

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA



**TEMA:** “NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA”

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en la Especialidad de Diseño y Publicidad

**AUTORES:** Collaguazo Lincango Edgar Patricio

Garrido Mejía Santiago Martín

**DIRECTOR:** Msc. David Ortiz

Ibarra, 2014

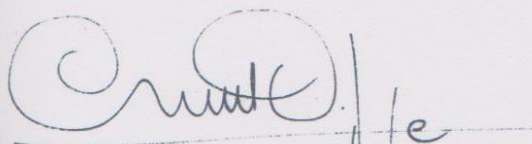
## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del Trabajo de Grado titulado: **"NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA"**; de los señores egresados: Edgar Patricio Collaguazo Lincango y Santiago Martín Garrido Mejía, previo a la obtención del Título de Licenciatura en Educación Básica Mención Diseño y Publicidad.

Con todo nuestro cariño y amor dedicamos este Trabajo de Grado a las

Al ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que se puede certificar por ser justo y legal.



Msc. David Ortiz

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## **DEDICATORIA**

Con todo nuestro cariño y amor dedicamos este Trabajo de Grado a las personas que han sido parte fundamental de nuestra vida, como es nuestra familia, quiénes han hecho todo en la vida para que podamos lograr cada uno de nuestros sueños, y nos han permitido culminar esta etapa de nuestra vida con su apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente agradecemos a DIOS, que nos ha permitido vivir esta hermosa etapa de nuestra vida. Agradecemos también a todas y cada una de las personas que han sido nuestra influencia y que nos han permitido ser lo que hoy somos. Gracias a nuestros familiares, a nuestros maestros, a nuestros compañeros de la Universidad. Gracias a cada uno de ustedes por colaborar con nuestra formación personal no solo en la parte cognitiva sino también en la parte emocional y espiritual.

## ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Aceptación del Director.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Introducción.....	x
<b>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b>	
Antecedentes.....	12
Planteamiento del Problema.....	15
Formulación del Problema.....	17
Delimitación.....	17
Objetivos.....	17
Justificación.....	18

## **MARCO TEÓRICO**

Fundamentación Teórica.....	22
Posicionamiento Teórico Personal.....	47
Glosario de Términos.....	55
Matriz Categorial.....	59

## **MARCO METODOLÓGICO**

Tipo de Investigación.....	60
Métodos.....	61
Técnicas.....	61
Población.....	62

## **ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS**

Primera Pregunta.....	64
Segunda Pregunta.....	65
Tercera Pregunta.....	67
Cuarta Pregunta.....	68
Quinta Pregunta.....	69
Sexta Pregunta.....	70

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Conclusiones.....	71
Recomendaciones.....	73

## **PROPUESTA ALTERNATIVA**

Título de la Propuesta.....	74
Justificación e Importancia.....	74
Fundamentación.....	76
Objetivos.....	87
Ubicación Sectorial y Física.....	87
Desarrollo de la Propuesta.....	89
Impactos.....	255
Difusión.....	256
Bibliografía.....	257
Anexos.....	260

## RESUMEN

Dentro de esta época de cambios económicos, del cambio de la era industrial a la era de la información, aparece una etapa de transición o crisis económica a nivel mundial, donde se pone de manifiesto la falta de empleo y el fracaso en algunos negocios tradicionales; y en esta nueva era surge una solución, como vehículo financiero comprobado a nivel mundial para combatir la crisis, este vehículo se le conoce como redes de mercado o marketing multinivel. La presente investigación se ha realizado con el fin de determinar el nivel de aceptación de este concepto en la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra; y para tal situación se ha desarrollado una encuesta de seis preguntas dirigida a personas comprendidas entre las edades de 18 y 65 años, estudiantes, profesionales, empleados públicos y privados y dueños de negocios que residen en la mencionada parroquia. De esta investigación hemos visto que existe una gran cantidad de personas que desconocen en qué consiste el término Redes de Mercado o Marketing Multinivel, hay una desinformación completa y confusión total con lo que es la venta directa, venta por catálogo y los esquemas de estafa piramidal; aunque los productos consumidos por este medio son de gran demanda por la población, existen compañías de este rubro muy posicionadas en la mente de los encuestados, pero hay que hacer más por esta industria, todavía no se ha podido entender cómo aprovechar al 100% este concepto de negocio, por lo que el presente trabajo de investigación y la propuesta alternativa que consta de un manual informativo general sobre la industria de marketing multinivel y de un plan de medios dirigido a promocionar correctamente una empresa multinivel en el Ecuador aplicando conocimientos adecuados de publicidad y diseño gráfico; para dar solución al problema de desinformación con respecto a este rubro. Entendiendo que el concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel es una estrategia de distribución de productos y servicios de alto impacto a nivel mundial para las empresas, y además crea también una posibilidad comprobada de libre empresa, comparada con una franquicia personal para que cualquier persona, de cualquier raza, credo, nivel económico, profesión y experiencia pueda desarrollarlo y convertirse en parte de la camada de nuevos profesionales de este siglo XXI (networkers), que conjuntamente con las empresas multinivel están creando una filosofía ganar-ganar para poder mejorar la situación económica a nivel mundial.



## ABSTRACT

In this time of economic changes, the change from the industrial age to the information age, a transition or global economic crisis is evident, there is lack of employment and failure in some traditional business; and in this new age a solution is coming up, as a financial vehicle checking globally to combat the global crisis, this vehicle is known as network marketing or multilevel marketing. This Research was conducted in order to determine the level of acceptance of this concept in "Parroquia El Sagrario -Ibarra", and for that reason we have developed a survey of six questions aimed at people between the ages of 18 and 65: students, professionals, public and private employees and business owners living in "El Sagrario". In this Research we have seen that there are a lot of people who don't know what the term Network Marketing or MLM means. There is a complete misinformation and confusion about what are direct sales, catalog sales and schemes pyramid scam. Although the products consumed in this way are in great demand by the population, there are companies in this highly positioned heading into the minds of the survey answers, but we must do more for this industry. How to get 100% of this business concept has not been understood, so the present research and the alternative proposal started with a general informative manual on network marketing industry and a media plan aimed at successfully promoting a multilevel company in Ecuador applying appropriate knowledge advertising and graphic design to solve the problem of misinformation regarding this item. Understanding the concept of Network Marketing or Multi Level Marketing is a product distribution strategy and high-impact services worldwide to businesses. And also a proven ability to make free enterprise, compared to a personal allowance for anyone, of any race, creed, economic status, occupation and experience to develop and become part of the new breed of professionals in the XXI century ( networkers ), which together with multilevel companies are creating a win-win philosophy to improve economic situation worldwide.

## INTRODUCCION

El presente trabajo de investigación y su propuesta alternativa de solución van dirigidos en primer lugar a determinar el nivel de aceptación de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel en la Parroquia el Sagrario de la ciudad de Ibarra, para poder identificar el problema existente con respecto a este tema.

Esta mega tendencia de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel se ha comprobado que es el canal de distribución de productos y servicios más inteligente hasta hoy creado. A nivel mundial se ha demostrado que es la mejor forma de aumentar las ventas, bajar costos de distribución, mejorar la rentabilidad, y como consecuencia subir la calidad en el producto de las empresas, beneficiándose de esta manera la fábrica y el consumidor final.

La idea de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel se basa en la proactividad de los consumidores. Dentro de este sistema de distribución se elimina el sistema tradicional de intermediación, que consiste en la venta a través de intermediarios y publicidad ATL en medios masivos tradicionales (tv, radio y prensa), debido a que estos ya no tienen el mismo impacto que hace algunos años atrás.

El objetivo de la propuesta alternativa que se plantea en el presente Trabajo de Grado, va dirigido a combinar el concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel con publicidad efectiva para informar de manera correcta cómo funciona esta industria, y cómo se la puede aprovechar desde el punto de vista de los empresarios que quieren distribuir sus productos directamente al consumidor final a través de este sistema y por parte de las personas que buscan formas de generar ingresos extras a través de la venta de productos, así como también por las personas que a través de este concepto de la libre empresa les interesa desarrollarse profesionalmente en esta industria y formar parte de los Nuevos Profesionales del Siglo XXI.

En las siguientes páginas se podrá conocer a fondo los conceptos básicos de esta industria, y se analizará estos conceptos desde el punto de vista de un publicista y diseñador gráfico, para poder aportar soluciones creativas a la deficiente forma de promocionar esta industria en el mercado local.

Para esto se hizo una investigación dirigida a la población económicamente activa de la parroquia el Sagrario de la Ciudad de Ibarra, con el fin de obtener una base sobre el conocimiento que tienen las personas encuestadas sobre la industria de Marketing Multinivel.

De los resultados que arrojaron las encuestas, se ha definido una estrategia correcta para promocionar adecuadamente la industria de las Redes de Mercado; todo esto está comprendido dentro de la propuesta alternativa, así como también la aplicabilidad de esta estrategia dirigida a una empresa en particular, una empresa nueva, Total Life Changes (TLC), constituida en el Ecuador en noviembre del 2012, y que hasta la fecha de entrega de este trabajo, está terminando de sacar los registros sanitarios de sus productos para empezar legalmente a trabajar en el Ecuador.

# CAPÍTULO I

## 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 Antecedentes

Sin lugar a duda son grandes los cambios que se han dado y se están dando día a día en la sociedad. La mayoría de la población sigue pensando que son simples cambios en esta era, pero la realidad es que, se está dando un cambio total de era. El mundo se encuentra en la transición de la era industrial a la era de la información (era de la tecnología); la sociedad se reacomoda en su visión mundial, en sus valores básicos, en su estructura social, económico y político, en sus artes, etc.

Cincuenta años después habrá un mundo nuevo y las personas que nacen hoy, no pueden imaginar el mundo en que vivieron sus abuelos y en que nacieron sus propios padres, así como las opciones que tuvieron para generar ingresos como: el empleo, un negocio tradicional, profesionalizarse lo más que se que pueda. Estos conceptos ya no funcionan con la misma efectividad como antes, debido a esta transición; pero con todo cambio, aparecen las soluciones a la crisis que se está atravesando mundialmente.

En esta nueva era de la información, aparece una opción que pasó por grandes procesos hasta establecerse como una industria reconocida mundialmente. Hoy, después de 60 años de haberse creado este concepto, después de haber atravesado procesos de legalidad y normativas, hoy es una industria totalmente legal; industria a la que se la conoce como Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

En la actualidad el enfoque de las empresas es reducir los costos, aumentar la productividad y como consecuencia incrementar las utilidades. Debido al nivel de competitividad que hay actualmente en el mercado, las empresas deben ofrecer mayor calidad de productos y servicios; y con menores costos. La estrategia utilizada hoy en día por miles de empresas alrededor del mundo se le conoce por el nombre de Network Marketing, Marketing Multinivel o Redes de Mercado; este es un concepto con el que la empresa obtiene la capacidad de captar mayor cantidad de clientes por medio de la distribución directa, a través del boca a boca.

Las Redes de Mercado o Marketing Multinivel, es un sistema de distribución de productos y servicios directamente de la fábrica al consumidor final; omitiendo la intermediación, reduciendo enormemente el precio de un determinado producto o servicio, y devolviendo económicamente al consumidor final porcentajes de ganancia por referir los productos o servicios, y también por vincular a personas que puedan establecer su propio negocio dentro de esta industria.

Este concepto de negocio diferente, no fue aceptado totalmente en sus inicios por la confusión que se creaba con los esquemas de Ponzi o negocios piramidales. En la actualidad todavía hay personas que siguen confundiendo los conceptos y por ende siguen teniendo desconfianza y miedo hacia este modelo de negocio; todo se debe a la falta de información sobre el tema.

La Industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel pasó por una serie de etapas, empezando por la venta directa, hasta que el día de hoy existe como modelo de negocio aceptado. Esta industria atravesó procesos de desarrollo de empresarios tipo vendedores a través de un sistema donde se aplica motivación, neurolingüística, liderazgo y finanzas personales; hasta llegar hoy día a aplicar conceptos como es el marketing de atracción y la publicidad dentro del multinivel presencial y también por internet.

Con el apareamiento de nuevas tecnologías, el internet, redes sociales, etc., se está empezando un nueva etapa en este negocio, utilizando estrategias correctas para posicionar en el internet a las personas vinculadas a la industria de redes de mercado como verdaderos empresarios, trayendo como consecuencia una mayor seguridad y credibilidad en este tipo de negocios y por ende a los productos que se ofertan dentro de este sistema de distribución.

El concepto de Redes de Mercado es cada vez más conocido a nivel mundial, especialmente en los Estados Unidos(que es el lugar donde nace este concepto). En Europa (España, Italia, Portugal y Rusia), el concepto es cada vez más aceptado por la población, así como en Asia (China, Japón, Malasia, Singapur e India), que son países que por la cantidad de población que tienen, modelos económicos como el marketing multinivel está tomando un auge tal, que en muchos países se ha convertido en el modelo productivo para las empresas y los asociados a estas empresas, más efectivo y con mayor aceptación hoy en día.

En la actualidad, los habitantes de Centro y Sudamérica están adoptando este modelo de negocio, produciendo una mayor aceptación y un mayor conocimiento de la Industria en países como: México, Colombia, Perú, Brasil, Argentina, Costa Rica y República Dominicana.

Toda esta influencia hace que Ecuador no se quede atrás de esta revolución económica, por lo que es importante identificar el nivel de conocimiento y aceptación del concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel, especialmente por parte de los habitantes de nuestra ciudad de Ibarra, centralizando esta investigación en la parroquia El Sagrario de esta ciudad.

## **1.2 Planteamiento del Problema**

Dentro de esta época de cambios económicos, del cambio de la era industrial a la era de la información, aparece una etapa de transición o crisis económica a nivel mundial, donde se pone de manifiesto la falta de empleo y el fracaso en muchos negocios tradicionales.

En la actualidad el enfoque de las empresas es reducir los costos, especialmente la mano de obra que se la ha reemplazado por maquinaria, con el objetivo de aumentar la productividad y por ende las utilidades para la empresa.

Es en esta época de transición donde toma auge una propuesta económica y social, como una solución a esta crisis mundial. Una propuesta que ahora es aprovechada por un millón de personas, aproximadamente, cada mesen todo el mundo. Esta propuesta económica utilizada hoy en día por miles de empresas y acogida por millones de personas alrededor del mundo se le conoce por el nombre de Network Marketing, Marketing Multinivel, Marketing por Relaciones o Redes de Mercado.

Este concepto tiene la posibilidad de generar mayor cantidad de clientes por medio de la distribución directa o de lo que se conoce como el boca a boca, lo que trae consigo la disminución de precios en los productos y la posibilidad de crear oportunidades de negocio dentro de la libre empresa para cualquier persona con perfil emprendedor.

Este sistema de distribución garantiza la calidad del producto, debido a la reducción de inversión en publicidad tradicional e intermediación, y también crea la posibilidad de que los consumidores obtengan porcentajes de las utilidades de la empresa, simplemente por compartir la información de los productos o de la oportunidad de negocio. En lugar de pagar grandes cantidades de dinero en publicidad (prensa, radio y tv), les pagan a los consumidores el momento que se convierten en distribuidores independientes o dueños de su propio negocio y patrocinan a nuevos

consumidores, distribuidores o a personas que quieran desarrollar la misma oportunidad de negocio (networkers).

Los productos que se venden por recomendación directa tienen que ser excelentes, la Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel tiene que manejar productos de primera calidad porque se basan en una duplicación oral del beneficio que el cliente obtuvo de dicho producto, si el producto es bueno entonces la gente recomienda como promedio de tres a cuatro personas, pero si el producto no cumpliera con las expectativas que se ofrece la duplicación negativa sería de diez a once personas.

Las personas pueden utilizar este canal de distribución como un negocio para su tiempo libre, se puede llegar a hacer carrera en este negocio, o simplemente obtener los beneficios de los productos que se distribuyen por medio de este sistema.

En estos últimos años un gran porcentaje de personas que integran este tipo de negocio y quieren llegar a hacerlo de manera profesional, fracasan en sus inicios. Fracasan por no cambiar paradigmas mentales establecidos como son: la diferencia de mentalidad entre un empleado y un empresario, la diferencia entre invertir y gastar, la diferencia entre tener un negocio seguro y tener un negocio que brinde libertad; además, fracasan por el desconocimiento del concepto real de la industria Redes de Mercado o Marketing Multinivel, así como también se puede fracasar en esta industria debido a problemas de autoestima, aspectos de crecimiento personal y manejo de miedos en general.

En muchos países alrededor del mundo el concepto de Redes de Mercado, Marketing Multinivel o Network Marketing es muy conocido y aceptado totalmente, porque se ha convertido hoy en día en la solución a los problemas financieros para muchas personas. Todavía en Ecuador y especialmente en la ciudad de Ibarra hay un gran desconocimiento del tema,



un desconocimiento total del concepto de la industria, y una estrategia publicitaria adecuada para dar a conocer los beneficios de esta industria.

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Cuál es el nivel de aceptación de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel en la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra?

### **1.4 Delimitación**

La población económicamente activa de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra, en marzo del año 2013.

### **1.5 Objetivos**

#### **Objetivo General**

-Determinar el nivel de aceptación del concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel en la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra y formular una Propuesta Alternativa para solucionar el problema.

#### **Objetivos Específicos**

-Conocer a través de encuestas el porcentaje de aceptación de los productos que llegan al consumidor a través de la distribución por Redes de Mercado.

-Diseñar un acertado plan de medios y una estrategia publicitaria para promocionar correctamente una empresa nueva en el Ecuador, para la ciudad de Ibarra.

- Socializar la presente propuesta alternativa a la empresa Total Life Changes y a sus distribuidores.

### **1.6 Justificación**

Hace más de 60 años, nace una mega-tendencia, que en la actualidad ha demostrado ser la mejor forma de aumentar las ventas, bajar costos de distribución, mejorar la rentabilidad, y como consecuencia, subir la calidad en el producto de las empresas, beneficiándose de esta manera la fábrica y el consumidor final.

El sistema tradicional de distribución está colapsando, las estrategias publicitarias tradicionales, ya no tienen el mismo impacto, por esta razón las estrategias BTL han tomado mayor auge en estos últimos años. El proceso de distribución en la que una fábrica pone a disposición un producto para cubrir una necesidad determinada, y este producto llega al consumidor final a través de un proceso de intermediación (exportadores, importadores, mayoristas, minoristas, almacenes, publicidad, gastos administrativos, etc.), lo único que hace es incrementar el precio final de los productos, sin que en el proceso de pasar de mano en mano se le haya incrementado alguna mejora al producto.

Desde la fábrica a través de los costos de producción y las utilidades que ellos necesitan, empieza a incrementarse el precio del producto en un 40%;

con sistema de distribución tradicional a través de la intermediación y publicidad tradicional, incrementa el precio en un 60% más; con lo que el consumidor final es el que paga el 100%: donde se encuentran contenidos los costos de producción, mano de obra, utilidades de la fábrica, gastos de publicidad, importadores, exportadores, gastos administrativos, arriendos, vendedores en todas sus categorías, etc.

Por ejemplo: un producto de fábrica, con costos y utilidad sale a un valor de 1 dólar y puede llegar a costar 10 dólares, por la cadena de intermediación, e incluso 100 dólares si hay acaparamiento o especulación, y si el producto es bueno y necesario.

La idea de esta mega-tendencia (Redes de Mercado o Marketing Multinivel) se basa en la pro-actividad de los consumidores. Dentro de este sistema de distribución se elimina el sistema tradicional de intermediación, que consiste en la venta a través de intermediarios y publicidad en medios masivos tradicionales (tv, radio y prensa), debido a que estos ya no tienen el mismo impacto que hace algunos años atrás; hoy cuando aparece una publicidad en televisión las personas cambiamos de canal (zapping), o se prefiere escuchar radios donde no haya tanta publicidad o escuchar cds solo de música; por lo que la publicidad más efectiva es la dirigida a un segmento de mercado específico a través de revistas especializadas o a través de filtros en el internet, como son google adwords, yahoo pago por click, facebookads, etc. Con estrategias de remarketing bastante segmentadas, con el objetivo de llegar a los potenciales clientes optimizando la mayor cantidad de recursos económicos.

El objetivo del presente trabajo es mezclar el concepto original de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel adaptándolo a esta década (2010-2020); combinando conceptos innovadores de publicidad y diseño gráfico

con las estrategias de marketing con las que se trabaja dentro de esta industria.

Hay que entender que a las personas no les gusta que les vendan, sino más bien que ellos compren, los consumidores de hoy ya no necesitan que publicidad y vendedores les cuenten que hay en el mercado, sino que se puede obtener la información solamente entrando a internet.

Si se lograra encontrar un eslabón que una a esta industria con estrategias de publicidad correctas para dirigir a las personas al internet, y que ellos tomen una decisión de compra acertada, sería de mucho aporte para el Marketing Multinivel.

Si las personas en la ciudad de Ibarra a través de una estrategia de publicidad correcta entendieran que todo ese dinero que se están ganando los intermediarios y todo lo que se gasta en publicidad tradicional que son millones de dólares (que al final se lo cargan a precio de los productos), a través del Redes de Mercado permite que de la fábrica le llegue al consumidor final directamente el producto, a precio de fábrica o a cómodos precios, y además que todo ese dinero que se estaba quedando en los intermediarios se lo puedan pagar a los consumidores permanentes de un producto, si simplemente lo recomiendan o llevan la información a un determinado grupo de personas, aplicando nuevas técnicas de mercadeo y publicidad que no tienen un alto costo. De esta forma se puede expandir el negocio a nivel global sin la necesidad de salir de la comodidad del hogar.

La investigación de este tema en particular beneficiará a toda la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, primeramente a la población que no cuenta con un trabajo fijo, con ingresos dignos, personas que tienen la disposición de aprender cómo desarrollar su propio negocio a través de la libre empresa; por lo que se hace necesario el conocimiento y explicación sobre este nuevo canal de distribución de productos. Y en segundo lugar se

beneficiarían lo publicistas y diseñadores gráficos que oferten servicios adecuados para promocionar empresas nacionales o internacionales que vengan a desarrollar sus actividades en el Ecuador.

En esta era de la tecnología cualquier persona puede tener acceso a información, por lo que todas las personas están en las mismas posibilidades de obtener cualquier producto o servicio a precios más convenientes, sabiendo que estos productos tienen la mejor calidad y la última tecnología que garantizan el producto, así como posibilidades de tener ingresos extras que ayuden a mejorar la calidad de vida de las familias.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Fundamentación Teórica

Para María Dolores García (2008), en su obra Marketing Multinivel dice:

**“Algunos de ellos se refieren a este tipo de venta como Venta Multinivel, y muy usualmente lo encontraremos como Marketing Multinivel... De ahí también que aparezca denominado en muchas ocasiones como MLM, término que procede del inglés MultiLevel Marketing. En castellano se encuentra, excepcionalmente abreviado como MMN o MM. También se denomina Venta de Red o Marketing de Red o de Redes, ya que se traduce del inglés Network Marketing o Networking... En Sudamérica es llamado Mercadeo Multinivel”.**

Uno de los mayores problemas que han creado confusión para conceptualizar a las Redes de Mercado ha sido la cantidad de nombres y traducciones del inglés al castellano de lo que es esta industria. Confundir términos como Network Marketing con Network Selling (Venta Multinivel), término que no es aplicable, ya que la venta directa es una industria totalmente distinta al Multinivel como tal. La venta directa o venta por catálogo o venta puerta a puerta es mucho más antigua que el mismo Marketing Multinivel. Y es debido a esta infinidad de términos y muchos más que siguen apareciendo en esta década es que se confunden las personas y

por ende aparece el miedo como principal obstáculo para poder desarrollar este tipo de actividades económicas.

