado de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2013/ventas-directas.html>