**“Si un plan de Marketing compensa a sus participantes no solo por sus propias ventas, sino también por las ventas de sus auspiciados, y combina esta estructura de compensación general con la distribución de productos a varios niveles, ese plan de marketing se denomina de multinivel (o MLM)”... el Multinivel parece resaltar más el método de compensación y no tanto el sistema de distribución”... la venta multinivel “es un método de distribución que permite a toda aquella persona que lo desee vender una gama de productos, aprovisionándose directamente de un fabricante y creando una red de distribuidores a diferentes niveles por un sistema de padrinazgo sucesivo”. (p. 32)**

**Es una forma de vender productos o servicios a través de un canal de distribución en el cual pequeños empresarios desarrollan un vital eslabón de distribución. Estos vendedores directos reciben ingresos no solo por sus propias ventas, sino que también reciben compensaciones en forma de comisiones o bonificaciones por ventas hechas por personas reclutadas, entrenadas y motivadas por ellos”. (p. 33)**

Se ha tomado como tema de este trabajo de investigación a las Redes de Mercado o Marketing Multinivel porque los dos conceptos que se analizaron anteriormente conceptualizan lo que realmente es esta industria. Por un lado como canal de distribución de productos, las Redes de Mercado, y por otro lado como negocio personal con niveles y con ingresos residuales, el Marketing Multinivel. Una red de mercado tiene como principal base la distribución de productos o servicios directamente de la fábrica al consumidor, mientras que el Marketing Multinivel como la etimología de la

palabra lo dice, se trata de una organización de personas por niveles, mezclado con el concepto de Red es el tejer, armar u organizar un grupo grande de personas a través del boca a boca, ligadas por una relación de amistad convirtiéndose en socios donde una persona apadrina a otra, transmite su conocimiento y duplica por niveles en profundidad.

**“Es un efectivo método por el que bienes y servicios pueden ser distribuidos sin los costes asociados a una compleja publicidad, promoción y marketing operacional. Basa su éxito en un principio muy simple: un gran número de vendedores vendiendo un modesto volumen de producto. Cada uno se beneficia y cada individuo tiene la misma oportunidad de ir tan rápido como su desempeño y habilidad le permiten”.** (p. 33)

**“Es un método de venta en el que los consumidores tienen la opción de convertirse en distribuidores del producto, a través del desarrollo de líneas o niveles de distribución más bajos que ellos, todos los niveles reciben beneficios de sus niveles inferiores”.** (p. 33)

**“El Marketing de Red (MDR) es un sistema de Venta Directa de productos de consumo y servicios, por medio de una red de distribuidores individuales independientes sin establecimiento, es decir, sin tienda donde mostrar los productos, a la vez que venden a sus clientes particulares: familiares, vecinos, amigos.** (p. 36)

Este revolucionario método de distribución, donde los consumidores pro-activos de un producto se pueden convertir en referidores de los beneficios obtenidos por estos productos y a su vez podrán con este concepto desarrollar un negocio de libre empresa con posibilidades de generar ingresos no solo por sus referidos, sino por los referidos de sus referidos y



así sucesivamente, creando un concepto de apalancamiento para todos los integrantes de este sistema. Nuevamente para este autor aparece el concepto de distribución de productos mezclado con el reclutamiento de personas por niveles, y de ahí es que los niveles y la figura gráfica como tal hace crear la confusión con sistemas de reclutamiento tipo esquema Ponzi.

Para Javier Failla (2007), en su obra los Mercado MNM dice:

**“El Network Marketing es una forma de distribución de productos y servicios, directamente desde el fabricante al consumidor final, sin intermediarios, facilitando por el consumo personal y por recomendaciones a otros generar continuas ganancias.**

**El mercado tradicional para que funcione, exige de unos gastos enormes y continuos para mantener a flote su negocio. Además es necesario que esos productos y servicios pasen a través de muchos intermediarios. Cada uno de estos intermediarios encarece el precio final del producto. Como cada uno tiene que recibir su correspondiente porcentaje de ganancia hace que los márgenes comerciales sean siempre extremadamente bajos y suponga mucha inversión de tiempo, dinero para lograr al menos rentabilizar nuestro negocio.**

**Esto se le llama construir un canal de distribución o RED DE MERCADEO”.(p. 8)**

El Network Marketing se define como la forma en la que el Fabricante Introduce sus productos en el mercado bajo la forma de “Oportunidad de Negocio”. El NWM es simplemente una forma inteligente de consumir, usted consume, otros consumen y todos generan ganancias, para la compañía y para ellos mismos.

Según las cifras de la Asociación Internacional de Multinivel (MMIA) El total de ventas promedio del NWM supera ya los US\$70.000 Millones al mes y más de 20 millones de personas trabajando en más de 2000 compañías por todo el mundo.

La empresa de Network Marketing ya ha hecho las inversiones más fuertes de: Tecnología, sistemas de distribución, imagen, etc. Por tanto solamente le falta un canal de venta, es decir, una vía para distribuir su producto o servicio. Pero no comercializan sus productos en locales, ni en tiendas virtuales, sino que lo hacen por medio de Distribuidores o promotores. Es decir, distribuyen sus productos o servicios por medio de las personas, siendo todas ellas consumidoras de este producto o servicio. Claro que estas personas no se convierten en simples consumidores, sino que se hacen promotores o distribuidores de estos productos o servicios y a cambio reciben un porcentaje de estas ventas.

Estos promotores pueden hacer sus propios clientes o pueden invitar a otras personas a convertirse en distribuidores o promotores, con las mismas ventajas. Percibirán además un ingreso residual por cada venta que generen sus distribuidores que forman una red de distribución.

Las Redes de Mercado o Marketing Multinivel se manejan en base al concepto de consumidores inteligentes (prosumidores), consumidores que obtienen beneficios de un producto y que por compartir esos beneficios en forma viral a las personas de su círculo cercano, los consumidores se convierten en pequeños distribuidores, teniendo la posibilidad de convertirse en empresarios independientes franquiciados por las compañías que distribuyen los productos que ellos consumen-distribuyen. Esta estrategia de ventas, ha sido comprobada que produce grandes resultados económicos para las compañías, mas no un posicionamiento de marca como empresa, por lo que es necesario buscar un eslabón correcto entre la publicidad y esta

industria para producir este efecto, de ventas masivas y posicionamiento efectivo de marca.

Para Miguel Ángel Beas (2007) en su obra Millonarios por Multinivel dice:

**“El multinivel es un sistema de comercializar un producto dado... Surge como un paso más allá de la venta directa y contrapone al método habitual de comercialización a través de tiendas e intermediarios.**

**Es un sistema de distribución que se sirve de vendedores que promuevan la venta de productos de cierto fabricante con los consumidores finales. Estos vendedores para realizar esa función incorporan a su vez a otros vendedores o distribuidores como agentes independientes, produciéndose diferentes niveles de incorporación a la red.(p. 13)**

Como se dijo anteriormente, las palabras red y nivel acaban dando el nombre a este sistema de comercialización en todos los idiomas: Multinivel, Network Marketing, Marketing de Redes, etc.

El apalancamiento real se produce en esta industria por la construcción de niveles de organización en el sistema multinivel a través de la formación de redes. Como lo dijimos anteriormente esto es lo que da nombre a esta industria, pero las traducciones y las adaptaciones es lo que ha producido confusiones, especialmente en la ciudad de Ibarra

Pese a lo que algunos autores sostienen, que el multinivel no es una técnica de ventas, sino un sistema de comercialización que resulta atrayente por la flexibilidad de horario para trabajar en él, sus altos ingresos, la duplicación a

través de otros y la alta calidad de los productos que a este sistema se dedican.

Flexibilidad porque cualquiera puede ser parte de un multinivel. Los requisitos de edad, educación, sexo, etc. No son tenidos en cuenta. Basta el deseo de hacer y un cierto nivel de compromiso para lograrlo.

También porque las personas que se unen a una red de distribución por multinivel pueden realizar este trabajo complementario a su trabajo principal y hacerlo en su tiempo libre, organizando su agenda como si fuesen sus propios jefes.

Este inteligente sistema de distribución permite que los consumidores puedan escoger quedarse como simples consumidores, obteniendo los beneficios de los productos y el precio, o pueden desarrollar negocios dentro del concepto de la libre empresa, desarrollándolo como trabajo complementario al principio, y luego con la posibilidad de desarrollarlo al 100% como un negocio que produce excelentes réditos, sin la necesidad de inversiones gigantescas, sino más bien aprovechando estrategias de trabajo inteligente que pueden apalancar los ingresos de los networkers.

Para Philip Kotler (2008) en su obra Las Preguntas Más Frecuentes Sobre Marketing dice:

**“El Marketing Multinivel (también llamado Marketing de Red) describe sistemas en los cuales las compañías hacen contratos con individuos para vender un conjunto de productos de puerta en puerta o de oficina en oficina. Se llama multinivel porque un contratante puede invitar a otras personas a que trabajen y ganen dinero según el desempeño que tengan. Entre las principales compañías multinivel se encuentran Amway y Avon, así como cientos de empresas más que**

**venden joyas, productos para el hogar o programas vitamínicos. El Marketing Multinivel ha proporcionado oportunidades de trabajo de medio tiempo a millones de personas que pueden vender sus productos a familiares, amigos y vecinos. Muchas compañías multinivel les venden esencialmente a los trabajadores potenciales el sueño de hacerse ricos. Algunos si se vuelven ricos, pero la mayoría solo gana un ingreso extra. Las compañías multinivel se han extendido por todo el mundo y funcionan excepcionalmente bien en algunos países” (p. 177-178)**

Conceptos como los que analizamos anteriormente muchas veces pueden confundir a los lectores, el mezclar una empresa como Amway de Marketing Multinivel y una empresa como Avon de Venta Directa, no es lo correcto. Dentro de las dos empresas el beneficio es mutuo, la afiliación, que hacen los consumidores-distribuidores no es un contrato de trabajo, sino más bien una posibilidad de generar ingresos extras, hasta la posibilidad de crear fortuna dentro de esta industria es parte de ambos conceptos. Pero tal vez la forma de distribuir los productos es lo que difiere un tanto entre el concepto de Marketing Multinivel y Ventas Multinivel.

Para Gustavo Poratti (2010) en su obra El Shock del Siglo XXI dice:

**“Todos sabemos que desde que se produce un bien, hasta que llega al consumidor final, existe una cadena de intermediarios que encarecen el producto. En este aspecto. Vale mencionar que las empresas deben pagar salarios a sus propios vendedores, pero además a los distribuidores y comerciantes, si consideramos que tienen márgenes de ganancias que encarecen el precio final de los productos.**

**Es interesante saber que bajo un escenario de competencia global muchas empresas se sentirán tentadas a emplear el marketing multinivel, pero ¿qué significa este concepto? Implica que cada vez más empresas buscarán reducir sus costos mediante una red de vendedores ambulantes que venden los productos directamente a los clientes. Observará que esto se da usualmente con la venta de cosméticos, anteojos, y otras tantas cosas que se venden en la vía pública". (p. 198)**

Como bien se ha visto, el marketing multinivel es una forma ingeniosa que han encontrado las empresas para delegar las ventas en redes de vendedores ambulantes que contactan directamente con el consumidor. Analizando más profundamente las ventajas, no hay duda que las empresas bajarán sus costos, esto es así porque no requieren contratar personal permanente abocado a las tareas de ventas. Tampoco requieren de intermediarios y en esto me estoy refiriendo a distribuidores o locales de venta al público.

Las tendencias nos dicen que el marketing multinivel es otra herramienta de la que se valdrán las empresas a la hora de bajar sus costos de personal, y al mismo tiempo evitar intermediarios que encarecen los productos.

Toda esta mega-tendencia apunta a que muchas empresas vean con buenos ojos esta estrategia de comercialización, para implementarla dentro de sus negocios; es una estrategia innovadora que con el direccionamiento adecuado y posicionamiento correcto en Latinoamérica permitirá a empresas locales aprovechar de este concepto de negocio; así como a personas normales con deseos de superación llegar a tener su propio negocio apalancados en la inversión de la empresa, porque más que una inversión personal, estos profesionales requieren una inversión de tiempo, con lo que cada uno le pone precio a sus horas de trabajo y no la empresa multinivel.

Para Robert Kiyosaki (2008) en su obra Escuela de Negocios dice:

**“Un sistema de mercadeo en red, que por lo regular lo llamo franquicia personal, es una forma muy democrática de crear riqueza”**(p. 42)

**“La industria del mercadeo en red continúa creciendo más rápido que las franquicias y los grandes negocios tradicionales”** (p. 207)

**“Muchas empresas en la industria son escuelas de negocios para la gente, en lugar de escuelas que toman a niños inteligentes y los entrenan para ser empleados de los ricos”** (p. 207)

**“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”** (p. 45)

Si ve esta nueva forma de negocios desde otra perspectiva, se dará cuenta de que es un sistema socialmente muy responsable para compartir la riqueza. La única forma en que funciona un negocio de mercadeo en redes ayudar a alguien más a hacerse rico mientras usted lo logra.

Algunas de las materias más importantes acerca de los negocios de la vida real y que enseñan las empresas de mercadeo en red son:

- Una actitud triunfadora
- Habilidades de liderazgo
- Habilidades para comunicarse

- Habilidades para tratar a la gente
- Como superar miedos personales, dudas y falta de confianza
- Como superar el miedo al rechazo
- Habilidades para administrar el dinero
- Habilidades para ser responsable
- Habilidades para administrar el tiempo
- Como imponerse metas
- Como prepararse para el éxito

Una de las ventajas que crea este sistema de distribución de productos es que se puede redistribuir mejor la economía, y este tipo de empresas se convierten en escuelas de formación para empresarios de esta nueva era, empresarios del siglo XXI. Toda esta profesionalización no se ve dentro de las escuelas de formación normal, sino más bien, esta industria ha permitido sacar a la luz parte de las asignaturas no oficiales que estaban diseñadas para los empresarios exitosos nada más, por primera vez en la historia cualquier persona puede acceder a través de estos sistemas de capacitación y convertirse en un verdadero empresario.

**“Aunque el negocio ha crecido inmensamente, ahora es momento de entrar a mercadeo en red. Porque el mundo ha asimilado de que terminó la era industrial y de que entramos oficialmente en la de la información. Los negocios grandes como General Electric y Ford Motor Company pertenecen a la era industrial. Las franquicias como McDonald’s son de transición entre la era industrial y la era de la información. Los negocios de mercadeo en red son franquicias de la**



**era de la información, en lugar de con terrenos, fábricas y empleados”**  
(p. 112)

**“Hace algunos años muchas personas se reían del mercadeo en red, hablaron mal de la industria, dándole mala reputación. Sé que yo lo hice. En la actualidad, con los cambios del mundo, el futuro de esta industria se está haciendo más brillante”** (p. 113 y 114)

A nivel mundial la industria de Marketing Multinivel se encuentra en su mejor momento, en los EEUU hoy día es un concepto legalmente aceptado por las empresas y los distribuidores, y este fenómeno no debería ser distinto en el los países de Latinoamérica como es el caso del Ecuador: Muchas personas están logrando salir de la crisis económica por la que están pasando, muchas personas están logrando total libertad financiera y otras cuantas están amasando fortunas dentro de esta industria, y ahora es momento de aprovechar esta ola de abundancia en nuestro país

**“En mi investigación a las diferentes empresas de mercadeo en red, me sorprendió la cantidad de productos y servicios diferentes que se ofrecen por medio de este sistema”** (p. 60)

Actualmente existen negocios de redes de mercado en las siguientes categorías:

- Cosméticos, productos para el cuidado de la piel y productos de belleza
- Servicios Telefónicos
- Servicios de bienes raíces
- Servicios Financieros, seguros, fondos de inversión, tarjetas de crédito.

- Servicios legales
- Distribución de mercado vía internet, que comercializan productos por catálogo con descuento
- Productos para el cuidado de la salud, vitaminas y otros productos y servicios relacionados con el bienestar
- Joyería
- Servicios fiscales
- Juguetes educativos

**“Una de las cosas más sorprendentes que encontré una vez que abrí mi mente, es la cantidad de corporaciones grandes que tienen operaciones de negocios de mercadeo en red, como CITIBANK, AOL Time Warner y BerkshireHathaway” (p.109)**

Todavía en el Ecuador no se ha visto empresas que hayan sobrepasado la fase de los primeros 5 años desarrollando este sistema de distribución, las empresas que empezaron con este modelo de distribución, no pronosticaron el volumen de ventas que se tendría con este canal de distribución; y con la infraestructura deficiente, y con los procesos incorrectos dentro de dichas empresas llegaron a quebrar y desaparecer, no porque el sistema de Redes de Mercado no funciona, sino porque no se llegó a abastecer la demanda por parte del mercado, o los productos que se escogieron no son de consumo repetitivo, que es una de las características de los productos que dan un mejor resultado dentro de esta industria.

**“Un negocio de mercadeo en red puede restaurar su habilidad natural para obtener lo que quiere en la vida.... Al enseñarle como vender y como enseñar a otros a vender” (p. 135)**

**“La razón por la que el entrenamiento en ventas es tan importante en un negocio de mercadeo en red es que tienes que aprender cómo vender y como enseñar a otros a vender. Si no les enseñas, no tendrás éxito en un negocio de mercadeo en red”** (p. 113)

Uno de los valores más importantes que encontré en algunos de los negocios de mercadeo en red fue una educación que cambia la vida. También algunos de los mejores programas de negocios y desarrollo en cuestión de liderazgo del mundo. Hoy en día se conocen muchos empresarios exitosos que han recibido su educación en un negocio de Red de Mercado.

Dentro de las habilidades que se debe aprender y desarrollar correctamente de las Redes de Mercadeo son las ventas (prospección y cierres). Cualquier empleado que quiera convertirse en empresario debe saber vender, por eso una de las primeras habilidades que se aprenden en estos negocios es esa, para luego aprender sobre liderazgo, administración financiera y planificación y cumplimiento de metas.

**“El mercadeo en red le enseña a trabajar por la riqueza”** (p. 158)

**“Una forma muy simple de explicar la definición de riqueza; de nuevo encontramos que se mide en Tiempo y no en dinero. Salud y Riqueza son similares porque ambas se miden en tiempo”**. (p. 158)

**“Los sistemas de mercadeo en red son mucho más justos que los sistemas antiguos para obtener riquezas”** (p. 207)

**“Para decirlo de una forma más sencilla, un negocio de mercadeo en red, con su bajo costo de entrada y sus increíbles programas de entrenamiento, es una idea cuyo momento ha llegado”** (p. 207)

Actualmente en el Ecuador no se ha visto todavía personas que hayan amasado su riqueza dentro de esta industria, pero las tendencias apuntan a que el Ecuador tiene todas las posibilidades de ser un mercado correcto para este tipo de empresas, siempre y cuando se lleve a cabo una campaña de difusión adecuada sobre lo que realmente es este concepto y cómo beneficiaría a los habitantes del Ecuador que cuenten con ganas de convertirse en los empresarios de esta Nueva Era.

Para Mark Yarnell (2007) en su obra Mi Primer Año en el Network Marketing dice:

**“Mientras que algunos eligen el network marketing como un medio para llegar a un fin (riqueza), otros simplemente lo disfrutan por los beneficios que brinda” (p. 6).**

En este particular momento de la historia, cuando los negocios tradicionales ofrecen tan poca seguridad, la distribución de redes es literalmente el último bastión de la libre empresa. Es un sistema en el que gente común puede invertir una pequeña suma de dinero y, mediante pura tenacidad y determinación, alcanzar asombrosos niveles de recompensa financiera y libertad personal.

**“La industria del network marketing tuvo sus orígenes en la década de los 40 cuando NutriliteProducts Inc. lanzó a la venta suplementos alimenticios y, diez años después, cuando Amway introdujo la venta de productos para el hogar. Durante los últimos cincuenta años, la industria ha madurado hacia un canal de distribución eficiente y legítimo ideal para la próxima ola que surgirá en el mundo de los negocios”(p. 6)**

La mayoría de libros de Marketing Multinivel, como el mencionado anteriormente, que tienen tiempo de haber sido escritos predijeron lo que iba a ser la industria multinivel en esta época en los EEUU y en los países desarrollados, hoy en día podríamos aplicar las mismas tendencias para países en vías de desarrollo como es el Ecuador y los demás países de Latinoamérica.

Para María Dolores García (2008), en su obra Marketing Multinivel dice:

**“Es importante que se conceptúe la venta en pirámide...Este tipo de venta se ha confundido, principalmente a finales de la década de los ochenta y principios de los noventa, con la venta que nos atañe, la venta multinivel; de hecho, guardan cierto paralelismo en algunas facetas de su actividad que pueda crear esta confusión...aunque en principio no podemos olvidar que, que como señala Oxford English Dictionary, “la venta piramidal es una forma de estafa financiera”.**(p. 47)

Los esquemas piramidales son más antiguos que las redes de mercado, pero han servido como base para poder ir mejorando esta industria, legalizándola durante más de 50 años. Actualmente no faltan personas inescrupulosas en distintos países como en Colombia por citar alguno de éstos, donde todavía se siguen creando modelos de estafa piramidal. Por esta razón, las personas siguen temiendo a este tipo de concepto, no por la información que tienen, sino más bien por la desinformación recibida por parte de las personas que se han sentido estafados dentro de estos esquemas piramidales. Toda esta publicidad negativa hacia esta industria permite hoy tener una posibilidad de trabajo para publicistas y diseñadores gráficos, con el fin de informar a través de una publicidad correcta, el verdadero sentido y filosofía de esta industria.

Para Robert Kiyosaki y Donald Trump (2007) en su obra Queremos que Seas Rico dicen:

**“Un negocio de mercadeo multinivel auténtico es lo opuesto a un modelo de negocios tradicional. El negocio de mercadeo multinivel está diseñado para llevarte a la cima, no para mantenerte en el fondo.**

**Un negocio de mercadeo multinivel auténtico no tiene éxito si no lleva a su gente a la cima”** (p. 382)

Como está catalogado por muchos expertos, las redes de mercado son un negocio que permite un crecimiento adecuado, que potencia valores y principios de todos los integrantes de la red, así como permite lograr libertad financiera para todas las personas que se comprometan con su negocio, que se comprometan con sus afiliados y que se comprometan con sus sueños.

Para Herminio Nevárez (2010) en su obra La Guía del Éxito dice:

**“El crecimiento de la industria de redes de mercado ha sido enorme en los últimos años. En los Estados Unidos, hay más de 9.7 millones de personas, con un volumen de negocio de 23.000 millones de dólares, sin embargo, a simple vista muchos la ven como la venta de productos a sus vecinos. ¡Está muy lejos de la verdad! La clave para alcanzar el éxito financiero en las redes de mercadeo está en desarrollar una organización a través de la cual se puede llevar a cabo una distribución masiva de productos”.** (p. 8)

El concepto detrás de las redes de mercadeo es muy sencillo. El compartir sea una filosofía comercial o un producto, constituye la base de la oportunidad de hacer negocio en las redes de mercadeo. Cada vez que usted comparte con otros, usted duplica sus esfuerzos y lo que usted logra dependerá de esta duplicación.

Entender claramente cuál es el concepto básico de las redes de mercado es sencillo, y es el primer paso que todos deben dar. Las redes de mercado es un sistema de apalancamiento, no un negocio de ventas a amigos y familiares simplemente, si todos los integrantes de la red entendieran que lo que tienen que hacer es consumir los productos de la compañía y compartir con un número suficiente de personas (que pueden ser 6 a 20 personas) y si duplicamos esto, produce lo que se conoce como ingresos residuales. Si tan sólo se pudiera entender el poder de este tipo de ingresos, no estaríamos hablando de crisis, ni pobreza ni nada negativo en estos tiempos.

Para Randy Gage (2009), en su obra La Revolución del MMN El Manifiesto dice:

**“El antiguo modelo de distribución enfrentó serios retos. El modelo de negocios de enviar algo desde Europa a EE.UU. por barco, llevarlo en camión a través del país hacia un mayorista, quien lo enviaba a un intermediario, quien se lo vendía a un punto de venta al menudeo, que lo almacenaba en una bodega, y luego lo llevaba a una tienda, donde el consumidor finalmente podía comprarlo, empezó a desbaratarse”. El advenimiento de cosas como internet, entregas por correo a domicilio en 24 horas, y líneas de teléfono para llamadas gratuitas hicieron que el viejo modelo se volviera obsoleto. Las cadenas al menudeo que por legado habían dominado el panorama por décadas,**

**buscaron protección a través de bancarrotas o desaparecieron completamente.**

**Aunque enfrentó algunos ataques de los medios y posteriormente a los reguladores gubernamentales, el Mercadeo en Red y sus compañías hermanas en la arena de las Ventas Directas continuaron desarrollándose, y ahora hacen más de \$120 mil millones de dólares al año en ventas alrededor del mundo. Ha ganado una tremenda aceptación a nivel global, siendo destacado en publicaciones tradicionales de negocios y finanzas tales como SUCCESS, Forbes, Fortune y USA Today” (p. 7)**

Hay que entender que en esta nueva era, el negocio de la distribución es lo que trae consigo mayores beneficios económicos, no tanto la fabricación o la profesionalización. Es por esta razón que cada vez se escucha con un mayor auge que la industria de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel es el camino correcto para empresarios que tienen sus productos para distribuirlos, así como también para las personas que quieran tener su negocio dentro de la libre empresa con extraordinarios resultados.

De acuerdo a encuestas recientes, el 55 por ciento de americanos han comprado artículos o servicios a través de la venta directa. Eso es más que quienes han comprado a través de la televisión y de servicios de una computadora en línea juntos. La gente valora los productos disponibles a través de la venta directa y el 45 por ciento de los americanos quieren comprarlos a vendedores directos. Las ventas en los EE.UU. se han duplicado en la última década ascendiendo a casi \$30.000 millones y ahora ascienden a más de \$102.000 millones en todo el mundo. Gente de literalmente todas las condiciones sociales, de todas las edades son exitosas en la venta directa.



Para Richard Poe (2008) en su obra Ola 4 La Nueva Era del Network Marketing dice:

**“El Network Marketing deja de ser una modalidad para convertirse en la distribución interactiva. Las grandes empresas, ya lejos de negar al MLM lo incorporan a sus estrategias de venta, comercializando sus productos a través de las empresas líderes del sector”** (p. 51)

**“En un mundo globalizado, hiperinformado y cambiante, donde las personas tienden a recluirse en capullos e intentan evitar las agresivas técnicas actuales de comercialización, el Network Marketing se proyecta para lograr la perfecta confluencia de la tecnología más avanzada con el invaluable contacto humano, cada vez más necesario en este contexto”** (p. 80)

Una de las ventajas competitivas de este modelo de distribución comparado con la publicidad tradicional o el marketing tradicional, es la posibilidad de a través del contacto humano, a través de establecer una relación; se realiza la venta, no es tan frío como ver un comercial en TV o escucharlo en la radio o mirarlo en el periódico, sino más bien personas que conocemos o que tal vez no conocemos pueden establecer un contacto más directo con nosotros y más que explicarnos sobre las características de los productos, de una manera amorosa se puede acoplar nuestras necesidades con la explicación de los beneficios que nos den estas personas sobre esta oportunidad de negocio.

Para Richard Poe (2007), en su libro Ola 3 La Nueva Era del Marketing Multinivel dice:

**“En un mundo en el que la competencia es cada día mayor y la presión sobre los empleos sobre exigidos cada vez más cruel, el stress en el trabajo se ha convertido en una verdadera amenaza para la vida, la libertad y la búsqueda de felicidad. El Network Marketing ofrece un verdadero alivio. La gran mayoría de los distribuidores de red ganan tan solo ingresos modestos en sus negocios. Sin embargo obtienen un tesoro máspreciado que el oro: tranquilidad de espíritu.**

**Incluso networkers a tiempo parcial, adquieren un mayor control sobre sus vidas, puesto que, desde el momento en que reciben su primer cheque por bonificaciones, su supervivencia no depende solo de un trabajo y un jefe” (p. 188)**

Uno de los principales beneficios de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel: es el tiempo, que trae como consecuencia el apalancamiento de una red. Este tiempo de calidad para nosotros y nuestra familia producirá una mejor adaptación a la vida y como consecuencia una búsqueda completa de la felicidad.

En estos tiempos, muchos creemos que no estamos viviendo la vida tal como se tendría que vivir; estamos tan envueltos con la idea de ganarnos la vida que no estamos realmente disfrutándola.

A la edad de 65 años:

- 75% de las personas están dependiendo de sus familiares, amigos y de instituciones benéficas.
- 23% están todavía trabajando
- 2% se encuentran económicamente independientes

- En EEUU, a la edad de 65 años, solamente 1 de 500 personas posee 24.000 dólares en ahorros.
- De cada 100 personas 8.5 alcanzan la edad de 65 años y no poseen ni siquiera 250 dólares en sus cuentas de ahorros.

Para Herminio Nevárez (2010), en su obra La Guía del Éxito dice:

**“El Network Marketing o Marketing por redes, es un sistema por medio del cual una empresa distribuye sus productos y servicios, directamente al consumidor final por medio de distribuidores o representantes oficiales, facilitando que estos a través de su consumo personal y recomendación generen ganancias ilimitadas.**

**Muchas empresas eligen este método de comercialización para distribuir sus productos. Son los propios miembros, distribuidores y representantes quienes hacen que la empresa crezca.**

**Estas compañías comercializan sus productos y servicios a través de agentes, representantes, distribuidores o miembros, los cuales reciben primas en función de las ventas. En lugar de pagar millones en publicidad, deciden pagarlos a sus distribuidores, agentes o miembros. La difusión del sistema se transmite de boca en boca a clientes y distribuidores, de esta manera se consigue una gran cantidad de contactos personales en tu propia red (familia, amigos, compañeros de trabajo, etc.) (p.8)**

A esta metodología también se la denomina Marketing de Relaciones. Cuando uno crea su organización, lo que está haciendo es crear relaciones y que a través de ellas se distribuye el producto. Esta es la base esencialmente. La distribución se realiza cuando uno comparte esta

posibilidad con amigos, familia, conocidos, etc. Redes de mercadeo es crear una organización con muchos distribuidores, donde todos trabajan un poco. Esto es mucho mejor que intentar hacerlo todo sólo. El Network Marketing enseña a la gente que uno no tiene que hacer a otros más pobres para hacerse rico. La creatividad humana puede generar riqueza a partir de la nada.

Esta tendencia proporciona la respuesta a una de las más recurrentes preguntas que enfrentan las personas en la Era de la Información: ¿Cómo hace uno para ganarse la vida en un mundo en el que no hay más trabajos?. A medida que la era de la Información se asoma, queda claro que los empleos, tal como los conocemos, se están convirtiendo en algo obsoleto. En los últimos veinte años, millones de personas han sido despedidas de sus trabajos en corporaciones. Muchos han buscado en vano otros empleos con sueldo, beneficios, o seguridad comparables. Anteriormente, los despidos eran vistos como una medida temporaria de reducción de gastos. Las compañías reducían drásticamente sus pagos para sobreponerse a los tiempos difíciles. Pero en cuanto la economía se recuperaba, volvían a contratar a sus trabajadores. Eso ya no sucede.

Actualmente, la reducción ocurre por otra razón. Las compañías despiden empleados porque han mudado sus plantas fuera del país para siempre, o porque la automatización ha hecho innecesario el esfuerzo humano. La tecnología hace cada vez más eficientes a las empresas con cada vez menos personas.

Los pronosticadores en economía predicen que en el siglo veintiuno será testigo de la muerte de los empleos, tal como los conocemos. Se estima que un 20 por ciento de la fuerza laboral de los Estados Unidos ya está trabajando por su cuenta. Si los pronosticadores están en lo cierto, esa cifra puede acercarse al 100 por ciento en los próximos años.

Toda persona viva actualmente debe enfrentar a la cibereconomía, nos guste o no. Como nos irá en los años venideros dependerá enteramente de cuan pronto aceptemos lo inevitable, y con cuanta energía nos preparemos para la autosuficiencia. La vida es dura en la ciberfrontera; vida de trabajar hasta romperse los huesos. Una vida de fuerte competencia; de riesgo, miedo e incertidumbre. Pero al igual que los antiguos pioneros hicieron fortunas en el Oeste, así nosotros tenemos delante oportunidades para triunfar y prosperar como nunca antes, en formas que jamás hubiéramos imaginado en otra época, en el viejo mundo corporativo.

Para Richard Poe (2007), en su libro Ola 3 La Nueva Era del Marketing Multinivel dice:

**“El network marketing tuvo sus inicios en las ideas y emprendimientos de tres hombres visionarios, y hoy en día, es un tipo de negocio en el que participan millones de personas y se generan miles de millones de dólares al año... El origen de las redes de mercadeo o network marketing tuvo sus inicios varias décadas atrás y, a diferencia de lo que muchos creen, partió con una filosofía basada en el apoyo a personas emprendedoras y no en acciones fraudulentas.**

**La idea del network marketing o comercialización en redes surgió en la década del 40, cuando una empresa de suplementos nutricionales "California Vitamins", bajo la dirección de su fundador Carl Rehnborg, cambió la tradicional venta directa de "puerta en puerta", por la de un innovador esquema de comercialización en la que el "cliente satisfecho" podía convertirse en distribuidor para generar ingresos "extras", trabajando unas cuantas horas al día. Luego, se añadió una variante, que es la idea básica de "las redes de mercadeo o**

**networkmarketing", y es que esos "clientes-distribuidores", podían a su vez, patrocinar / incorporar a otros distribuidores y ganar una comisión sobre la venta realizada por estos últimos". (p.136)**

Es claramente el vehículo de distribución más exitoso que se haya diseñado hasta ahora.

Esta estrategia de negocios, no es realmente nueva. Fue inventada hace más de cincuenta años, pero en los últimos 15, los desarrollos tecnológicos de última generación, lograron que sus peculiares virtudes se hicieran obvias para las principales corrientes corporativas, en una forma nunca antes conocida. En años anteriores era rechazado por muchos líderes de negocios como un esquema para hacerse rico rápidamente, análogo a las cartas en cadenas u otros fraudes piramidales. Pero esos días terminaron. Actualmente, las empresas que conforman el índice FORTUNE 500, se congregan para hacer negocios a través de las redes de mercadeo y los analistas de WALL STREET, atan alabanzas a los métodos de distribución de venta directa y redes de mercadeo.

En la actualidad se está viendo un cambio completo dentro de esta industria, los planes de pago están adaptándose a los distribuidores, los productos son cada vez mejores y las empresas que nacen cada día están revolucionando esta industria. Ni que decir de los profesionales, de los equipos alrededor del mundo...todo está listo para en esta década (2010-2020) se produzca una revolución multinivel a nivel mundial.

## 2.2 Posicionamiento Teórico Personal

En los años venideros, nuestra subsistencia estará determinada principalmente por las decisiones que tomemos hoy, especialmente por el vehículo financiero que elijamos para construir nuestros negocios en la Era de la Información.

Quienes elijan el Network Marketing (redes de mercadeo o marketing multinivel) estarán dando un paso gigante en la dirección correcta.

El Marketing Multinivel o Redes de Mercado, volviendo a recapitular, es un sistema por medio del cual una empresa distribuye sus productos y servicios, directamente al consumidor final por medio de distribuidores o representantes oficiales, facilitando que estos a través de su consumo personal y recomendación generen ganancias ilimitadas.

Las Redes de Mercado actualmente son la alternativa más viable para que toda persona pueda crear su propio ingreso y mejorar su economía y calidad de vida en este cambio de era total. Este modelo económico de libre empresa no pide mayor cosa que deseos de superación y crecimiento en muchos aspectos que el ser humano puede hacerlo (si así lo quisiera); pero sin lugar a duda la decisión de optar por este sistema debe ser propio de cada vinculado, más no manipulado a través de estrategias de PNL.

Muchas empresas eligen este método de comercialización para distribuir sus productos. Y son los propios miembros, distribuidores y representantes quienes hacen que la empresa crezca, son los equipos de networkers los que llevan al Momentum y al éxito a las empresas multinivel.

Estas compañías comercializan sus productos y servicios a través de agentes, representantes, distribuidores o miembros, los cuales reciben primas en función de las ventas. **En lugar de pagar millones en publicidad**

**tradicional, deciden pagarlos a sus distribuidores, agentes o miembros.**

La difusión del sistema se trasmite de boca en boca a clientes y distribuidores, de esta manera se consigue una gran cantidad de contactos personales en tu propia red (familia, amigos, compañeros de trabajo, etc.). A esta metodología también se la denomina Marketing de Relaciones.

Cuando uno crea su organización, lo que está haciendo es crear relaciones y que a través de ellas se distribuye el producto. Esta es la base esencial y la naturaleza principal de las Redes de Mercado. La distribución se realiza cuando uno comparte esta posibilidad con amigos, familia, conocidos, etc.

El objetivo de las Redes de Mercadeo es crear una organización con muchos distribuidores, donde todos trabajan un poco. Esto es mucho mejor que intentar hacerlo todo sólo.

A través de este sistema el nuevo profesional va a probarse si está listo para el mismo, las actividades, las capacitaciones, los entrenamientos despertaran o apagarán la visión del vinculado hacia este nuevo sistema. Por ello la actualización de conocimientos, estrategias, materiales, etc., deben ser constantes, pues la competitividad y los resultados dependen de estos aspectos, y de sobre manera recae mayormente en el individuo quién es la imagen que representa este sistema y a la compañía que lo apadrina.

Hoy se está viendo un gran posicionamiento, de las Redes de Mercadeo, en los propios vinculados más que en el producto o el servicio, pues al ser un sistema donde las buenas relaciones son las que priman, se ve necesario que la persona que desarrolla un negocio en mercadeo en red sepa como posicionarse y ganarse la confianza de un determinado grupo de personas dentro de un mercado global.



El origen de las Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel tuvo sus inicios varias décadas atrás y, a diferencia de lo que muchos creen, partió con una filosofía basada en el apoyo a personas emprendedoras y no en acciones fraudulentas.

La idea del Marketing Multinivel surgió en la década del 40, cuando una empresa de suplementos nutricionales "California Vitamins", bajo la dirección de su fundador Carl Rehnborg, cambió la tradicional venta directa de "puerta en puerta" (que tiene más de 100 años), por la de un innovador esquema de comercialización en la que el "cliente satisfecho" podía convertirse en distribuidor para generar ingresos "extras", trabajando unas cuantas horas al día. Luego, se añadió una variante, que es la idea básica de "las redes de mercadeo o network marketing", y es que esos "clientes-distribuidores", podían a su vez, patrocinar o incorporar a otros distribuidores y ganar una comisión sobre la venta realizada por estos últimos.

Es claramente el vehículo de distribución más exitoso que se haya diseñado hasta ahora.

Esta estrategia de negocios, no es realmente nueva. **Fue inventada hace más de sesenta años**, pero en los últimos 15, los desarrollos tecnológicos de última generación, lograron que sus peculiares virtudes se hicieran obvias para las principales corrientes corporativas, en una forma nunca antes conocida. En años anteriores era rechazado por muchos líderes de negocios como un esquema para hacerse rico rápidamente, similar a las cartas en cadenas u otros fraudes piramidales. Pero esos días terminaron. Actualmente, las empresas que conforman el índice FORTUNE 500, se congregan para hacer negocios a través de las redes de mercadeo y los analistas de WALL STREET, atan alabanzas a los métodos de distribución de venta directa y redes de mercadeo.

La aceptación universal del Marketing Multinivel como herramienta de comercio legítima (e incluso superior) por parte de la economía tradicional, ha acelerado un fenómeno que se llama privatización en masa. Entonces la privatización en masa ocasiona una transferencia mayorista de la propiedad comercial, que pasa de burocracias corporativas y centralizadas a las manos de millones de individuos autónomos.

Aún tenemos un largo camino por recorrer. Todavía hoy, los medios masivos de comunicación están lejos de reconocer el verdadero impacto de las Redes de Mercadeo en la economía, por esta razón, a través de aplicar una correcta campaña de difusión a través de la publicidad, con este proyecto pretendemos darle ese valor a esta industria.

El Network Marketing enseña a la gente que uno no tiene que hacer a otros más pobres para hacerse rico. LA CREATIVIDAD HUMANA PUEDE GENERAR RIQUEZA A PARTIR DE LA NADA.

Esta tendencia proporciona la respuesta a una de las más recurrentes preguntas que enfrentan las personas en la Era de la Información: **¿Cómo hace uno para ganarse la vida en un mundo en el que no hay más trabajos?** A medida que la era de la Información se asoma, queda claro que los empleos, tal como los conocemos, se están convirtiendo en algo obsoleto. En los últimos veinte años, millones de personas han sido despedidas de sus trabajos en corporaciones. Muchos han buscado en vano otros empleos con sueldo, beneficios, o seguridad comparables.

Anteriormente, los despidos eran vistos como una medida temporaria de reducción de gastos. Las compañías reducían drásticamente sus pagos para sobreponerse a los tiempos difíciles. Pero en cuanto la economía se recuperaba, volvían a contratar a sus trabajadores. Eso ya no sucede. Actualmente, la reducción ocurre por otra razón. Las compañías despiden

empleados porque han mudado sus plantas fuera del país para siempre, o porque la automatización ha hecho innecesario el esfuerzo humano. La tecnología hace cada vez más eficientes a las empresas con cada vez menos personas.

Los pronosticadores en economía predicen que en el siglo veintiuno será testigo de la *muerte* de los empleos, tal como los conocemos. Las grandes corporaciones como AT&T, ya han eliminado todas las categorías de empleos permanentes, los puestos en esa gran empresa ahora son eventuales.

Se estima que un 20% de la fuerza laboral de los Estados Unidos ya está trabajando por su cuenta. Si los pronosticadores están en lo cierto, esa cifra puede acercarse al 100% en los próximos años.

Hoy en día después de ver la evolución y el crecimiento de la Industria de Marketing Multinivel, después de ser un “simple” sistema de distribuir productos (el más efectivo hasta ahora inventado), ahora la industria multinivel camina con pasos firmes a convertirse en una profesión real, y como muchos lo catalogan, “la profesión mejor pagada en el mundo”. Todas las tendencias apuntan a que hoy en día el Networker Profesional (profesional en redes de mercado), sea el producto principal que se venda en la industria, porque más que un excelente producto, hoy lo que vende es la persona y el estilo de vida que éste tiene.

La gente no compra productos ó servicios, ó se une a compañías, la gente “compra o se une” a personas que saben; personas en las que confían.

Esa es la forma como se debe proyectar cuando se inicia en este sistema no hacer del producto el negocio, como hace un gran porcentaje de las personas vinculadas a este sistema, sino proyectar en sí mismo confianza,

seguridad, honestidad, valores, etc., demostrar integridad y de esa manera construir una verdadera relación fraternal y perdurable, que pese a las adversidades uno encuentre un sitio donde es valorado tal cual como es.

Con este tipo de mentalidad y forma de ser, lo que se traerá como consecuencia es que las personas conozcan realmente cómo funciona el concepto de Redes de Mercado, y más que eso, las personas sabrán y estarán completamente seguras de que el concepto es real, funciona, y que cada vez hay más personas que están teniendo resultados dependiendo de su grado de esfuerzo, su estrategia y su forma de ser.

### **2.2.1. Negocios Legales**

El marketing multinivel tuvo durante sus inicios un grave problema de imagen por las dificultades de hacer claras distinciones entre el marketing en red legítimo y los 'esquemas piramidales' o esquemas Ponzi.

En los esquemas legítimos de marketing multinivel los ingresos provienen solamente de la venta de los productos o servicios; nunca por el reclutamiento de personas ya que se considera un esquema piramidal ilegal, al igual que cuando los productos no cuentan con garantías de calidad ni precios competitivos.

Amway (la compañía pionera del multinivel, fundada en 1959 en Ada (Michigan) y desde entonces líder en el mundo en marketing en red con una facturación anual que excede los 6 mil millones de dólares y más de 4 millones de distribuidores en 80 países y territorios), fue procesada por El Departamento de Justicia de los Estados Unidos en los años 70 ganando la demanda y estableciendo las leyes para determinar los negocios en red

legales. Hoy día, muchos negocios multinivel operan legalmente en diferentes partes del mundo.

Esta estrategia de demandar a las empresas de multinivel se ha repetido en diferentes países, a veces se toma esto como un intento de deslegitimación, aunque finalmente los jueces siempre han dado sentencias favorables a dichas empresas, esto ha llevado a la fijación de las diferentes leyes que regulan y diferencian entre Sistemas Multinivel y sistemas piramidales ilegales. En el caso de España es la propia Ley de Comercio Minorista la que establece las definiciones de ambos sistemas y la ilegalidad de los sistemas piramidales.

### **2.2.2. Negocios Ilegales**

Existen cientos de empresas basadas en el marketing multinivel. Muchas de ellas basan sus planes de crecimiento en el reclutamiento de personas como pilar principal para el desarrollo económico de las mismas. Esta es una de las razones por las que muchos multiniveles han adquirido tan mala fama y rechazo a lo largo de los años.

El marketing multinivel forma parte del pasado y el crecimiento actual se ve, cada vez más perjudicado por líderes conocedores de sus capacidades para el reclutamiento masivo de personas. Este tipo de personas explotan la gran fuente de ingresos inicial que se obtiene de los desembolsos económicos de cientos de personas en los primeros meses de vida de la empresa.

Existe un rechazo cada vez mayor debido a las actividades ilegales que practican este tipo de empresas y, las comunidades y foros, crecen cada día más para advertir a sus visitantes de las irregularidades y prácticas inmorales comúnmente conocidas en los negocios multinivel.

A pesar de todos los esfuerzos y aportaciones de este tipo de asociaciones, personas conocidas mundialmente por sus actuaciones, practican una serie de técnicas inversas para contrarrestar el efecto solidario causado por estas comunidades. Muy frecuentemente, son personas capacitadas y entrenadas para manipular el deseo por el dinero de muchos emprendedores iniciados.

### **2.2.3. Marketing Multinivel Vs. Pirámide**

Los críticos alegan que algunas compañías consiguen sus beneficios sobre todo, atrayendo nuevos participantes y no a base de vender productos, pero la contra crítica menciona que precisamente ésa es una de las características que diferencian los sistemas piramidales que retribuyen la incorporación de nuevos socios a la pirámide, mientras que los sistemas multinivel solo pagan por el movimiento de productos. Nótese que en el sistema piramidal solo los primeros distribuidores en llegar a una zona virgen pueden llegar a ser ricos pues tienen la oportunidad de conseguir suficientes distribuidores para construir una red suficientemente grande.

## **2.3 Glosario de Términos**

ESQUEMA DE PONZI.- esquema piramidal de estafa ilegal

MARKETING MULTINIVEL. - Red de Mercado

MLM. - MultiLevel Marketing, traducción en español: Marketing Multinivel.

NETWORK MARKETING.- red de mercado.

VENTA MULTINIVEL.- Defínase a la venta directa que utiliza reclutamiento de personas.

MMN.- Marketing Multi Nivel

MM.- Marketing Multinivel

NWM.- Network Marketing

NETWORKING.- Red de Mercado, trabajo a través de una Red.

MARKETING INTERACTIVO.- Marketing a través de internet, a veces utilizado para nombrar al Marketing por Relaciones.

MARKETING POR RELACIONES.- Denominado también marketing boca a boca, que es el que se realiza de persona a persona, por relaciones.

MERCADEO MULTINIVEL.- Marketing Multinivel

RECLUTAR.- Se denomina al término de ingresar personas a una red de mercado, también se utiliza el término para los esquemas de Ponzi.

PATROCINAR.- En redes de mercado se refiere al hecho de invitar personas a formar parte del negocio y enseñarles a través de un sistema educativo la forma correcta de desarrollar el negocio y duplicarlo.

APADRINAR.- término antiguo utilizado para referirse al patrocinio en multinivel.

MDR.- Marketing de Redes.

DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE.- Denominación que las empresas multinivel dan a las personas que forman parte de dicha empresa.

APALANCAMIENTO.- En redes de mercado se refiere al generar ingresos por una organización completa y por niveles, lo que produce ingresos con potencial exponencial.

PROSUMIDORES.- Ser refiere a los consumidores proactivos. Son los consumidores-referidores.

INGRESO LINEAL.- se denomina al ingreso que es directamente proporcional a unidades de tiempo.

INGRESO RESIDUAL.- se denomina al ingreso producido con apalancamiento con potencial exponencial que no depende de unidades de tiempo.

AMWAY.- referente a nivel mundial como la primera empresa multinivel registrada en la WFDSA.

WFDSA.- World Federation of Direct Selling Associations. Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa.

AVD.- Asociación de Venta Directa Española

SELDIA.- Asociación Europea de Venta Directa.

BBB.- Better Business Bureau. Sistema de Calificación de empresas a nivel mundial más importante en lo que se refiere a fiabilidad y legalidad.



AVON.- Una de las empresas más importantes de venta directa dirigido a la cosmetología nacida en USA en 1858.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN.- método de repartir o distribuir productos.

MEGA-TENDENCIA.- son considerables cambios sociales, políticos, económicos y tecnológicos que influyen en períodos más largos (10 o más años).

COMPENSACIONES.- Se incluyen los siguientes términos: salarios, jornales, sueldos, viáticos, beneficios.

ROBERT KIYOSAKI.- es un empresario, inversionista, escritor, conferencista y orador motivacional estadounidense nacido en Hawái en 1947.

FRANQUICIA.- es la práctica de utilizar el modelo de negocios de otra persona.

FRANQUICIA PERSONAL.- se refiere a desarrollar un negocio de marketing multinivel.

CITIBANK.- es un banco internacional de origen estadounidense propiedad del grupo Citigroup. Tiene operaciones en más de 100 países.

AOL.- anteriormente conocida como América Online, es una empresa de servicios de internet y medios con sede en Nueva York.

TIME WARNER.- es una corporación multinacional estadounidense con sede en Nueva York. En la actualidad es el más grande conglomerado de medios y entretenimiento dejando atrás a Disney.

BERKSHIRE HATHAWAY.- Tiene sus raíces en la fábrica textil establecida en 1839 por Oliver Chace conocida como Valley Falls Company.

FORTUNE 500.- es una lista publicada de forma anual por la revista Fortune enlistando las 500 mayores empresas estadounidenses de capital abierto a cualquier inversor (es decir, no solo empresas cotizadas) según su volumen de ventas.

FORBES.- La revista Forbes se publica en Estados Unidos y está especializada en el mundo de los negocios y las finanzas.

USA TODAY.- es un periódico de los Estados Unidos de tirada nacional publicado por GannetCorporation. Es el diario de mayor tirada en ese país.

SUCCESS FROM HOME.- revista dedicada a la empresa multinivel

ZAPPING.- es el acto de saltar programación o canales en la televisión. Es decir, ir cambiando de canales.

## 2.4 Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORIA	DIMENSION	INDICADOR
Aceptación del	Aceptación	Estudiantes	Nuevos conocimientos de:

Concepto de Redes de Mercado		Profesionales	Modelo económico		
			Predisposición de aprender		
			Falta de fuentes de empleo		
			Cambio de paradigmas		
			Actualización y Diversificación		
			Mejorar su rentabilidad		
		Empresas	Crecimiento personal		
			Estrategia de Marketing		
			Ventaja Competitiva		
			Posicionamiento		
		Canal de distribución de productos	Redes de mercadeo	Nuevos socios	Reconocimiento de producto
					Retención
Mayor cantidad de patrocinio					
Conocimientos profesionales					
Compañías	Mejor calidad de prospectos				
	Nuevas herramientas				
	Mayor rentabilidad				
	Crecimiento exponencial				
Miembros del equipo	Posicionamiento en el mercado				
	Posicionamiento				
	Liderazgo				
	Reconocimiento global				
			Expansión mundial		

### CAPÍTULO III

## **3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1 Tipo de Investigación**

Luego de haber obtenido gran cantidad de fundamento teórico a través de la investigación bibliográfica, que va a servir como base para poder sustentar el resto de la investigación; y así poder llegar a solucionar el problema, que consiste en determinar el nivel de aceptación de las redes de mercado o marketing multinivel en la ciudad de Ibarra y crear una propuesta alternativa de solución a este problema.

Se realizó una investigación de campo cuantitativa a un nivel exploratorio dirigida a una muestra de la población económicamente activa de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra, comprendida entre los 18 y 65 años, con el objetivo de determinar el grado de conocimiento sobre la Industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel que tienen estas personas, así como para conocer el nivel de aceptación hacia este concepto de negocio y a los productos que en él se distribuyen.

### **3.2 Métodos**

El método que se aplicó para obtener la respuesta al problema planteado fue:

- Método analítico sintético.- De la Investigación se obtuvo un diagnóstico sobre los conocimientos que tiene la población sobre el concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel. A través del análisis de los datos obtenidos se tiene ahora una visión clara del grado de aceptación que este segmento de la población tiene hacia este concepto de negocio, dichos datos se sintetizaron y sirvieron como una guía para todas las personas que trabajan dentro de esta industria, así como para definir una propuesta alternativa para la solución de esta problemática aplicando correctamente los conocimientos adquiridos en la carrera de diseño y publicidad.

### **3.3 Técnicas**

Las técnicas que mejor se acoplaron para la recolección de datos fueron:

Encuesta.- se realizó una encuesta física a una muestra del mercado de la población económicamente activa de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra; para así determinar el nivel de aceptación del concepto del marketing multinivel en la ciudad de Ibarra.

Entrevista.- se realizó una entrevista formal con el equipo corporativo de la empresa Total Life Changes, para poder detectar las necesidades que ellos tienen y poder brindar una solución alternativa aplicando conceptos de publicidad efectiva para posicionar esta nueva marca (TLC) en la ciudad de Ibarra y en el Ecuador en general, y como consecuencia crear una imagen correcta de la industria de Redes de Mercado y Marketing Multinivel en general.

### **3.4 Población**

$$n = \frac{PQ.N}{\frac{e^2}{k^2} (N - 1) \oplus PQ}$$

$n$  = Muestra

$N$  = Tamaño de la población 3405 personas

$PQ$  = %aceptación y % rechazo 0.25

$E$  = Error de la muestra 0.05

$K$  = Constante 2

$$n = \frac{3405.0,25}{(3405 - 1) \frac{(0,05)^2}{(2)^2} + (0,25)}$$

$$n = \frac{851.25}{(3404) \frac{0,0025}{(4)} + (0,25)}$$

$$n = \frac{851.25}{(3404)(0.000625) + (0,25)}$$

$$n = \frac{851.25}{2.1275 + (0,25)}$$

$$n = \frac{851.25}{2.3775}$$

$$n = 358$$

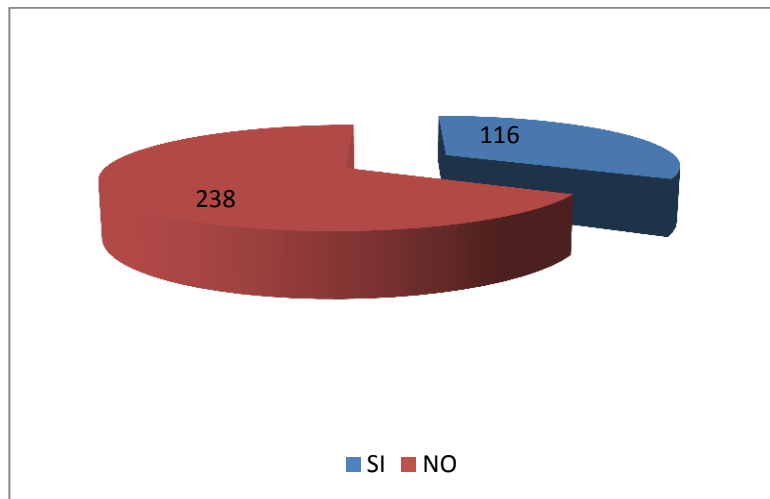
## CAPÍTULO IV

### 4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1. Ha escuchado alguna vez ¿Qué es una Red de Mercado o Marketing Multinivel?

RESPUESTA	f	%
SI	116	32,77
NO	238	67,23
TOTAL	358	100,00

Fuente: Los Investigadores



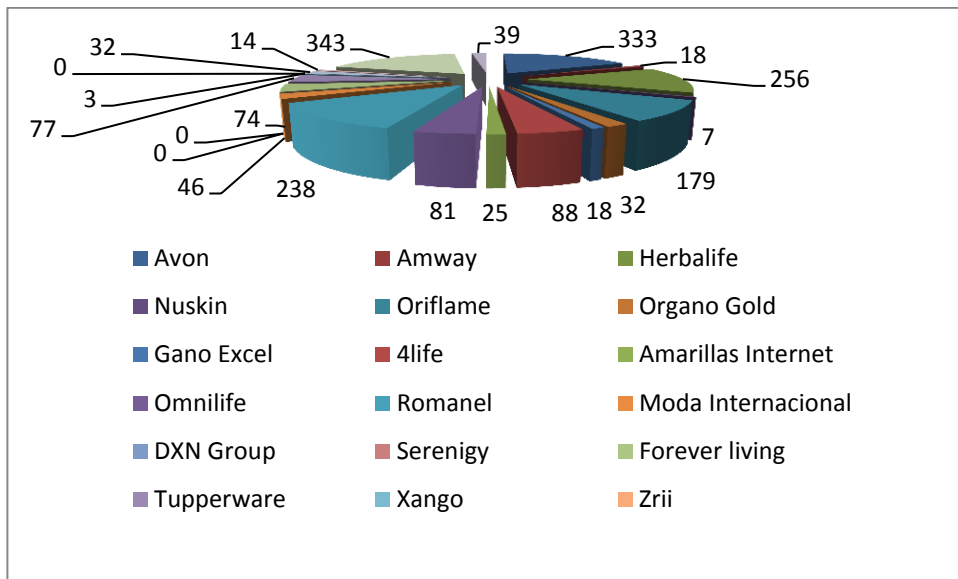
De la investigación de esta pregunta se ha obtenido como respuesta que un 32,77% de las personas encuestadas han escuchado sobre el concepto de redes de mercado, y hay un 67,23% que desconoce lo que realmente es este concepto de redes de mercado o marketing multinivel.

2. ¿Cuál de las siguientes empresas de red de mercado conoce?



<b>RESPUESTA</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
<b>Avon</b>	333	17,50
<b>Amway</b>	18	0,95
<b>Herbalife</b>	256	13,45
<b>Nuskin</b>	7	0,37
<b>Oriflame</b>	179	9,41
<b>Organo Gold</b>	32	1,68
<b>Gano Excel</b>	18	0,95
<b>4life</b>	88	4,62
<b>Amarillas Internet</b>	25	1,31
<b>Omnilife</b>	81	4,26
<b>Romanel</b>	238	12,51
<b>Moda Internacional</b>	46	2,42
<b>DXN Group</b>	0	0,00
<b>Serenigy</b>	0	0,00
<b>Forever living</b>	74	3,89
<b>Tupperware</b>	77	4,05
<b>Xango</b>	3	0,16
<b>Zrii</b>	0	0,00
<b>Nikken</b>	32	1,68
<b>Total Life Changes</b>	14	0,74
<b>Yambal</b>	343	18,02
<b>Young Living</b>	39	2,05
<b>TOTAL</b>	1903	100,00

Fuente: Los Investigadores

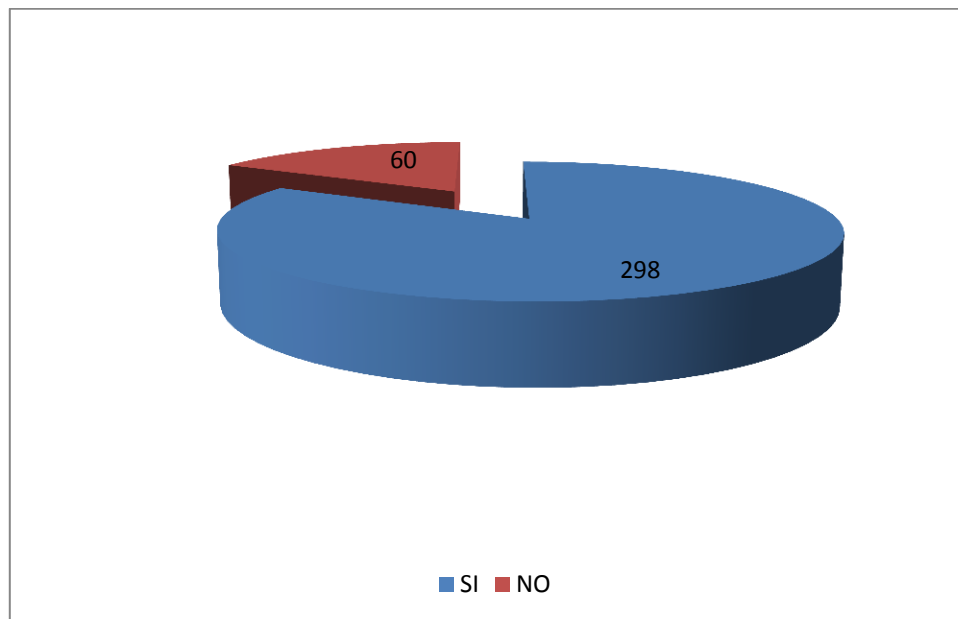


A esta pregunta de varias opciones, se obtuvieron repuestas como que la mayor cantidad de personas conocen YANBAL (18,02%), luego esta AVON (17,50%), luego está HERBALIFE (13,45%) y finalmente ROMANEL (12,51%), lo que trae como resultado que la gente dice conocer el concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel; no es así sino que lo confunden con la venta directa, ya que tres de las cuatro opciones más votadas(AVON, ROMANEL y YANBAL)son más dirigidas a venta directa o venta por catálogo. Y la única empresa de redes como tal es HERBALIFE que si tiene un considerable porcentaje de reconocimiento en la gente. Herbalife tiene ya 18 años en el mercado ecuatoriano y 32 a nivel mundial y tiene un relativo posicionamiento, el resto de empresas todavía están empezando a despegar y algunos les hace falta posicionamiento como es el caso de Total Life Changes (TLC) que solo alcanzó un 0,74% de reconocimiento, lo que quiere decir que el trabajo de publicidad recién empieza.

3. ¿Ha consumido alguna vez productos que se recomiendan a través de redes de mercado?

RESPUESTA	F	%
SI	298	83,24
NO	60	16,76
TOTAL	358	100,00

Fuente: Los Investigadores

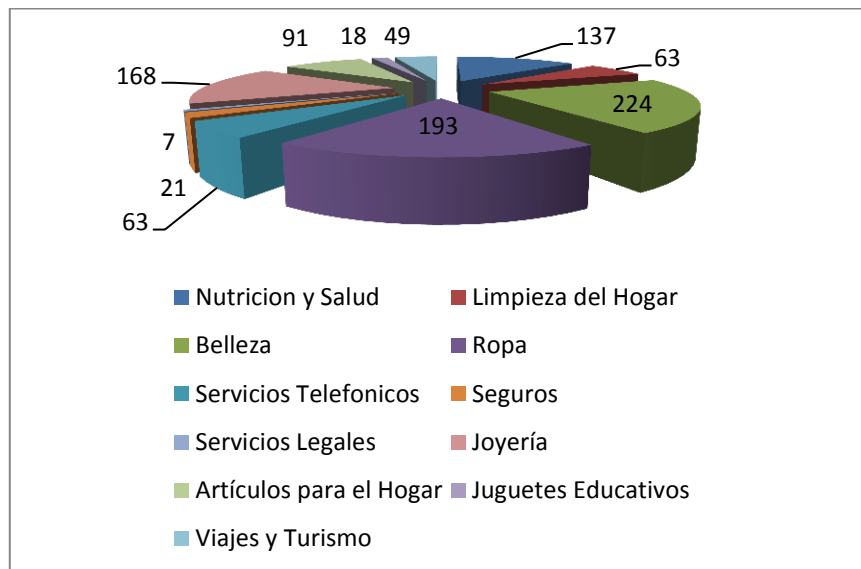


De los encuestados hemos obtenido la respuesta que la gran mayoría consume este tipo de productos (83,24%), lo que comprueba la efectividad de este sistema como canal de distribución de productos y hace necesario el desarrollo de la propuesta alternativa para poder dar a conocer a toda la ciudad de Ibarra cuales aparte de los productos son los beneficios de las redes de mercado o marketing multinivel y poder posicionar correctamente a una empresa (TLC) y obtener como resultado que la industria multinivel adquiriera su reconocimiento en la ciudad de Ibarra.

#### 4. ¿De qué tipo?

RESPUESTA	F	%
Nutrición y Salud	137	13,25
Limpieza del Hogar	63	6,09
Belleza	224	21,66
Ropa	193	18,67
Servicios Telefónicos	63	6,09
Seguros	21	2,03
Servicios Legales	7	0,68
Joyería	168	16,25
Artículos para el Hogar	91	8,80
Juguetes Educativos	18	1,74
Viajes y Turismo	49	4,74
<b>TOTAL</b>	<b>1034</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Los Investigadores

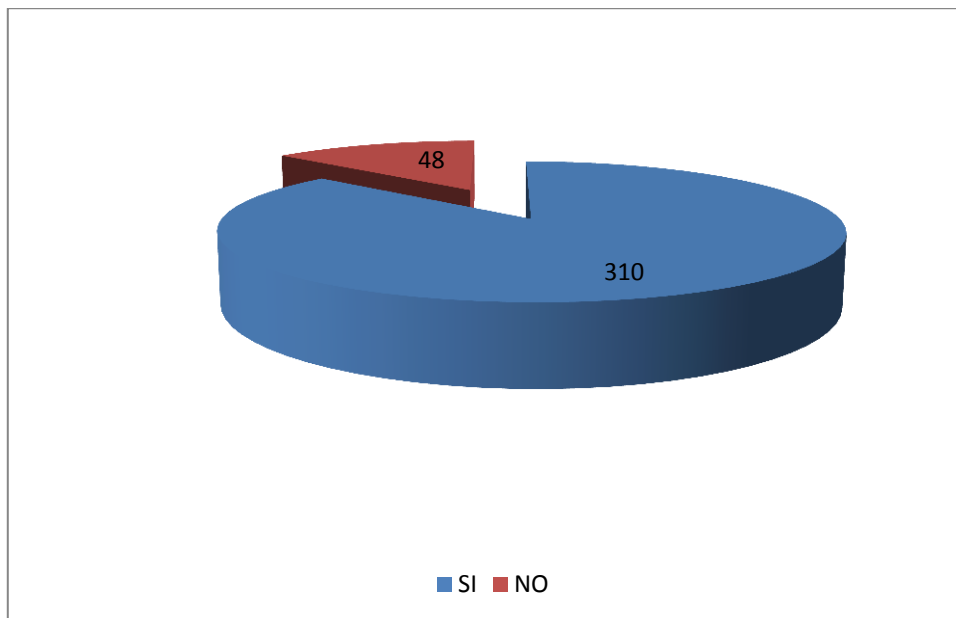


La respuesta a esta pregunta de múltiples opciones da como resultado que un 21,66% de los encuestados han consumido productos de belleza, un 18,67% ropa, un 16,25% joyería y un 13,25% de nutrición y salud. Estos resultados muestran el grado de desinformación con respecto a los productos; a nivel mundial el rubro con mayor cantidad de ventas es la nutrición y salud por lo que ahí también hay una falta de cultura en la ciudad.

5. ¿Recomendaría los productos que ha consumido a sus familiares y amigos?

RESPUESTA	f	%
SI	310	86,59
NO	48	13,41
TOTAL	358	100,00

Fuente: Los Investigadores

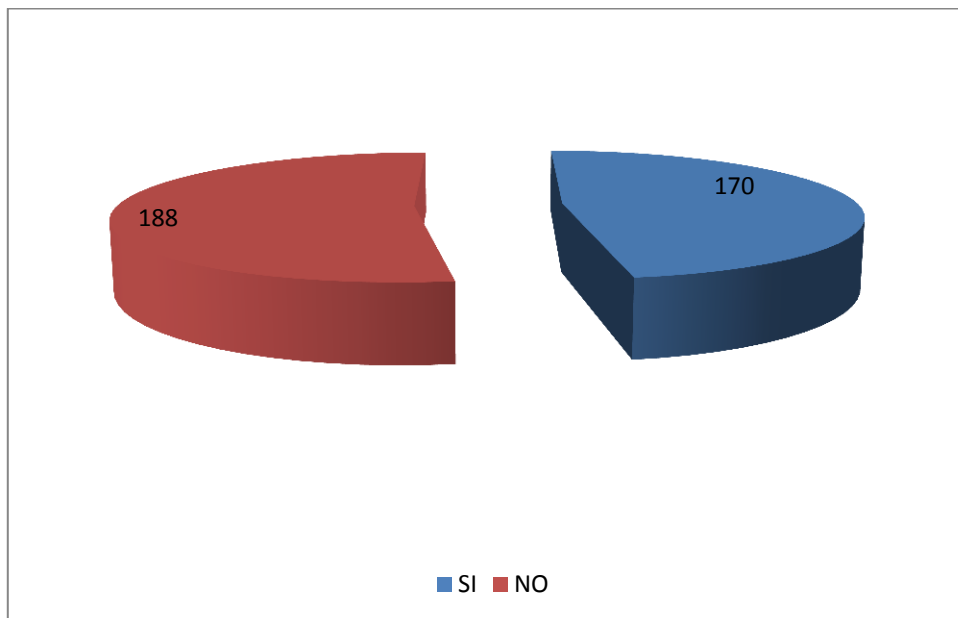


Como respuesta a esta pregunta hemos obtenido que la mayor cantidad de personas si estaría de acuerdo con recomendar los productos que consume 86,59%, lo que potenciaría mucho más este concepto de multinivel que se basa en la recomendación a personas cercanas a nosotros. Si las personas entendieran que por consumir y referir productos podemos generar ingresos extras o desarrollar una carrera profesional, la economía de la ciudad y del país entero cambiaría totalmente.

6. Conoce ¿Cómo funciona el sistema de pago de las redes de mercado?

RESPUESTA	f	%
SI	170	47,49
NO	188	52,51
TOTAL	358	100,00

Fuente: Los Investigadores



Finalmente con respecto a las respuestas de esta última pregunta, queda comprobado con un 52,51% que las personas no conocen realmente que es la industria de redes de mercado y cuales son los beneficios que ella brinda a las personas, el 47,49% que es casi similar al porcentaje anterior de personas que dicen conocer como pagan las redes, sabiendo que la mayoría confunde con venta directa, piensan que la única forma de generar ingresos en esta industria es a través de la venta directa y todavía no entienden el poder de los ingresos residuales como consecuencia del apalancamiento que produce la red de mercado.

## CAPÍTULO V

### 5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Conclusiones

Después de haber obtenido los datos de la investigación, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- Hay un considerable porcentaje de los encuestados que desconocen el concepto del término “redes de mercado” o “marketing multinivel”, hay personas que no han escuchado estos términos, y la mayoría que dice conocer de que se trata este concepto, realmente no conocen como funciona la industria y la comparan con la venta directa o la venta dura, y hay otro grupo de personas más arriesgadas que se atreven a decir que se trata de una estafa tipo pirámide.
- Cuando se nombra a las distintas compañías de redes de mercado y venta directa, se confunden ambos conceptos, y a pesar de que la gente no puede definir claramente lo que es una red de mercado, conocen o han escuchado de Herbalife, y lo confunden con el sistema de distribución de Yanbal, Avon y Romanel que son empresas de venta directa y venta por catálogo mucho más conocidas a nivel de la ciudad de Ibarra.
- Habiendo analizando en la justificación y la fundamentación teórica el potencial que tiene este concepto de negocio (redes de mercado) como canal de distribución de productos para las empresas, nos

hemos dado cuenta que las personas encuestadas consumen o han consumido en su gran mayoría productos distribuidos a través de redes de mercado, teniendo un alto grado de aceptación principalmente por la calidad de los productos, más no por el beneficio económico que se podría obtener de ellos. Si solamente un considerable grupo de personas en la ciudad de Ibarra entendiera cómo funciona el sistema de redes de mercado habría un mayor movimiento económico que el que hay ahora en la ciudad.

- Existen dos grandes nichos de productos que se consumen a través de este sistema de distribución, que son los productos de belleza en primer lugar, seguidos por la ropa, joyería y los productos de salud y nutrición, aunque hay más nichos de productos que ya se distribuyen a nivel mundial, en la ciudad de Ibarra todavía no son muy conocidos, por lo que es necesario una campaña correcta de difusión de este concepto de distribución y de este concepto de negocio dentro de la libre empresa.
- Como existe un gran desconocimiento sobre cómo se puede generar ingresos extras o desarrollar una carrera profesional dentro de la industria de redes de mercado, los consumidores de los productos solamente se quedan con los beneficios de los productos y algunos con los beneficios de la venta, mas no aprovechan al 100% este concepto de oportunidad como se lo hace en el resto de países más desarrollados.



## 5.2 Recomendaciones

Como recomendaciones sugerimos:

- Que es necesaria una estrategia correcta de comunicación, aplicando una estrategia publicitaria adecuada, para informar a la población ibarreña sobre cómo realmente funciona el concepto de las redes de mercado.
- Se hace necesario diseñar un manual informativo con un respaldo multimedia (video y audio), con el que las personas puedan entender claramente cómo funciona este nuevo concepto de negocio y de distribución de productos, para que de esta forma la población de la ciudad puedan aprovechar los beneficios de esta tendencia de la libre empresa.
- Es importante planificar una campaña correcta de difusión sobre el concepto de las redes de mercado a través de conferencias en universidades colegios, conferencias a ciertos grupos de profesionales; así como también promoción a través de radios locales y televisión local, promocionando la industria de las redes de mercado como una alternativa real para salir de la crisis y obtener libertad financiera siempre y cuando se tome a este concepto como una profesión.
- Finalmente, trabajando una correcta campaña de promoción de una compañía en específico, aplicando los conocimientos de la publicidad y diseño tradicional y adaptándolo a una empresa para poder posicionarla como una marca reconocida, la industria de Redes de Mercado en la ciudad de Ibarra tendrá como consecuencia también su debido reconocimiento.

## **CAPÍTULO VI**

### **6 PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1 Título de la Propuesta**

ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN DEL CONCEPTO DE REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL APLICADO A LA EMPRESA TOTAL LIFE CHANGES, PARA LA CIUDAD DE IBARRA

#### **6.2 Justificación e Importancia**

Luego de haber obtenido los resultados de las encuestas, se ha analizado y sintetizado dichos resultados para poder definir claramente la propuesta alternativa para el posicionamiento de la empresa Total Life Changes en la ciudad de Ibarra, aplicando un correcto sistema de difusión para el concepto de redes de mercado.

Se ha visto que el nivel de posicionamiento del concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel en la Parroquia el Sagrario de la ciudad de Ibarra es relativamente bajo, hay un 67,23% de personas que no saben de que se trata este concepto, ni tienen familiaridad con los términos; hay personas que creen que se trata de una empresa multinacional cuando se habla de multinivel (por el prefijo multi), otros asemejan las redes de mercado con redes informáticas; en fin existe mucha desinformación con respecto al tema de lo que son las Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

Existe tanta desinformación sobre este tema en nuestra ciudad, que hay personas que cuando creen saber de lo que se trata, huyen como si se les fuese a robar o algo así.

Toda esta desinformación es el resultado de la falta de promoción correcta de las empresas, un total trabajo empírico por parte de los distribuidores de las compañías; lo que ha creado una imagen no tan buena de la industria multinivel en la localidad.

Estamos atravesando un cambio total de era, y esta nueva era de la Información, los empleos tradicionales están desapareciendo, los negocios como se conocen ya no tienen el mismo impacto y los mismos resultados; y las redes de mercado surgen como una alternativa real para dar solución a todos los problemas, no solamente económicos sino de todo aspecto del crecimiento del ser humano, para que éste se convierta en un ente de contribución para la sociedad ibarreña, y por ende para el Ecuador entero.

En esta nueva era se está comprobando que la publicidad tradicional como comúnmente la conocemos también está cambiando su direccionamiento, el internet y la globalización están trayendo consigo cambios considerables que deben ser tomados en cuenta por todos los profesionales que se dedican al área de la Publicidad, Diseño Gráfico y profesiones afines.

Dentro de la encuesta realizada, al momento de preguntar el nivel de aceptación de los productos, la respuesta es realmente alta (83,24%), lo que comprueba que este canal de distribución funciona muy bien.

Entonces, la propuesta alternativa consta de: un manual con su respectivo soporte multimedia (audio y video) donde se explique claramente el concepto de las redes de mercado y todos sus beneficios, apoyado con una estrategia de comunicación a través de conferencias, entrevistas en radio y televisión

local. Con este manual y una estrategia de marketing adecuada se podrá posicionar a la empresa Total Life Changes (TLC) en la ciudad de Ibarra y posteriormente en el Ecuador en general.

Con esta propuesta alternativa se llega a beneficiar primeramente a las empresas que distribuyen productos a través de este sistema, principalmente a la empresa Total Life Changes (TLC) y sus distribuidores.

Y finalmente, no por el grado de importancia, los mayores beneficiarios de esta propuesta alternativa serán: la población de Ibarra y del Ecuador en general, ya que cuando se entienda claramente cómo funciona el sistema de redes de mercado o marketing multinivel será más fácil para los ciudadanos lograr salir de la crisis a través de generar dinero cooperativo con este sistema de negocio, afiliándose a una compañía multinivel.

La siguiente propuesta alternativa llegaría a convertirse en un proyecto factible si se contará con el patrocinio de una empresa de redes de mercado que base su economía en este rubro (TLC) y aparte un establecimiento educativo como la Universidad Técnica del Norte. El patrocinio por parte de estos dos entes serviría para poder cubrir la logística que se requiere para la organización de las conferencias, los certificados de asistencia a la conferencia con aval legal, así como cubriendo los gastos en los que se incurrirían al momento de organizar dichos eventos.

## **6.3 Fundamentación**

### **6.3.1 Fundamentación de Marketing**

En la actualidad el Marketing es indispensable para cualquier empresa que desee sobrevivir en un mundo tan competitivo como el nuestro.

El Marketing es el conjunto de actividades direccionadas a favorecer, el intercambio entre los usuarios consumidores con el fin de satisfacer sus necesidades. Es también un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes.

Entonces, al marketing se lo puede definir como un proceso que comprende la identificación de necesidades y deseos del mercado objetivo, la formulación de objetivos orientados al consumidor, la construcción de estrategias que creen un valor superior, la implantación de relaciones con el consumidor y la retención del valor del consumidor para alcanzar beneficios.

En cambio, la publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas publicitarias. A través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas, tales como la psicología, la neuroeconomía, la sociología, la antropología, la estadística, y la economía, que son halladas en el estudio de mercado, se podrá, desde el punto de vista del vendedor, desarrollar un mensaje adecuado para el público.

El Marketing y la Publicidad son dos conceptos que encierran en sí mismo la tarea comercial para la presentación de un producto o servicio de cara a los posibles consumidores.

La publicidad se encuentra dentro de la promoción que también es parte del marketing, por lo que estos dos conceptos están ligados intrínsecamente. Las principales variables dentro de la promoción son: la venta personal, las relaciones públicas, la promoción de ventas y la publicidad.

En conclusión, el no entrelazar al marketing y la publicidad con las redes de mercado o marketing multinivel es algo incoherente, en este cambio total

de era es importante encontrar un eslabón que una estos tres conceptos para permitir un correcto posicionamiento de las Redes de Mercado en la ciudad de Ibarra a través de una adecuada estrategia de mercado.

#### **6.3.1.1 Estrategia de Mercado**

Para poder llegar a crear ese enlace entre el Marketing y la Publicidad con las Redes de Mercado o Marketing Multinivel es importante desarrollar correctas estrategias de mercado que vayan encaminadas a crear un posicionamiento de las Redes de Mercado como consecuencia de posicionar a la empresa Total Life Changes en la ciudad de Ibarra; este posicionamiento producirá un aumento en las ventas no solamente de esta empresa sino de la industria de Marketing Multinivel en general.

Dentro de las estrategias de mercado está el definir el mercado meta o público objetivo, es decir, a quien se quiere llegar; el posicionamiento que se busca, esto es, que imagen se quiere proyectar al mercado meta; el mix de marketing: las famosas 4 p's: precio, promoción, plaza y producto y, por último, los recursos que se necesitan para ejecutarla.

Habiendo definido el público meta, es importante definir un plan de marketing donde se trabaje los aspectos de promoción, específicamente la publicidad, ya que los precios dependen de la empresa, los productos los define la empresa y la plaza en este caso es la ciudad de Ibarra.

#### **6.3.1.2 Plan de Marketing**

El plan de marketing consiste en un documento en donde se describe el entorno de la empresa, y en este caso también de la industria de Redes de Mercado, la situación en la que se encuentra, los objetivos de marketing que

se busca alcanzar, las estrategias y tácticas de marketing que le permitirán alcanzar dichos objetivos, y los planes de acción que le permitirán implementar dichas tácticas.

Veamos a continuación las partes o secciones que conforman un plan de marketing:

### 1. Resumen ejecutivo

Consiste en un resumen de los puntos más importantes de las demás partes del plan, por lo que debe ser puesto al inicio de éste, pero debe ser desarrollado después de haber culminado las demás partes.

Algunos de los elementos que se deberían incluir en un resumen ejecutivo son:

- La descripción de la empresa (nombre, ubicación, descripción del negocio, etc.).
- La descripción del producto (características diferenciadoras, principales atributos, etc.).
- Las principales oportunidades y amenazas detectadas.
- Las principales fortalezas y debilidades detectadas.
- Los principales objetivos de marketing que se buscarán alcanzar.
- Las principales estrategias de marketing que se utilizarán para alcanzar los objetivos.
- El equipo de trabajo encargado de la ejecución del plan.
- El presupuesto requerido para la ejecución del plan.

## 2. Análisis del entorno

Aquí se analizan y describen las fuerzas o factores externos que podrían tener influencia en la empresa.

Estas fuerzas o factores externos podrían estar conformadas por:

- Fuerzas de acción indirecta: fuerzas económicas (tasa de crecimiento del producto nacional bruto, tasa de inflación, tasa de interés, etc.), fuerzas sociales (tasas de fecundidad, tasas de mortalidad, migraciones, etc.), fuerzas gubernamentales (regulaciones gubernamentales, leyes de patentes, leyes sobre monopolios, etc.), fuerzas tecnológicas (nuevas maquinarias, nuevos procedimientos de producción, nuevos sistemas de comunicación), etc.
- Consumidores: necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra (dónde compran, cuándo compran, por qué compran), costumbres, actitudes y demás características de los consumidores.
- Competencia: ubicación, público objetivo, volumen de ventas, participación en el mercado, experiencia en el mercado, recursos, capacidad, principales estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los competidores.

El análisis del entorno nos permite conocer mejor el entorno de la empresa y detectar oportunidades y amenazas, por lo que nos sirve de base para establecer los objetivos de marketing y para formular las estrategias de marketing que nos permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.



### 3. Análisis de la situación

En esta parte del análisis de la situación se analizan y describen los diferentes elementos o factores que puedan existir dentro de la empresa, y que puedan dar una idea de los recursos y la capacidad con que cuenta ésta.

Estos elementos o factores internos podrían estar conformados por:

- En el área administrativa: objetivos, estrategias, políticas, cultura, valores, estructura, planeación, organización, dirección, control, etc.
- En el área de marketing: ventas, público objetivo, producto, precio, distribución, promoción, servicio al cliente, lealtad de los clientes, etc.
- En el área de finanzas: liquidez, rentabilidad, financiamiento, inversiones, ratios financieros, capital de trabajo, activos, pasivos, patrimonio, etc.
- En el área de producción: disposición de planta, investigación y desarrollo, tecnología, adquisición de insumos, control de existencias, etc.
- En el área de recursos humanos: contratación, capacitación, remuneración, incentivos, relaciones laborales, liderazgo, motivación, etc.

El análisis de la situación, al permitirnos tener una idea de los recursos y la capacidad con que cuenta la empresa, nos permite detectar fortalezas y debilidades, y así, servir también de base para establecer los objetivos de marketing y para formular las estrategias de marketing que nos permitan potenciar las fortalezas y neutralizar las debilidades.

#### 4. Establecimiento de objetivos de marketing

En esta parte del establecimiento de objetivos de marketing se establecen y señalan los objetivos de marketing que se buscarán alcanzar, teniendo en cuenta el análisis del entorno y el análisis de la situación.

Se deben establecer objetivos que tomen en cuenta las oportunidades y amenazas detectadas en el análisis del entorno, y que a la vez tomen en cuenta los recursos y la capacidad con que cuenta la empresa, así como sus fortalezas y debilidades detectadas en el análisis de la situación.

Los objetivos de un plan de marketing deben ser tanto generales como específicos.

Los objetivos de marketing generales son objetivos genéricos que están alineados con los objetivos y la misión de la empresa.

Algunos ejemplos de objetivos de marketing generales son:

- Ser una empresa líder en el mercado.
- Posicionar la marca en la mente de los consumidores.
- Ser una empresa reconocida por su calidad en el servicio al cliente.

Mientras que los objetivos de marketing específicos son objetivos concretos expresados en términos de cantidad y tiempo, que permiten alcanzar los objetivos generales.

Algunos ejemplos de objetivos de marketing específicos son:

- Aumentar las ventas mensuales en un 20% para el segundo semestre.
- Lograr una participación del 15% del mercado al finalizar el año.
- Abrir 2 nuevos locales para el primer trimestre del próximo año.

## 5. Formulación de estrategias de marketing

En esta parte de la formulación de estrategias de marketing se formulan y señalan las estrategias de marketing que se utilizarán para alcanzar los objetivos propuestos.

Se deben formular estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas y que, a la vez, al igual que los objetivos, tomen en cuenta los recursos y la capacidad con que cuenta la empresa, potencien sus fortalezas y neutralicen sus debilidades.

Las estrategias de un plan de marketing deben estar orientadas al producto, al precio, a la distribución y a la promoción.

Algunos ejemplos de estrategias de marketing orientadas al producto son:

- Incluir nuevas características o atributos al producto.
- Lanzar una nueva línea de productos.
- Añadir nuevos servicios complementarios al producto.

Algunos ejemplos de estrategias de marketing orientadas al precio son:

- Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio bajo con el fin de lograr una rápida penetración.
- Aumentar el precio del producto con el fin de aumentar la sensación de calidad.
- Reducir los precios por debajo de los de la competencia con el fin de ganarle mercado.

Algunos ejemplos de estrategias de marketing orientadas a la distribución son:

- Hacer uso de intermediarios con el fin de aumentar la cobertura del producto.
- Usar Internet como punto de venta.
- Aumentar el número de vehículos de reparto.

Algunos ejemplos de estrategias de marketing orientadas a la promoción son:

- Ofrecer la oferta de adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero.
- Publicar anuncios en sitios de anuncios clasificados en Internet.
- Obsequiar artículos publicitarios tales como lapiceros, llaveros o cartucheras que lleven consigo el logo de la empresa.

## 6. Diseño de planes de acción

Finalmente, en esta parte del diseño de planes de acción se especifican los pasos y otros aspectos necesarios para implementar o ejecutar las estrategias de marketing formuladas.

Algunos de los elementos que se deberían especificar en los planes de acción son:

- Las tareas a realizar: las tareas, actividades o acciones que se van a realizar, necesarias para implementar las estrategias de marketing.
- La asignación de recursos: los recursos que se van a utilizar para realizar las tareas e implementar las estrategias, y la forma en que se van a distribuir.

- Los responsables: los responsables y encargados de realizar las tareas e implementar las estrategias.
- La programación de las tareas: el cronograma con fechas de inicio y plazos para realizar las tareas e implementar las estrategias.
- El presupuesto requerido: la inversión requerida para realizar las tareas e implementar las estrategias.

Los planes de acción nos sirven de guía para implementar o ejecutar las estrategias de marketing, pero también nos sirven como instrumento de control y evaluación, al permitirnos comprobar que las tareas se estén desarrollando tal como lo especificado, y que se estén cumpliendo en los plazos acordados.

### 6.3.1.3 Publicidad

Dentro del Plan de Marketing, ya que los precios, y los productos ya están fijados por la empresa, no se podría definir estrategias para estos puntos, pero para la plaza (ciudad de Ibarra) y la promoción, especialmente lo que se refiere a publicidad va a tener mayor enfoque dentro del plan de marketing especialmente dos aspectos:

1. Soportes Impresos.- Un gran porcentaje de personas son visuales, es decir que un mensaje publicitario correcto llega a través de la comunicación visual. Por lo que, Flyers, afiches, banners, gigantografías, manuales, revistas, etc. Son de las mejores herramientas de comunicación visual para el público objetivo.
2. Audiovisuales.- Existe otro porcentaje de personas que son auditivas y kinestésicos, por lo que se hace necesario reforzar el mensaje visual

con audio o audiovisual y un material físico que se lo pueda tocar para las personas kinestésicas.

### 6.3.2 **Networking**

El dinamismo del mercado y su constante evolución exigen respuestas creativas, innovadoras y oportunas por parte de los administradores de las empresas, los publicistas y personas encargados del marketing y la promoción. En esta economía globalizada se envían productos a cualquier parte del planeta en solo pocas horas, la comunicación es instantánea.

Debido al mejoramiento en la tecnología, las fuentes de empleo se están terminando, ya que hoy en día una máquina puede hacer el trabajo de 20 o incluso 50 empleados, por lo que actualmente está tomando auge esta nueva tendencia de generar ingresos a través de las Redes de Mercado o Marketing Multinivel. En los próximos 10 años (2010-2020) está proyectado que el 65% de la población mundial estará realizando trabajos desde su casa a través de esta tendencia que es la industria del Marketing Multinivel o Redes de Mercado.

Aunque a primera vista el multinivel pudiera parecer un negocio para mujeres, amas de casa (Avon, Tupperware y demás empresas de venta directa), este no es el prototipo ideal para esta industria. Uno de los nichos que podrían desarrollar este concepto de comercialización de manera efectiva, son las parejas jóvenes o de mediana edad que buscan ingresos extras para mejorar su calidad de vida. Y hoy en día se ha visto que ese prototipo no es el único que puede tener mejores resultados en esta industria, sino más bien un joven o una persona de edad media, casado o soltero, sin un trabajo fijo, ya que la tendencia de hoy es que estamos viendo

que los empleos como los conocemos están desapareciendo, y los negocios tradicionales ya no están teniendo la misma factibilidad que antes.

## **6.4 Objetivos**

### **Objetivo General**

- Desarrollar una estrategia de difusión para las Redes de Mercado o Marketing Multinivel en la ciudad de Ibarra aplicado a la empresa Total Life Changes (TLC)

### **Objetivos Específicos**

- Diseñar un manual informativo con su respaldo multimedia (audio y video) donde se explique ¿En qué consiste realmente el concepto de las redes de mercado?
- Organizar una conferencia abierta para informar exactamente en qué consiste el término Redes de Mercado o Marketing Multinivel.
- Desarrollar un plan de marketing, donde se incluya un plan de medios para promocionar a la empresa Total Life Changes para la ciudad de Ibarra y con proyección al resto del Ecuador.

## **6.5 Ubicación Sectorial y Física**

Para poder definir el segmento de mercado al que nos íbamos a dirigir con la encuesta, y obtener los datos necesarios para desarrollar esta propuesta alternativa, tomamos en cuenta una parroquia conocida, central y con acceso a diversos nichos de mercado como es la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra.

Dentro de esta parroquia, escogimos un segmento de mercado que son primeramente los estudiantes universitarios, los dueños de los negocios que se encuentran en dicho sector, así como también abordamos a profesionales que se trabajan en bancos, sector público y demás que comprenden la parroquia antes mencionada. También tomamos en cuenta los profesionales afiliados al IESS que están próximas a jubilarse, que son también un mercado interesante para este tipo de concepto.

El desarrollo de la presente propuesta va a estar dirigido primeramente a los habitantes económicamente activos de la ciudad de Ibarra a los cuales se pretende llegar con estrategias y acciones de marketing correctas para dar a conocer efectivamente lo que es la industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

La primera estrategia a utilizarse es: una conferencia pública en el auditorio Agustín Cueva de la Universidad Técnica del Norte, dirigido a estudiantes de los últimos niveles de la Universidad, profesores, personal administrativo y público en general, que va a ser invitado por los distribuidores de TLC. Esta conferencia contará con la presencia de las principales autoridades de la Universidad y los miembros del equipo corporativo de la compañía Total Life Changes. El objetivo de esta conferencia es dar a conocer lo que realmente es la Industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel. (Más detalles sobre este tema en el desarrollo de la propuesta).



## **6.6 Desarrollo de la Propuesta**

### **6.6.1 Diseño de un Folleto Impreso**

El manual lleva por nombre Profesionales del siglo 21, es una pequeña revista de 24 páginas de 12 cm. X 16,6 cm. Full color y con fondos de imágenes en cada par de páginas.

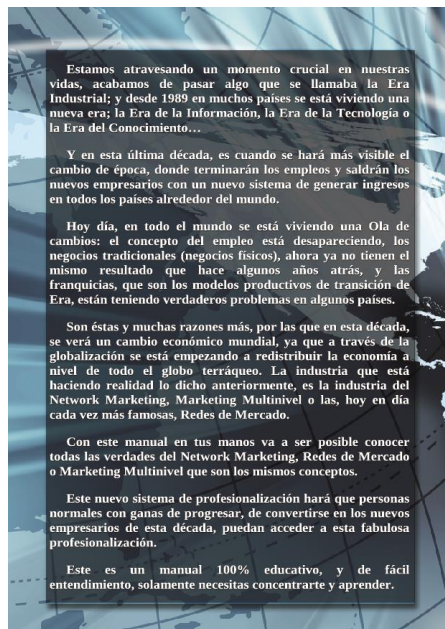
El manual está esquematizado de la siguiente manera:

1. Introducción.- 5 párrafos donde se detalla el contenido del manual, con un lenguaje claro y motivacional para introducir correctamente al lector para que le interese conocer en qué consiste esta profesión del siglo 21.
2. Realidad Económica Actual.- En este capítulo se pone énfasis en la Crisis actual que se está viviendo a nivel mundial, se habla de las principales causas que han provocado dicha crisis.
3. ¿Cómo Generamos Ingresos Económicos?- Según los expertos financieros, una de las principales causas de la crisis económica mundial es la forma en que se generan ingresos; una forma de generar ingresos que se lo creó en la era Industrial, pero que en esta Nueva era de la Información ya no tiene la misma aplicabilidad. En este capítulo se explica las limitaciones de este tipo de ingreso y se habla del proceso de jubilación, del proceso de poner un negocio propio y de las razones fundamentales de fracaso de estos modelos de generar ingresos.
4. ¿Qué opciones tenemos?.- En este capítulo se habla de los cada vez más famosos ingresos residuales, se habla de los beneficios de este tipo de ingresos comparado con el anterior y se da ejemplos de profesionales que generan este tipo de ingresos.

5. La Nueva Profesión.- En este capítulo se introduce ya el concepto de Profesionales del Siglo 21, que está dirigido para cualquier persona, se explica los beneficios de esta profesión y se resalta una de las fortalezas principales que es la educación integral que se recibe dentro de esta profesión.
6. ¿Qué son las Redes de Mercado o Marketing Multinivel?- Es muy importante conocer el concepto de Redes de Mercado, habiendo ya introducido el concepto de la profesión, es por esta razón que en este capítulo se explica claramente en qué consiste este modelo productivo y porque cada vez es mayormente aceptado por las compañías para distribuir sus productos y servicios.
7. Historia de las Redes de Mercado.- se decidió agregar este capítulo para crear una mayor seguridad en las personas conociendo parte de la historia de cómo nace el concepto de las Redes de Mercado.
8. Legalidad de las Redes de Mercado.- en este capítulo se explica claramente la diferencia entre un sistema piramidal y las Redes de Mercado.
9. Ventajas del Sistema de Redes de Mercado.- Al igual que en el capítulo 5 La Nueva Profesión, dentro de este capítulo se enfoca mucho en las fortalezas como profesión, y en las ventajas de la libre empresa en esta Nueva Era.
10. Perfil Básico de un Networker Profesional.- este capítulo es un filtro para las personas que verdaderamente podrían estar interesadas en esta industria, leyendo estos párrafos, se podrá visualizar dentro de redes o no.
11. El Gran Miedo al Cambio.- finalmente este capítulo es el cierre del manual y el cierre a toda esta explicación, va caminando desde el lado

emocional de las personas al lado lógico para obtener una respuesta que es SI ME INTERESA hacer ese cambio o No me quedo haciendo lo mismo de siempre.

## Portada y Contraportada



# Diagramación Interna del Manual

---

## INTRODUCCIÓN

Cambiar o replantear cuando te encuentras en un laberinto sin salida, son las acciones que han inspirado este trabajo bibliográfico.

Después de terminar de leer este manual, te vas a convertir en ese agente de cambio que rompa todos los esquemas hasta hoy establecidos, lo que permitirá que influyas a otras personas, para que se liberen de la esclavitud en la que viven hoy en día.

Muchos son esclavos de su jefe o de su empleo, mucha gente por evitar ese tipo de esclavismo toma la decisión de convertirse en empresarios y se convierte en esclavos de su negocio, otros son esclavos del dinero; muchos son esclavos del reloj; no tienen tiempo para nada.

El objetivo de este manual es dar a conocer a fondo que son las Redes de Mercado o Marketing Multinivel, y si en un determinado momento se desea participar de él, se llegará a entender que se puede convertir en un hada que ayude a cumplir los sueños de muchas personas (si estos así lo quieren desde luego), y permitir potenciar todas y cada una de las habilidades y fortalezas que tenemos dentro de cada uno de nosotros, pero que todavía algunos ni las hemos descubierto.

Este no es sólo un manual técnico, ni sólo un manual motivacional; es un manual que te va a despertar a un cambio, que te va a permitir adaptarte y correr a la misma velocidad de la información hoy en día.

---

1



---

## REALIDAD ECONÓMICA ACTUAL

En esta Nueva Era, nuestro mundo, como ahora lo conocemos, enfrenta serios problemas, y la mayoría son problemas financieros o están relacionados con el dinero.

En la actualidad se habla de crisis económica, por el sistema en que vivimos inmersos.



Gráfico tomado de internet.

Estos son algunos de los paradigmas que hoy en día han cambiado totalmente nuestra forma de ver la vida y más que eso, nuestra forma de vivir la vida.

---

2



---

## ¿COMO GENERAMOS INGRESOS ECONÓMICOS?

Toda esta crisis económica a nivel mundial es la consecuencia de un sistema de generar ingresos, el 95% de la población mundial genera un tipo de ingreso que se llama Ingreso Lineal, este tipo de ingresos proviene directamente del 100% de sus esfuerzos, es decir que tú cambias tu tiempo por dinero.



Gráfico tomado de internet.

Para mucha gente esto no está mal, ya que por costumbre y por tradición nuestros padres y nuestros abuelos nos han aconsejado inconscientemente a generar este tipo de ingresos, debido a que el sistema económico daba esta única opción para poder solucionar nuestros problemas financieros.

Pero en la actualidad este tipo de ingresos tiene un pequeño gran inconveniente, y es que, si ya no puedes cambiar tu tiempo

---

3



---

por dinero, entonces dejas de percibir ingresos; veamos lo que sucede:

- Si te enfermas y no puedes salir a trabajar; no recibes ingresos.
- Si te despiden de un empleo tradicional, como ahora sucede en la mayoría de países; tu ingreso también se detiene.



Gráfico tomado de internet.

- Si trabajas en ventas y por algún motivo este mes no pudiste vender nada; entonces no tienes ingresos.
- Si tienes un pequeño negocio y el negocio depende de ti o no funciona igual cuando tú no estás; tu ingreso se detiene o baja sustancialmente.

---

4



---

• Si eres un trabajador o profesional independiente, como un doctor, abogado, arquitecto y decides irte de vacaciones y no puedes atender a tus clientes; entonces tu ingreso también se detiene.

Para los empleados, la meta es acceder a la famosa "jubilación", son los años de descanso y disfrute después de largos años de trabajo. Suena emocionante.



Gráfico tomado de internet.

Un estudio que se hizo en los EEUU arrojó los siguientes resultados:

A los 65 años, cuando la gente accede a una jubilación, después de 30 o 40 años de trabajo:

- El 1% termina muy rico.

5



- 
- El 4% terminan acomodados
  - El 5% aún tienen que trabajar
  - El 54% viven con apoyo de su familia o del gobierno
  - El 36% ya están muertos

En estos últimos años, el espíritu empresarial y las nuevas tendencias económicas, han ocasionado que en la actualidad muchas personas hayan iniciado su propia empresa.

La pregunta es: ¿Será ésta la solución a tus problemas financieros?

Probablemente no. Alrededor de un 80% de negocios fracasan en sus primeros 5 años, la mayoría lo hacen a los 2 o 3 primeros años, y un 10% más fracasan a los 10 años.



Gráfico tomado de internet.

6



---

Si tú eres profesional o no, realmente no interesa, porque en la educación formal no se nos enseña los conocimientos necesarios para tener éxito en nuestro propio negocio, ya que las habilidades que se necesita para ser empresario no son las mismas que para los empleados.

Muchos empresarios empiezan trabajando duro, creando un empleo del que ahora son los dueños, y así empiezan a trabajar más horas que los mismos empleados por un pago menor, lo que trae consigo la renuncia por cansancio y desesperación.

Hay otras personas más arriesgadas, que cuentan con el dinero suficiente para montar una franquicia que, para muchos, puede ser un negocio probado; pero la verdad es que es un negocio redondo para la persona que vende las franquicias porque este modelo de negocio se vuelve bastante difícil en sus inicios si no se cuenta con el capital suficiente para poder aguantar meses y a veces hasta años de no recibir un solo centavo de utilidad.

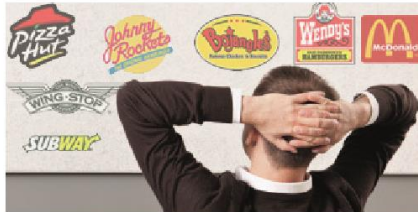


Gráfico tomado de internet.

7



---

## ¿QUE OPCIONES TENEMOS?

John Paul Getti expresó: "prefiero tener un 1% de los esfuerzos de 100 personas que un 100% de mis propios esfuerzos"

Te preguntará entonces ¿Dónde obtengo los beneficios del esfuerzo de 100 personas?

A este tipo de ingreso se le conoce como Ingresos Residuales o ingresos pasivos, una vez que se haya trabajado un sistema adecuado en un inicio una sola vez. Este sistema o plataforma estará diseñado para operar indefinidamente o por largos periodos, sin tener que ser supervisado directamente por el que lo inició. Es decir son pequeños residuos que se generan aunque no se esté presente.



Gráfico tomado de internet.

8



---

Los cantantes, por ejemplo, graban un CD una sola vez y reciben pequeños porcentajes de regalías o de ingresos residuales por la venta de cada CD, por derecho de autor, al igual que los escritores y los inventores. Cada vez que se utilice o se compre ese trabajo va a producir un pequeño porcentaje que en miles o millones de copias es lo que da como resultado millones de dólares.

Este concepto de extraer poco de mucha cantidad, te permitirá apalacarte y poder vivir un alto grado de libertad, ya que tus ingresos no dependen de unidades de tiempo.



Gráfico tomado de interent.

---

## LA NUEVA PROFESION

Existe también otra forma de generar ingresos residuales, que son los profesionales de la industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

En esta nueva década, profesionales como: médicos, odontólogos, abogados, profesores universitarios, agentes de bolsa, gerentes, atletas profesionales, promotores inmobiliarios y dueños de pequeñas empresas, etc., hoy en día están ingresando a formar parte de esta nueva profesión; profesionales y no profesionales se están convirtiendo hoy en networkers exitosos.



Gráfico tomado de interent.

En estos últimos años, mucha gente ha tomado conciencia de que las tendencias de hoy, apuntan a generar ingresos residuales.

Los grandes empresarios de esta Era como: Robert Kiyosaki, Donald Trump, Paul Zen Philzer, recomiendan este tipo de negocios.



Una de las principales fortalezas de esta industria es la educación, muchas compañías de Marketing Multinivel ofrecen un sistema de capacitación principalmente dirigido al desarrollo personal, muchos sistemas educativos te pueden ir cambiando la mentalidad de empleado para llegar a tener una mentalidad de empresario, que es lo que en esta nueva era, combinado con ingresos residuales, podrá darte un mejor estilo de vida para ti y para tu familia.



"Las Redes de Mercado han alcanzado la mayoría de edad. Es innegable que es una manera de ser empresario y lograr independencia para millones de personas".

Dr. Stephen S. Covey  
Autor de "Los 7 hábitos de la gente efectiva" y "Los 7 principios para el éxito personal".



"La venta directa es uno de los modelos de negocios más antiguos y respetados en el mundo y ha sobrevivido a la prueba del tiempo".

Ronald Trump



"Con nuestros actuales desafíos económicos, estamos presenciando el crecimiento más rápido de redes de mercado que el mundo haya visto! Si tuviera que hacerlo todo nuevamente, comenzaría construyendo un negocio de redes de mercado... la nueva y revolucionaria forma de alcanzar el bienestar!"

Gráfico tomado de internet.



## ¿QUE SON LAS REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL?

Después de analizar detenidamente la profesión de Networkers, necesitamos entender qué realmente son las Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

Este modelo productivo es considerado como el método de distribución de productos y servicios, más poderoso y el modelo de empresa más atractivo de la nueva economía.

A través de esta industria es como grandes empresas, pueden distribuir productos y servicios directamente desde la fábrica al consumidor final, sin intermediarios, con la posibilidad de que los consumidores adquieran esos productos a un mejor precio y que si lo recomiendan a otras personas, pueden generar ingresos extras.



Gráfico tomado de internet.



---

Cuando se ingresa a una compañía de Redes de Mercado, se puede escoger quedarse como consumidor y recibir el beneficio del precio de los productos o servicios; se puede también convertir en un distribuidor o vendedor y generar ingresos por el diferencial del precio de afiliado vs. el precio de venta al público; o también se puede escoger convertirse en un Networker o desarrollador de redes profesional e invitar a otras personas a convertirse en consumidores, distribuidores o networkers.

Entonces se percibirá ingresos residuales por cada venta que generen los distribuidores o por cada consumo que hagan los consumidores o por cada persona que construya una red de distribución.

Puesto que las Redes de Mercado se basan en la recomendación boca a boca por parte de sus consumidores-distribuidores-networkers, la penetración en el mercado es muy superior, ya que el consumidor prefiere probar un producto recomendado por un conocido, antes que comprarlo como consecuencia de un anuncio publicitario.



Gráfico tomado de internet.

13



---

Este tipo de negocios se lo considera un boom y una revolución, simplemente porque por primera vez en la historia económica es posible que cualquier persona, con la profesión que tenga, pueda, a través de un sistema educativo, convertirse en uno de los Nuevos Profesionales mejores pagados en esta Nueva Era, y que, a través de este modelo productivo el mundo pueda distribuir mejor la riqueza, que antes estaba reservada para unos cuantos elegidos.

La comercialización por medio del multinivel es simplemente uno de los métodos de organizar y recompensar a los networkers.



Gráfico tomado de internet.

De esta forma los afiliados a estas compañías pueden obtener descuentos o comisiones por su volumen personal de ventas o también obtener ingresos residuales por las ventas o consumos de las personas que ellos patrocinan dentro de su organización, sea que las hayan traído personalmente, o las hayan traído las personas que están bajo su organización.

14



---

Por consiguiente, las Redes de Mercado ofrecen a los networkers la oportunidad de edificar su propio negocio independiente, vendiendo bienes o servicios como distribuidores o desarrollando y capacitando a una organización para que estos conocimientos se vayan duplicando, lo que trae consigo como resultado ingresos residuales con un potencial de crecimiento exponencial.

Lo mejor de todo es que ser un Networker Profesional tiene el propósito de cambiar y mejorar nuestra forma de vivir y de trabajar para los años venideros.

La única forma en que funciona un negocio de Redes de Mercado, es ayudar a alguien más a tener resultados y libertad financiera mientras tú logras tu propia libertad.



Gráfico tomado de internet.

---

15



---

## VENTAJAS DEL SISTEMA DE REDES DE MERCADO

Una oportunidad de Redes de Mercado hace posible restaurar la habilidad natural para obtener lo que uno quiere en la vida, puede volver a darte la capacidad innata de soñar y de lograr todos y cada uno de los objetivos que te propongas.



Gráfico tomado de internet.

En Redes de Mercado se aprende a trabajar por una riqueza integral.

En estos momentos de la historia mundial, terminada ya por completo la Era Industrial, donde los negocios tradicionales ofrecen tan poca seguridad, la distribución en Redes de Mercado es la última fortaleza de la libre empresa, donde gente común como tú y como yo podemos invertir pequeñas sumas de dinero

---

16



---

y mediante la tenacidad, la fe y la determinación, podremos alcanzar recompensas financieras y liberarnos de la esclavitud a la que se nos ha sometido con el dinero.



Gráfico tomado de internet.

---

17



---

## EL GRAN MIEDO AL CAMBIO

El gran monstruo mental que va a atormentar a mucha gente en sus inicios en esta industria: es el Miedo, miedo a lo desconocido, miedo al futuro, miedo a relacionarse y a hablar con la gente.



Gráfico tomado de internet.

La palabra CAMBIO muchas veces es tan fuerte que produce reacciones emocionales. Para algunos representa una amenaza, lo que provoca una resistencia interna, ya sea por costumbre o por querer mantenernos en nuestra zona de confort.

Hay que tomar muy en cuenta que la diferencia entre lo que eres hoy y lo que quieres llegar a ser depende directamente de un cambio que producirá un resultado contundente de carácter y por ende te convertirás en el responsable de tus resultados.

---

18



---

El no tener dinero, el no poder dejar un trabajo porque tiene que mantener a los hijos, pensar que no es muy relacionado o no creerse lo suficientemente inteligente para esto, o tal vez, el hecho de que no tiene tiempo, son excusas más comunes que presentan aquellas personas que quieren convertirse en empresarios, pero que no quieren dar ese primer paso.



Gráfico tomado de internet.

En el sistema de Redes de Mercado existe la posibilidad de crear una estructura de negocio en nuestro tiempo libre y las excusas deben ser superadas si queremos mayores beneficios y mejores resultados.

La mejor opción sería empezar a construir una estructura de ingresos residuales dentro de la industria de Redes de Mercado, y cuando tus ingresos residuales igualen o superen a tus ingresos

---

lineales, es momento de tomar una decisión y optar por un cambio radical para dedicarnos 100% a nuestro negocio de Redes de Mercado; porque habrás capturado la visión de cómo funciona este tipo de negocios, habrás cambiado tu filosofía de seguridad por libertad, te habrás liberado del concepto de vivir esclavo del dinero.

Toma muy en cuenta que todo este proceso de metamorfosis y cambios en tu vida van a traer consigo procesos de aprendizaje continuo, y además estos cambios van a ser el producto de tus sueños y aspiraciones que vienen de tu SER interior.

Si tú estás listo para dar este primer paso para un cambio total de vida, comunícate hoy mismo con la persona que te compartió este material.



Gráfico tomado de internet.

Un tiraje de 1000 ejemplares de este material será realizado por la empresa Global Coaching Team para la venta a los distribuidores de la Empresa Total Life Changes como material de trabajo, directamente o a través de la compañía.

Este material por la razón de ser genérico y no específico para una compañía, se lo podría vender también para otros distribuidores de nuevas compañías que están llegando al Ecuador como son: StemTech de los Estados Unidos, World GMN de Italia, Global Max Club de Puerto Rico por el momento, ya que se ha detectado dentro de estas empresas la falta de este material dentro de sus sistemas de trabajo.

Como este material es de trabajo de campo para los distribuidores de las compañías mencionadas, se requiere por lo menos 3 a 5 ejemplares de éste, por cada distribuidor, lo que quiere decir que de 200 a 300 distribuidores de 4 compañías requerirían este material, conociendo el uso correcto de éste.

El contenido de este material tiene su respaldo multimedia en audio y video. Y se lo utilizará como material de contacto para personas de la lista de los distribuidores o para contactos en frío entregándolo en las casas con una estrategia de viralización que se la puede utilizar por equipos de trabajo.

Este material va dirigido a posicionar correctamente a la industria de Redes de Mercado con el fin de que cualquier empresa de Multinivel se pueda beneficiar de esto si tiene un correcto KnowHow para dar a conocer sus productos y su sistema de compensación para desarrollar el negocio como tal.

Conjuntamente: el material audiovisual, la publicidad en medios de comunicación y la conferencia de Redes de Mercado van dirigidos a crear una imagen positiva de la Industria Multinivel dentro de la ciudad de Ibarra y la provincia de Imbabura, con la posibilidad de expandirlo al resto de

ciudades del Ecuador, manejando el mismo concepto y las mismas estrategias y tácticas.

### **6.6.2 Material Audiovisual**

#### **IDEA**

Entender correctamente el cómo funciona el sistema de redes de mercado permitirá que las personas que se identifican con este tipo de trabajo o negocio lo desarrollen de manera efectiva, entendiendo primeramente la realidad actual con respecto a los empleos y el seguro social, así como también el diferenciar correctamente a los ingresos lineales de los ingresos residuales permitirá entender el potencial de estos ingresos para lograr libertad financiera. Finalmente, conociendo estas bases se podrá desarrollar efectivamente este concepto siempre y cuando los apoye un equipo, un sistema (knowhow) y una empresa con productos y un plan de pagos equitativo.

#### **SINOPSIS**

Hoy en día se habla de crisis económica debido al sistema de generar ingresos, un sistema limitado que se lo implantó dentro de la era industrial, un sistema que maneja el concepto de cambiar tiempo por dinero, un sistema limitado que no permite crecimiento ilimitado; muy distinto al sistema de ingresos residuales, donde no se genera ingreso por el tiempo sino por el tipo de trabajo, donde cantantes, escritores, inventores y ahora networkers profesionales pueden obtener libertad financiera a través del concepto de redes de mercado, que es un sistema de distribución de productos directamente de la compañía al consumidor final, brindándole la posibilidad a

los clientes que a través de este sistema obtengan beneficios en el precio de los productos, así como también puedan generar ingresos ilimitados si comparten el concepto con otras personas que compren sus productos en dicha empresa o que también refieran a otras personas dichos productos o servicios. El ingresar a Redes de Mercado o Marketing Multinivel, requiere un cambio completo en la forma de pensar de las personas, requiere salir de la zona de confort e ingresar en una zona de aprendizaje donde cada persona pueda potencializar sus habilidades y trabajar mucho en sus debilidades.

## **GUIÓN LITERARIO**

### **ESCENA 1.- ESCENA DEL PLANETA TIERRA**

Aparece destello de luz y la canción alas de mariposa de Alan Berenguer con un zoom in rápido se acerca el planeta tierra hasta permanecer centrado y conforme sigue la locución se hace un zoom out lentamente.

#### **LOCUTOR 1**

En esta Nueva Era, nuestro mundo, como ahora lo conocemos, enfrenta serios problemas.

### **ESCENA 2.- ESCENA DE LA BOLSA DE DINERO**

En transición una bolsa de dinero en la que dos manos se disputan su propiedad. La escena aparece como zoom in seguidamente con un zoom out lento.

#### **LOCUTOR 2**

Y la mayoría son problemas financieros o están relacionados con el dinero.



### **ESCENA 3.- ESCENA DE LA CRISIS ECONÓMICA**

Aparece una imagen en zoom in donde se puede ver caricaturas de algunas personas con unas pancartas de: Huelga General, Empleo Digno, Por el Empleo, etc. Y cuando continúa la locución un sello redondo de madera que dice crisis aparece y desenfoca todo el fondo, quedando resaltado un círculo con la palabra crisis, que hace un zoom out lento.

LOCUTOR 1

En la actualidad se habla de crisis económica, por el sistema en que vivimos inmersos.

### **ESCENA 4.- ESCENA DEL PERIFONEO**

Con un efecto de barrido desde la esquina superior izquierda aparece la imagen de una mujer que habla a través de un megáfono hacia los oídos de un hombre de espaldas con sus manos tapando sus orejas.

LOCUTOR 1

Estos son algunos de los paradigmas que hoy en día han cambiado totalmente nuestra forma de ver la vida.

### **ESCENA 5.- ESCENA DE LA CABEZA LLENA DE COSAS**

A través de un efecto de flash aparece una cabeza llena de objetos en vez de cabellos y luego hay un zoom out enfocando detalladamente los aspectos que se encuentran en esa cabeza.

LOCUTOR 2

Y más que eso, nuestra forma de vivir la vida.

### **ESCENA 6.- ESCENA DE LA POBREZA**

Con un barrido lateral y cambiando de canción a “Dream Big” de Akashic Records aparece una imagen de un hombre cargando el mundo y con la frase “pobreza” rodeando la parte superior del mundo, y muchas personas asombradas de la fortaleza de dicho hombre, la escena desaparece con un zoom in lento.

LOCUTOR 1

Toda esta crisis económica a nivel mundial es la consecuencia de un sistema de generar ingresos.

### **ESCENA 7.- ESCENA DEL 95% DE LA POBLACIÓN**

Con un zoom in aparece “95%”, luego con un flash “de la”, “población”, “mundial”, en secuencia la una tras la otra con efecto de flash cada una.

LOCUTOR 1

El 95% de la población mundial genera un tipo de ingreso que se llama.

### **ESCENA 8.- ESCENA DEL INGRESO LINEAL**

Con un barrido lateral de derecha a izquierda aparece una diapositiva verde que dice “ingreso lineal” y termina con un zoom out de dicha diapositiva.

LOCUTOR 2

Ingreso Lineal.

### **ESCENA 9.- ESCENA DE TIPOS DE EMPLEOS**

Después aparece una diapositiva donde 4 fotografías de: un agricultor, una maestra con sus alumnos, unos ingenieros de construcción y unos comerciantes ambulantes, con zoom in con una pequeña angulación y al final unas terminan las 4 fotografías sobre fondo verde.

LOCUTOR 1

Este tipo de ingresos proviene directamente del 100% de sus esfuerzos, es decir que tú cambias.

### **ESCENA 10.- ESCENA DINERO CON UN RELOJ**

Aparece con zoom in rápido una imagen de billetes de \$100 dólares unos sobre otros y encima un reloj en la parte central derecha.

LOCUTOR 2

Tu tiempo por dinero.

### **ESCENA 11.- ESCENA ESTO NO ESTA MAL**

Para llamar la atención aparece una diapositiva amarilla que dice “no está mal”, que va desvaneciendo las letras y luego aparecen una pareja de adultos con una niña y una pareja de viejos con dos ancianas más, que luego hacen un zoom out todas las imágenes y al final un flash en la diapositiva amarilla.

LOCUTOR 1

Para mucha gente esto no está mal, ya que por costumbre y por tradición nuestros padres y nuestros abuelos nos han aconsejado inconscientemente a generar este tipo de ingresos.

### **ESCENA 12.- ESCENA DEL SISTEMA ECONÓMICO**

Vuelve a aparecer otra vez la diapositiva amarilla con una caricatura de un hombre cargando al mundo que esta con bolsas de monedas en la parte superior y a la derecha las palabras “sistema económico” en color rojo.

LOCUTOR 1

Debido a que el sistema económico daba esta única opción para poder solucionar nuestros problemas financieros.

### **ESCENA 13.- ESCENA DE LOS SIGNOS DE INTERROGACIÓN**

Llega al clímax de la canción “Big Dreams” de Akashic Records, y aparece con un efecto de flash en amarillo una diapositiva negra con dos fichas cuadradas que contienen signos de interrogación que lentamente hacen un zoom out hacia la izquierda.

LOCUTOR 1

Pero en la actualidad este tipo de ingresos tiene un pequeño gran inconveniente, y es que...

#### **ESCENA 14.- ESCENA DINERO CON UN RELOJ**

Aparece nuevamente con efecto de desvanecimiento la imagen de algunos billetes de \$100 dólares unos sobre otros y encima un reloj en la parte central derecha que hacen un zoom out lentamente.

LOCUTOR 1

Si ya no puedes cambiar tu tiempo por dinero, entonces dejas de percibir ingresos; veamos lo que sucede:

#### **ESCENA 15.- ESCENA DEL ENFERMO**

Cambia de canción a “Joyful and Carefree Tune” de Akashic Records y aparece con fondo verde un enfermo en la parte izquierda y un billete de un dólar que se rompe en la parte superior derecha.

LOCUTOR 2

Si te enfermas y no puedes salir a trabajar; no recibes ingresos.

#### **ESCENA 16.- ESCENA DEL DESPEDIDO**

En el mismo fondo verde aparece un joven con la boca abierta y una carta de despido en frente de él y un billete de un dólar en la parte superior derecha que se rompe

LOCUTOR 1

Si te despiden de un empleo tradicional, como ahora sucede en la mayoría de países; tu ingreso también se detiene.

### **ESCENA 17.- ESCENA DEL VENDEDOR**

Nuevamente en el mismo fondo aparece un joven con las manos en los bolsillos y estos están vacíos en la parte izquierda haciendo un zoom in hacia los bolsillos, y en la superior derecha otro billete de un dólar que se rompe.

LOCUTOR 2

Si trabajas en ventas y por algún motivo este mes no pudiste vender nada; entonces no tienes ingresos.

### **ESCENA 18.- ESCENA DEL DUEÑO DE NEGOCIO**

En el mismo fondo verde aparece en la parte izquierda un hombre enojado con un pequeño kiosco que hace zoom out y el mismo billete de un dólar que se rompe en la parte superior derecha.

LOCUTOR 1

Si tienes un pequeño negocio y el negocio depende de ti o no funciona igual cuando tú no estás; tu ingreso se detiene o baja sustancialmente.

### **ESCENA 19.- ESCENA DE LOS PROFESIONALES**

Aparecen 4 jóvenes: un médico, un enfermero, un trabajador de oficina y una graduada en la parte izquierda que hace un zoom out y un paneo para generar un gran plano de cada personaje, luego hace un zoom in y en la derecha superior el billete de un dólar que se rompe.

## LOCUTOR 2

Si eres un trabajador o profesional independiente, como un doctor, abogado, arquitecto y decides irte de vacaciones y no puedes atender a tus clientes; entonces tu ingreso también se detiene.

### **ESCENA 20.- ESCENA DE LA JUBILACIÓN**

Cambia radicalmente de canción a “Point of no return” de Roger Subirana Mata y con un flash bajo cambiando del fondo verde al ocre aparece con un flash la palabra jubilación y luego con otro flash una pareja de ancianos de espaldas sentados en una banca pública frente al mar, terminando con un zoom out lento.

## LOCUTOR 1

Para los empleados, la meta es acceder a la famosa “jubilación”, son los años de descanso y disfrute después de largos años de trabajo.

## LOCUTOR 2

Suena emocionante.

## LOCUTOR 1

Un estudio que se hizo en los EEUU arrojó los siguientes resultados:

### **ESCENA 21.- ESCENA DE LOS 65 AÑOS**

Aparece con un flash suave una diapositiva verde que dice a los 65 años de edad.

LOCUTOR 1

A los 65 años, cuando la gente accede a una jubilación, después de 30 o 40 años de trabajo:

**ESCENA 22.- ESCENA DEL 1%**

Una diapositiva naranja que dice 1% y con un anciano adinerado aparece y luego se desvanece para dejar solamente “el 1% es rico”

LOCUTOR 2

El 1% termina muy rico

**ESCENA 22.- ESCENA DEL 4%**

Cambia de color de fondo a verde aparece un 4% y un adulto saludable en la parte derecha.

LOCUTOR 2

El 4% terminan acomodados

**ESCENA 23.- ESCENA DEL 5%**

Sube la tonalidad de verde y aparece en la parte izquierda un anciano peleado con la tecnología y la frase del 5% aún tiene que trabajar

LOCUTOR 2

El 5% aún tienen que trabajar



### **ESCENA 24.- ESCENA DEL 54%**

Cambia el fondo a un color azul y aparece un anciano pobre con la mirada perdida y la frase el 54% viven de apoyo de su familia y del gobierno.

LOCUTOR 2

El 54% viven con apoyo de su familia o del gobierno

### **ESCENA 25.- ESCENA DEL 36%**

Finalmente con esta serie de diapositivas cierra la de color violeta del 36% con una tumba.

LOCUTOR 2

El 36% ya están muertos

### **ESCENA 26.- ESCENA DEL ESPIRITU EMPRESARIAL**

Cambia de música a “Eye Theme” de GregorieLourme, un flash fuerte hace que aparezca una imagen blanco y negro de una cabeza sin cabello con una mano en la parte superior sosteniendo un foco haciendo un zoom out al foco. Y con un flash fuerte aparecen 4 fotografías: la de dos floristas, de una dueña de tienda de ropa y la dueña de un bar-cafetería.

LOCUTOR 1

En estos últimos años, el espíritu empresarial y las nuevas tendencias económicas, han ocasionado que en la actualidad muchas personas hayan iniciado su propia empresa.

## **ESCENA 27.- ESCENA DE LA PREGUNTA**

Con el mismo fondo anterior de las 4 fotografías sobre fondo blanco aparece con un efecto de aparecimiento un signo de interrogación color rojo y finalmente la palabra “no” en color blanco con un efecto de barrido de reloj.

LOCUTOR 2

La pregunta es: ¿Será ésta la solución a tus problemas financieros?... Probablemente no.

## **ESCENA 28.- ESCENA DEL FRACASO**

Hay un cambio en la misma música y aparece una diapositiva azul que dice “80% fracasan” y estas letras hacen un zoom out, un pequeño flash hace aparecer un bolsillo vacío sin dinero y las letras “primeros 5 años” con un flash aparece “2 o 3 primeros años” y finalmente con otro flash “10 años” con un cambio en fondo a color amarillo.

LOCUTOR 1

Alrededor de un 80% de negocios fracasan en sus primeros 5 años, la mayoría lo hacen a los 2 o 3 primeros años, y un 10% más fracasan a los 10 años.

## **ESCENA 29.- ESCENA DEL PROFESIONAL**

Se mantiene el color de la diapositiva en amarillo y cambia la música a: “Rescue” de GregorieLourme y aparece con un zoom out rápido un joven vestido formalmente que se indica con sus manos a sí mismo, y para reforzar aparecen fotografías rápidas de escuela, colegio y universidad

LOCUTOR 1

Si tú eres profesional o no, realmente no interesa, porque en la educación formal no se nos enseña los conocimientos necesarios para tener éxito en nuestro propio negocio.

### **ESCENA 30.- ESCENA DE LOS EMPRESARIOS**

En un fondo amarillo aparece un empresario joven escalando por unas gradas hechas de dinero y fichas de blackjack, desde la parte izquierda con barrido aparece un empresario en foto pequeña y desde la parte inferior derecha un grupo de empleados que se unen en el centro

LOCUTOR 1

Ya que las habilidades que se necesita para ser empresario no son las mismas que para los empleados.

### **ESCENA 31.- ESCENA DE LOS DIFERENTES DUEÑOS DE NEGOCIOS**

Con un efecto de flash aparece un tipo de empresarios que son los dueños de restaurante, un chef y luego un dueño de restaurante vestido en forma de chef, que van desapareciendo con un zoom out rápido.

LOCUTOR 1

Muchos empresarios empiezan trabajando duro,

LOCUTOR 2

Creando un empleo del que ahora son los dueños,

### **ESCENA 32.- ESCENA DEL HOMBRE CABEZA DE RELOJ**

Con un flash suave aparece la imagen de un hombre con cabeza de reloj que hace zoom in al reloj y luego con otro flash suave aparece una mano con monedas en fondo blanco, finalmente con un zoom in aparece un hombre cargado muchos papeles que hace un zoom out hacia la parte superior izquierda y un joven con la mano en la cabeza como preocupado con zoom in en la parte inferior derecha.

LOCUTOR 1

Y así empiezan a trabajar más horas que los mismos empleados por un pago menor,

LOCUTOR 2

Lo que trae consigo la renuncia por cansancio y desesperación.

### **ESCENA 33.- ESCENA DE LA ESCALERA**

Con un flash fuerte aparece un hombre dibujando líneas de crecimiento en una escalera, repentinamente aparece un fajo de billetes en la parte media izquierda que se desvanece y aparece en vez de esta una fila de logotipos de empresas de franquicias. Cambia el fondo y se hace amarillo, vuelve a aparecer los billetes y con un barrido lateral desde la derecha aparece el payaso de Mac Donalds que hace un zoom in y cuando se une con el dinero, el tamaño del dinero sube y el del payaso baja hasta que desaparece, aparece una caja registradora vacía por encima de los billetes y finalmente desaparecen los billetes y luego la registradora

## LOCUTOR 1

Hay otras personas más arriesgadas, que cuentan con el dinero suficiente para montar una franquicia que, para muchos, puede ser un negocio probado; pero la verdad es que es un negocio redondo para la persona que vende las franquicias porque este modelo de negocio se vuelve bastante difícil en sus inicios si no se cuenta con el capital suficiente para poder aguantar meses y a veces hasta años de no recibir un solo centavo de utilidad.

### **ESCENA 34.- ESCENA DE JOHN PAUL GETTI**

Cambia la canción a “Titan” de EpicSoul Factory, y el color de fondo a un celeste aparece en la portada de la revista Time con la fotografía de John Paul Getti, de la parte derecha aparece un 1% y un 100% desde la izquierda que se tacha con color rojo. Todas las imágenes hacen un zoom in rápido.

## LOCUTOR 1

John Paul Getti expresó: “prefiero tener un 1% de los esfuerzos de 100 personas que un 100% de mis propios esfuerzos”

### **ESCENA 35.- ESCENA DE LA PREGUNTA**

Con zoom out aparece una diapositiva con una silueta de persona y 3 signos de interrogación que hacen un zoom in.

## LOCUTOR 1

Te preguntarás entonces ¿Dónde obtengo los beneficios del esfuerzo de 100 personas?

### **ESCENA 36.- ESCENA DE LOS INGRESOS RESIDUALES**

Con barrido lateral desde la parte izquierda aparece una diapositiva celeste que dice “ingresos residuales”, y luego desde el centro aparece otra imagen de un árbol de dinero que hace un zoom in lentamente.

LOCUTOR 2

A este tipo de ingreso se le conoce como Ingresos Residuales o ingresos pasivos,

LOCUTOR 1

Una vez que se haya trabajado un sistema adecuado en un inicio una sola vez. Este sistema o plataforma estará diseñado para operar indefinidamente o por largos periodos, sin tener que ser supervisado directamente por el que lo inició. Es decir son pequeños residuos que se generan aunque no se esté presente.

### **ESCENA 37.- ESCENA DE LOS CANTANTES**

Cambia de música a “Back in the day” de Paul Klanson, y aparece un Cd de Michael Jackson en la izquierda y de Elvis Presley en la derecha, y con un barrido lateral aparece la imagen de un estudio de grabación, un disco flotante de Michael Jackson, una imagen de una mano escribiendo con una pluma y un invento similar a una bicicleta, cada uno de estos va desapareciendo y al final se hace un barrido desde la parte superior con un montón de billetes de 100 dólares.

LOCUTOR 2

Los cantantes, por ejemplo,

## LOCUTOR 1

Graban un CD una sola vez y reciben pequeños porcentajes de regalías o de ingresos residuales por la venta de cada CD, por derecho de autor, al igual que los escritores y los inventores. Cada vez que se utilice o se compre ese trabajo va a producir un pequeño porcentaje que en miles o millones de copias es lo que da como resultado

## LOCUTOR 2

Millones de dólares.

### **ESCENA 38.- ESCENA DEL 5%**

Con un plano cartesiano con monedas en fondo blanco, y luego una caricatura de una balanza hace énfasis al cambio de la misma música y finalmente aparece un empresario con capa de súper héroe desde la parte derecha en forma de barrido. Y finalmente una imagen de una alcancía, dinero y un reloj cambiando el efecto de locutor 1 a locutor 2 para realzar esta parte del video.

## LOCUTOR 1

Este concepto de extraer poco de mucha cantidad, te permitirá apalancarte y poder vivir un alto grado de libertad,

## LOCUTOR 2

Ya que tus ingresos no dependen de unidades de tiempo.

### **ESCENA 39.- ESCENA DEL MLM**

Cambia de canción a “BeyondtheMagic” de AngelComposer y aparece con una persiana desde el centro un multitud de personas con la frase “Momentum MLM” que aparece el momento que se cambia de locutor 1 a locutor 2 y luego con un efecto de espiral aparece una fotografía de un grupo de personas en un escenario y uno de éstos hablando por el micrófono que hace un zoom in para realzar al expositor principal.

LOCUTOR 1

Existe también otra forma de generar ingresos residuales,

LOCUTOR 2

Que son los profesionales de la industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

### **ESCENA 40.- ESCENA DE LOS NUEVOS PROFESIONALES**

Haciendo un paneo y con un zoom in aparece una fotografía de una mano, y van apareciendo personajes encima de esa mano uno por uno hasta que al final con un flash fuerte se revela toda la imagen de las personas sobre la mano y con un fondo del planeta tierra. Y al final termina con un zoom in y un paneo de todas esas personas.

LOCUTOR 1

En esta nueva década, profesionales como: Abogados, médicos, odontólogos, profesores universitarios, agentes de bolsa, gerentes, atletas profesionales, promotores inmobiliarios y dueños de pequeñas empresas, etc., hoy en día están ingresando a formar parte de esta nueva profesión;



## LOCUTOR 2

Profesionales y no profesionales se están convirtiendo hoy en networkers exitosos.

### **ESCENA 41.- ESCENA DEL FUTURO**

Con un zoom out de la escena anterior aparece una imagen de una ciudad en la noche con un edificio gigantesco, se hace un zoom in a la ciudad y un paneo, y con un flash fuerte aparece un fajo de dinero que hace un flash para llamar la atención.

## LOCUTOR 1

En estos últimos años, mucha gente ha tomado conciencia de que las tendencias de hoy, apuntan a generar ingresos residuales.

### **ESCENA 42.- ESCENA DE LOS EMPRESARIOS DE ESTA ERA**

Con un efecto de desvanecimiento desaparecen los billetes que estaban en un fondo blanco y aparecen 3 imágenes cada vez que se pronuncia el nombre de cada personaje, los personajes son Robert Kiyosaki, Donald Trump y Paul Zen Philzer

## LOCUTOR 2

Los grandes empresarios de esta Era como: Robert Kiyosaki, Donald Trump, Paul Zen Philzer, recomiendan este tipo de negocios.

### **ESCENA 43.- ESCENA DE LA CAPACITACIÓN EN MULTINIVEL**

Las imágenes desaparecen con un zoom out rápido y la siguiente imagen de dos personas estrechando sus manos en toma superior aparece con un barrido desde arriba. Con un flash suave aparece la imagen de un evento de multinivel que se intercala con imágenes del escenario y de los asistentes al evento. Aparece una imagen de una capacitación privada y finalmente un grupo de personas levantando sus manos en señal de éxito que hace un zoom out rápido.

LOCUTOR 1

Una de las principales fortalezas de esta industria es la educación, muchas compañías de Marketing Multinivel ofrecen un sistema de capacitación principalmente dirigido al desarrollo personal,

### **ESCENA 44.- ESCENA DEL CAMBIO DE MENTALIDAD**

Con un flash suave aparece la imagen de una cabeza de un ser humano con énfasis en la parte frontal, que tiene una luz que hace un zoom in para darle realce al cambio de mentalidad. Aparece con un barrido una imagen pequeña de empleados desde la parte inferior derecha hasta el centro para luego desaparecer con un efecto de flash y luego desde la superior izquierda aparece un empresario que se ve exitoso que hace un zoom out. Esta imagen da paso a otra donde una familia de 4 personas están disfrutando de un buen estilo de vida en la playa.

LOCUTOR 1

Muchos sistemas educativos te pueden ir cambiando la mentalidad de empleado para llegar a tener una mentalidad de empresario, que es lo que

en esta nueva era, combinado con ingresos residuales, podrá darte un mejor estilo de vida para ti y para tu familia.

#### **ESCENA 45.- ESCENA DE QUE SON LAS REDES DE MERCADO**

Con un flash suave aparece las siluetas de personas con el detalle de dos personas dándose la mano, haciendo un zoom in hacia las dos siluetas principales, para luego dar paso a un fondo azul con la frase “redes de mercado” y el signo “?” en color rojo

#### **LOCUTOR 2**

Después de analizar detenidamente la profesión de Networkers, necesitamos entender qué realmente son las Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

#### **ESCENA 46.- ESCENA DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN**

Cambia totalmente de música a la canción de Akashic Records “HappySummerDays”. Con un flash suave, aparece la imagen en caricatura de la cadena de distribución de productos con planos detalles de cada punto dentro del sistema de distribución tradicional de productos. Luego en un fondo blanco en la parte superior izquierda aparece una fábrica, un camión y un cliente, desaparece el camión y una flecha une a la fábrica y al consumidor. Luego desciende una bolsa de dinero en la parte central que cuando se dice “mejor precio” en la locución el tamaño de la bolsa de dinero se reduce considerablemente.

LOCUTOR 1

Este modelo productivo es considerado como el método de distribución de productos y servicios, más poderoso y el modelo de empresa más atractivo de la nueva economía.

A través de esta industria es como grandes empresas, pueden distribuir productos y servicios directamente desde la fábrica al consumidor final, sin intermediarios, con la posibilidad de que los consumidores adquieran esos productos a un mejor precio

#### **ESCENA 46.- ESCENA DE LA RECOMENDACIÓN**

En un fondo azul aparece un círculo central con una caricatura y muchas circunferencias con caricaturas más pequeñas alrededor, las caricaturas pequeñas se van cubriendo con pequeñas bolsas de dinero, que luego se iluminan cuando cambia el locutor. La escena termina con un zoom out de toda la imagen.

LOCUTOR 1

Y que si lo recomiendan a otras personas.

LOCUTOR 2

Pueden generar ingresos extras.

#### **ESCENA 47.- ESCENA DE ESCOGER EN REDES DE MERCADO**

Con un barrido de arriba abajo, la caricatura central se mueve hacia la izquierda y van apareciendo las frases: “consumidor” “distribuidor”

“NETWORKER” conforme se detalla en la locución terminando con un flash para dar más énfasis a esta escena.

#### LOCUTOR 1

Cuando se ingresa a una compañía de Redes de Mercado, se puede escoger quedarse como consumidor y recibir el beneficio del precio de los productos o servicios; se puede también convertir en un distribuidor o vendedor y generar ingresos por el diferencial del precio de afiliado vs. el precio de venta al público.

#### LOCUTOR 2

O también se puede escoger convertirse en un Networker o desarrollador de redes profesional

### **ESCENA 48.- ESCENA DE INVITAR A REDES DE MERCADO**

Con un flash suave aparece la imagen de los círculos de la escena 46 que hace un zoom in con un paneo de izquierda a derecha con primeros planos a cada una de las caricaturas de las circunferencias, terminando con un flash suave que deja mostrar las bolsas de dinero en vez de cada circunferencia.

#### LOCUTOR 1

E invitar a otras personas a convertirse en consumidores, distribuidores o networkers.

#### LOCUTOR 2

Entonces se percibirá ingresos residuales por cada venta que generen los distribuidores o por cada consumo que hagan los consumidores o por cada persona que construya una red de distribución.

### **ESCENA 49.- ESCENA DEL CONCEPTO DE REDES DE MERCADO**

Con un flash suave aparece las siluetas de personas negocios haciendo un zoom in dirigido a una persona que explica en una carpeta de negocio a otra persona.

LOCUTOR 1

Puesto que las Redes de Mercado se basan en la recomendación boca a boca por parte de sus consumidores-distribuidores-networkers.

### **ESCENA 50.- ESCENA DE PENETRACIÓN DE MERCADO**

En un fondo blanco el planeta llega en un zoom out, y con un barrido desde la parte izquierda aparecen unas siluetas de personas sobre unas flechas que cuando cambia la locución desaparecen con un barrido hacia la parte inferior. Con un flash fuerte aparece el planeta rodeado de anuncios publicitarios haciendo un zoom in hacia la imagen del planeta.

LOCUTOR 1

La penetración en el mercado es muy superior.

LOCUTOR 2

Ya que el consumidor prefiere probar un producto recomendado por un conocido, antes que comprarlo como consecuencia de un anuncio publicitario.

### **ESCENA 51.- ESCENA DEL BOOM**

Con un flash suave la palabra boom, con un zoom out aparece la imagen de una reunión de multinivel que hace un zoom in hacia la parte izquierda y un paneo desde ese punto a la parte derecha. Luego con un barrido aparece una imagen de una persona tomando nota en una reunión y finalmente un grupo de personas con sus manos levantadas simulando triunfo y éxito.

LOCUTOR 1

Este tipo de negocios se lo considera un boom y una revolución, simplemente porque por primera vez en la historia económica

LOCUTOR 2

Es posible que cualquier persona, con la profesión que tenga, pueda, a través de un sistema educativo, convertirse en uno de los Nuevos Profesionales mejores pagados en esta Nueva Era.

### **ESCENA 52.- ESCENA DE LA DISTRIBUCIÓN ECONÓMICA**

Mantiene la misma imagen de la escena anterior y cuando en la locución se pronuncia “mundo” aparece con un flash suave un planeta tierra con un dedo señalándolo que hace un zoom in hacia el planeta para luego cambiarlo por el planeta sobre reposando sobre algunas manos

LOCUTOR 1

Y que, a través de este modelo productivo el mundo pueda distribuir mejor la riqueza, que antes estaba reservada para unos cuantos elegidos.

## **ESCENA 52.- ESCENA DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MULTINIVEL**

Con un flash suave aparece las siluetas de personas en fondo blanco formando una red de mercado en posición de perspectiva, se hace un zoom in y un paneo rápido de derecha a izquierda. Con un flash fuerte vuelve a aparecer la imagen de las circunferencias con las bolsas de dinero formando una cadena, se hace un zoom in rápido y luego un zoom out, desaparecen las bolsas de dinero y quedan solamente las caricaturas. Se hace un zoom in y un plano detalle de cada una de las caricaturas

### LOCUTOR 1

La comercialización por medio del multinivel es simplemente uno de los métodos de organizar y recompensar a los networkers.

De esta forma los afiliados a estas compañías pueden obtener descuentos o comisiones por su volumen personal de ventas o también obtener ingresos residuales por las ventas o consumos de las personas que ellos patrocinan dentro de su organización.

### LOCUTOR 2

Sea que las hayan traído personalmente, o las hayan traído las personas que están bajo su organización.

## **ESCENA 53.- ESCENA DE LA OPORTUNIDAD**

Con un flash suave aparece un grupo de personas formando una red, a las que se hace un zoom in y un pequeño paneo, aparece un par de manos estrechándose, con un flash fuerte aparece una persona con los brazos abiertos demostrando felicidad, y con un flash cambia el fondo de la persona y queda en la playa, cambia la imagen por una de una reunión multinivel a la que se hace un zoom in a la derecha y un paneo hacia la izquierda,



finalmente termina con un zoom in hacia el expositor de la reunión mlm. Finalmente desde el centro de la imagen aparece el árbol de dinero con fondo celeste.

LOCUTOR 1

Por consiguiente, las Redes de Mercado ofrecen a los networkers la oportunidad de edificar su propio negocio independiente, vendiendo bienes o servicios como distribuidores o desarrollando y capacitando a una organización para que estos conocimientos se vayan duplicando, lo que trae consigo como resultado ingresos residuales con un potencial de crecimiento exponencial.

#### **ESCENA 54.- ESCENA DEL ESTILO DE VIDA MULTINIVEL**

Con una transición suave aparece del árbol una imagen de una persona con estilo en un auto, con un barrido desde la derecha aparece un grupo de personas disfrutando de una conferencia de multinivel con un zoom in y un barrido desde la derecha aparece una playa del Caribe a la que se hace una zoom in

LOCUTOR 1

Lo mejor de todo es que ser un Networker Profesional

LOCUTOR 2

Tiene el propósito de cambiar y mejorar nuestra forma de vivir y de trabajar para los años venideros.

### **ESCENA 55.- ESCENA DE LA FILISOFÍA DEL MULTINIVEL**

Hay un cambio de canción a “HopefulExpectations” de Akashik Records y con un efecto zoom in aparece la fotografía de dos personas sentadas conversando, luego en transición dos personas paradas conversando en señal de ayuda, finalmente un grupo de empresarios con traje formal en señal de libertad.

LOCUTOR 1

La única forma en que funciona un negocio de Redes de Mercado.

LOCUTOR 2

Es ayudar a alguien más a tener resultados y libertad financiera mientras tú logras tu propia libertad.

### **ESCENA 56.- ESCENA DE LOS SUEÑOS MULTINIVEL**

Con un flash suave aparece la imagen de una persona disfrutando de la lectura recostada en una hamaca, a la que se hace un zoom in directamente al libro, y con un flash suave aparece una imagen de fantasía con un cielo y estrellas que salen de una silueta de una persona. Hay un cambio en la locución y aparecen 3 imágenes seguidas de personas que disfrutan con los brazos abiertos de su libertad y de haber cumplido sus sueños

LOCUTOR 1

Una oportunidad de Redes de Mercado hace posible restaurar la habilidad natural para obtener lo que uno quiere en la vida.

## LOCUTOR 2

Puede volver a darte la capacidad innata de soñar y de lograr todos y cada uno de los objetivos que te propongas.

### **ESCENA 57.- ESCENA DE LA CAPACIDAD DE SOÑAR**

Después de pronunciar la frase redes de mercado hay un cambio de la canción de fondo a “MakeitPossible” de Akashik Records, aparece también una imagen de una silueta de una familia alrededor de la cual hay una casa, un avión, dinero significando las metas y sueños de las familias. A la cual se hace un zoom in y un paneo de izquierda a derecha

## LOCUTOR 2

En Redes de Mercado se aprende a trabajar por una riqueza integral.

### **ESCENA 58.- ESCENA DE LA TERMINACIÓN DE LA ERA INDUSTRIAL**

En transición de desvanecimiento aparece un mapa del mundo con un ojo central en el diseño, que se mezcla con la imagen de un personaje que representa la era industrial y luego con un barrido en forma de persiana desde la parte superior aparece una persona con las manos en la cabeza significando preocupación. Finalmente con un barrido desde la derecha aparece la imagen de un ejecutivo llegando a la meta en una carrera.

## LOCUTOR 1

En estos momentos de la historia mundial, terminada ya por completo la Era Industrial, donde los negocios tradicionales ofrecen tan poca seguridad, la distribución en Redes de Mercado es la última fortaleza de la libre empresa.

### **ESCENA 59.- ESCENA QUE SEÑALA AL ESPECTADOR**

Del grupo de personas ejecutivas llegando a la meta cambia a un fondo blanco con la imagen de una mano señalando al espectador y encima de esta imagen un personaje señalando en la misma dirección. Desaparece la mano del fondo y el personaje se mueve hacia la izquierda, con un flash suave aparece una mano con una pequeña cantidad de dinero en la derecha. Finalmente con un flash suave aparece 2 imágenes, la primera una silueta de personas saltando en señal de libertad, y luego un par de manos con unas esposas levantadas al cielo pidiendo libertad.

LOCUTOR 1

Donde gente común como tú y como yo podemos invertir pequeñas sumas de dinero y mediante la tenacidad, la fe y la determinación, podremos alcanzar recompensas financieras y liberarnos de la esclavitud a la que se nos ha sometido con el dinero.

### **ESCENA 60.- ESCENA DEL MIEDO**

Con el cambio fondo musical a “SummerSun” de Martin Oakson, con un zoom in una imagen de unas manos cubriendo un rostro, solamente mostrando un ojo, que se fusiona con la imagen de una chica con miedo cubriéndose la cabeza haciendo un zoom in.

LOCUTOR 1

El gran monstruo mental que va a atormentar a mucha gente en sus inicios en esta industria: es el Miedo.

## LOCUTOR 2

El miedo a lo desconocido, miedo al futuro, miedo a relacionarse y a hablar con la gente.

### **ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO**

Con una transición en zoom in aparece un letrero de cambio y 5 caritas con distintas reacciones emocionales en la parte izquierda. Luego aparece la imagen de un niño con las manos en la cabeza y tapado la boca en señal de que se siente amenazado a la que se hace un zoom in hacia la cara del personaje. Finalmente una imagen de Coaching donde se señala la parte de la zona de confort en la parte derecha resaltándola con un zoom in hacia esa parte.

## LOCUTOR 1

La palabra CAMBIO muchas veces es tan fuerte que produce reacciones emocionales. Para algunos representa una amenaza, lo que provoca una resistencia interna, ya sea por costumbre o por querer mantenernos en nuestra zona de confort.

### **ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO A DARSE**

Llega al clímax de la canción y cuando se pronuncia la palabra “lo que eres” hay un cambio de imagen, a una persona sentada sola en un atardecer en la playa a la que se hace un zoom in en acercamiento a un primer plano, luego cambia a una imagen con un flash suave a una chica en una campo con los brazos, luego vuelve al rótulo de cambio que se fusiona con una mano dibujada una sonrisa.

## LOCUTOR 1

Hay que tomar muy en cuenta que la diferencia entre lo que eres hoy y lo que quieres llegar a ser depende directamente de un cambio que producirá un resultado contundente de carácter y por ende te convertirás en el responsable de tus resultados.

### **ESCENA 62.- ESCENA DE LAS EXCUSAS**

Cambia finalmente a la última canción, “Creo en Ti” de EpicSoul Factory, aparece un fondo verde claro en el cual aparecen imágenes reforzando textos como: sin dinero, seguir trabajando, poco relacionado, no soy para esto, no tengo tiempo.

## LOCUTOR 1

El no tener dinero, el no poder dejar un trabajo porque tiene que mantener a los hijos, pensar que no es muy relacionado o no creerse lo suficientemente inteligente para esto, o tal vez, el hecho de que no tiene tiempo, son excusas más comunes que presentan aquellas personas que quieren convertirse en empresarios, pero que no quieren dar ese primer paso.

### **ESCENA 63.- ESCENA DEL TIEMPO LIBRE**

Con un barrido desde la derecha aparece una imagen de unas personas conversando paradas sobre multinivel en el tiempo libre, reforzado con la palabra Part Time y un reloj que se mueve desde la derecha a la izquierda hasta desaparecer y luego aparece una fila de dinero.

## LOCUTOR 2

En el sistema de Redes de Mercado existe la posibilidad de crear una estructura de negocio en nuestro tiempo libre y las excusas deben ser superadas si queremos mayores beneficios y mejores resultados.

### **ESCENA 64.- ESCENA DEL DINERO**

Manteniendo el mismo movimiento del dinero se cambia el fondo a una persona con los brazos abiertos significando libertad financiera, llegando a primer plano la cantidad de dinero. Con un flash fuerte aparece la imagen de una red de mercado cuando la locución dice “es momento de tomar una decisión”

## LOCUTOR 1

La mejor opción sería empezar a construir una estructura de ingresos residuales dentro de la industria de Redes de Mercado.

## LOCUTOR 2

Y cuando tus ingresos residuales igualen o superen a tus ingresos lineales, es momento de tomar una decisión y optar por un cambio radical para dedicarnos 100% a nuestro negocio de Redes de Mercado

### **ESCENA 65.- ESCENA DE LA VISIÓN**

Con una transición de barrido desde la derecha aparece la imagen de un personaje con un telescopio que hace un zoom in. Con un barrido desde la derecha aparece la imagen de una calculadora, monedas. Finalmente aparece con un flash la imagen de las manos con esposas levantadas arriba cambiando la locución para reforzar el mensaje

LOCUTOR 1

Porque habrás capturado la visión de cómo funciona este tipo de negocios, habrás cambiado tu filosofía de seguridad por libertad.

LOCUTOR 2

Te habrás liberado del concepto de vivir esclavo del dinero.

### **ESCENA 66.- ESCENA FINAL**

Con un efecto de transición simple aparece la imagen de un capullo de mariposa en zoom in que da un giro de 360 grados, con un flash y cambio de locución aparece la mariposa en zoom out hacia el hombro de una mujer donde esta posada la mariposa. Finalmente aparece con u flash el texto “Comunícate hoy mismo con la persona que te compartió este video”

LOCUTOR 1

Toma muy en cuenta que todo este proceso de metamorfosis y cambios en tu vida van a traer consigo procesos de aprendizaje continuo.

LOCUTOR 2

Y además estos cambios van a ser el producto de tus sueños y aspiraciones que vienen de tu SER interior.

LOCUTOR 1

Si tú estás listo para dar este primer paso para un cambio total de vida, comunícate hoy mismo con la persona que te compartió este material.



## GUIÓN TÉCNICO



### ESCENA 1.- ESCENA DEL PLANETA TIERRA

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** con un zoom in rápido se acerca el planeta tierra hasta permanecer centrado y conforme sigue la locución se hace un zoom out lentamente.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** En esta Nueva Era, nuestro mundo, como ahora lo conocemos, enfrenta serios problemas.

**MÚSICA:** “Alas de mariposa” de Alan Berenguer



### ESCENA 2.- ESCENA DE LA BOLSA DE DINERO

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** En transición una bolsa de dinero en la que dos manos se disputan su propiedad. La escena aparece como zoom in seguidamente con un zoom out lento.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Y la mayoría son problemas financieros o están relacionados con el dinero.



### **ESCENA 3.- ESCENA DE LA CRISIS ECONÓMICA**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Aparece una imagen en zoom in donde se puede ver caricaturas de algunas personas con unas pancartas de: Huelga General, Empleo Digno, Por el Empleo, etc. Y cuando continúa la locución un sello redondo de madera que dice crisis aparece y desenfoca todo el fondo, quedando resaltado un círculo con la palabra crisis, que hace un zoom out lento.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** En la actualidad se habla de crisis económica, por el sistema en que vivimos inmersos.



#### **ESCENA 4.- ESCENA DEL PERIFONEO**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un efecto de barrido desde la esquina superior izquierda aparece la imagen de una mujer que habla a través de un megáfono hacia los oídos de un hombre de espaldas con sus manos tapando sus orejas.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Estos son algunos de los paradigmas que hoy en día han cambiado totalmente nuestra forma de ver la vida.



#### **ESCENA 5.- ESCENA DE LA CABEZA LLENA DE COSAS**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** A través de un efecto de flash aparece una cabeza llena de objetos en vez de cabellos y luego hay un zoom out enfocando detalladamente los aspectos que se encuentran en esa cabeza.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Y más que eso, nuestra forma de vivir la vida.



### **ESCENA 6.- ESCENA DE LA POBREZA**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un barrido lateral y cambiando de canción a “Dream Big” de Akashic Records aparece una imagen de un hombre cargando el mundo y con la frase “pobreza” rodeando la parte superior del mundo, y muchas personas asombradas de la fortaleza de dicho hombre, la escena desaparece con un zoom in lento.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Toda esta crisis económica a nivel mundial es la consecuencia de un sistema de generar ingresos.

**MÚSICA:** “Dream Big” de Akashic Records



## ESCENA 7.- ESCENA DEL 95% DE LA POBLACIÓN

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un zoom in aparece “95%”, luego con un flash “de la”, “población”, “mundial”, en secuencia la una tras la otra con efecto de flash cada una.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** El 95% de la población mundial genera un tipo de ingreso que se llama.



## ESCENA 8.- ESCENA DEL INGRESO LINEAL

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un barrido lateral de derecha a izquierda aparece una diapositiva verde que dice “ingreso lineal” y termina con un zoom out de dicha diapositiva.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Ingreso Lineal.



## ESCENA 9.- ESCENA DE TIPOS DE EMPLEOS

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Después aparece una diapositiva donde 4 fotografías de: un agricultor, una maestra con sus alumnos, unos ingenieros de construcción y unos comerciantes ambulantes, con zoom in con una pequeña angulación y al final unas terminan las 4 fotografías sobre fondo verde.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Este tipo de ingresos proviene directamente del 100% de sus esfuerzos, es decir que tú cambias.



## ESCENA 10.- ESCENA DINERO CON UN RELOJ

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Aparece con zoom in rápido una imagen de billetes de \$100 dólares unos sobre otros y encima un reloj en la parte central derecha.

**LOCUTOR: VOZ 2:** Tu tiempo por dinero.



**ESCENA 11.- ESCENA ESTO NO ESTA MAL**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Para llamar la atención aparece una diapositiva amarilla que dice “no está mal”, que va desvaneciendo las letras.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Para mucha gente esto no está mal.

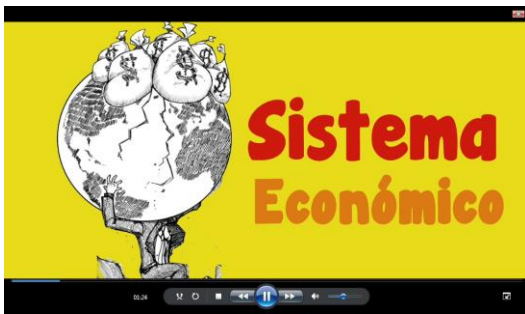


**ESCENA 11.- ESCENA ESTO NO ESTA MAL**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Luego aparecen una pareja de adultos con una niña y una pareja de viejos con dos ancianas más, que luego hacen un zoom out todas las imágenes y al final un flash en la diapositiva amarilla.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Ya que por costumbre y por tradición nuestros padres y nuestros abuelos nos han aconsejado inconscientemente a generar este tipo de ingresos.



## **ESCENA 12.- ESCENA DEL SISTEMA ECONÓMICO**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Vuelve a aparecer otra vez la diapositiva amarilla con una caricatura de un hombre cargando al mundo que esta con bolsas de monedas en la parte superior y a la derecha las palabras “sistema económico” en color rojo.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Debido a que el sistema económico daba esta única opción para poder solucionar nuestros problemas financieros.





### ESCENA 13.- ESCENA DE LOS SIGNOS DE INTERROGACIÓN

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Aparece con un efecto de flash en amarillo una diapositiva negra con dos fichas cuadradas que contienen signos de interrogación que lentamente hacen un zoom out hacia la izquierda.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Pero en la actualidad este tipo de ingresos tiene un pequeño gran inconveniente, y es que.



### ESCENA 14.- ESCENA DINERO CON UN RELOJ

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Aparece nuevamente con efecto de desvanecimiento la imagen de algunos billetes de \$100 dólares unos sobre otros y encima un reloj en la parte central derecha que hacen un zoom out lentamente.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Si ya no puedes cambiar tu tiempo por dinero, entonces dejas de percibir ingresos; veamos lo que sucede:



### **ESCENA 15.- ESCENA DEL ENFERMO**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Aparece con fondo verde un enfermo en la parte izquierda y un billete de un dólar que se rompe en la parte superior derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Si te enfermas y no puedes salir a trabajar; no recibes ingresos.

**MÚSICA:** “Joyful and Carefree Tune” de Akashic Records



### **ESCENA 16.- ESCENA DEL DESPEDIDO**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** En el mismo fondo verde aparece un joven con la boca abierta y una carta de despido en frente de él y un billete de un dólar en la parte superior derecha que se rompe

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Si te despiden de un empleo tradicional, como ahora sucede en la mayoría de países; tu ingreso también se detiene.



## ESCENA 17.- ESCENA DEL VENDEDOR

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Nuevamente en el mismo fondo aparece un joven con las manos en los bolsillos y estos están vacíos en la parte izquierda haciendo un zoom in hacia los bolsillos, y en la superior derecha otro billete de un dólar que se rompe.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Si trabajas en ventas y por algún motivo este mes no pudiste vender nada; entonces no tienes ingresos.



## ESCENA 18.- ESCENA DEL DUEÑO DE NEGOCIO

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** En el mismo fondo verde aparece en la parte izquierda un hombre enojado con un pequeño kiosco que hace zoom out y el mismo billete de un dólar que se rompe en la parte superior derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Si tienes un pequeño negocio y el negocio depende de ti o no funciona igual cuando tú no estás; tu ingreso se detiene o baja sustancialmente.



## ESCENA 19.- ESCENA DE LOS PROFESIONALES

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Aparecen 4 jóvenes: un médico, un enfermero, un trabajador de oficina y una graduada en la parte izquierda que hace un zoom out y un paneo para generar un gran plano de cada personaje, luego hace un zoom in y en la derecha superior el billete de un dólar que se rompe.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Si eres un trabajador o profesional independiente, como un doctor, abogado, arquitecto y decides irte de vacaciones y no puedes atender a tus clientes; entonces tu ingreso también se detiene.



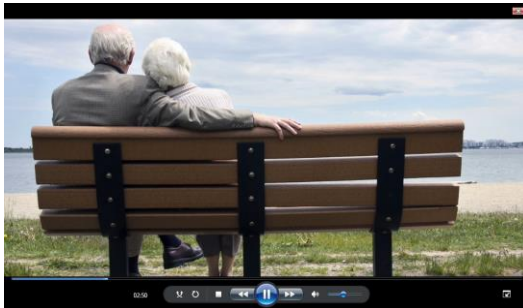
## ESCENA 20.- ESCENA DE LA JUBILACIÓN

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un flash bajo cambiando del fondo verde al ocre aparece con un flash la palabra jubilación.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Para los empleados, la meta es acceder a la famosa “jubilación”, son los años de descanso y disfrute después de largos años de trabajo.

**MÚSICA:** “Point of no return” de Roger Subirana Mata



## ESCENA 20.- ESCENA DE LA JUBILACIÓN

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Luego con otro flash una pareja de ancianos de espaldas sentados en una banca pública frente al mar, terminando con un zoom out lento.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Suena emocionante.



**ESCENA 21.- ESCENA DE LOS 65 AÑOS**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Aparece con un flash suave una diapositiva verde que dice a los 65 años de edad.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Un estudio que se hizo en los EEUU arrojó los siguientes resultados: A los 65 años, cuando la gente accede a una jubilación, después de 30 o 40 años de trabajo:



**ESCENA 22.- ESCENA DEL 1%**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Una diapositiva naranja que dice 1% y con un anciano adinerado aparece y luego se desvanece para dejar solamente “el 1% es rico”

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** El 1% termina muy rico



**ESCENA 22.- ESCENA DEL 4%**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Cambia de color de fondo a verde aparece un 4% y un adulto saludable en la parte derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** El 4% terminan acomodados



**ESCENA 23.- ESCENA DEL 5%**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Sube la tonalidad de verde y aparece en la parte izquierda un anciano peleado con la tecnología y la frase del 5% aún tiene que trabajar

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** El 5% aún tienen que trabajar



**ESCENA 24.- ESCENA DEL 54%**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Cambia el fondo a un color azul y aparece un anciano pobre con la mirada perdida y la frase el 54% viven de apoyo de su familia y del gobierno.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** El 54% viven con apoyo de su familia o del gobierno



**ESCENA 25.- ESCENA DEL 36%**

**PLANO:** PM



**ACCIÓN:** Finalmente con esta serie de diapositivas cierra la de color violeta del 36% con una tumba.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** El 36% ya están muertos



## **ESCENA 26.- ESCENA DEL ESPIRITU EMPRESARIAL**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** un flash fuerte hace que aparezca una imagen blanco y negro de una cabeza sin cabello con una mano en la parte superior sosteniendo un foco haciendo un zoom out al foco.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** En estos últimos años, el espíritu empresarial y las nuevas tendencias económicas, han ocasionado que en la actualidad

**MÚSICA:** “Eye Theme” de GregorieLourme



## ESCENA 26.- ESCENA DEL ESPIRITU EMPRESARIAL

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Con un flash fuerte aparecen 4 fotografías: la de dos floristas, de una dueña de tienda de ropa y la dueña de un bar-cafetería.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Muchas personas hayan iniciado su propia empresa.



## ESCENA 27.- ESCENA DE LA PREGUNTA

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Con el mismo fondo anterior de las 4 fotografías sobre fondo blanco aparece con un efecto de aparecimiento un signo de interrogación color rojo.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** La pregunta es: ¿Será ésta la solución a tus problemas financieros?



## ESCENA 27.- ESCENA DE LA PREGUNTA

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Finalmente la palabra “no” en color blanco con un efecto de barrido de reloj.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Probablemente no.



## ESCENA 28.- ESCENA DEL FRACASO

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Hay un cambio en la misma música y aparece una diapositiva azul que dice “80% fracasan” y estas letras hacen un zoom out, un pequeño flash hace aparecer un bolsillo vacío sin dinero y las letras “primeros 5 años”.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Alrededor de un 80% de negocios fracasan en sus primeros 5 años.



## ESCENA 28.- ESCENA DEL FRACASO

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un flash aparece “2 o 3 primeros años”.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** La mayoría lo hacen a los 2 o 3 primeros años.



## ESCENA 28.- ESCENA DEL FRACASO

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Finalmente con otro flash “10 años” con un cambio en fondo a color amarillo.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Y un 10% más fracasan a los 10 años.



## ESCENA 29.- ESCENA DEL PROFESIONAL

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Se mantiene el color de la diapositiva en amarillo y cambia la música a: “Rescue” de GregorieLourme y aparece con un zoom out rápido un joven vestido formalmente que se indica con sus manos a sí mismo, y para reforzar aparecen fotografías rápidas de escuela, colegio y universidad

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Si tú eres profesional o no, realmente no interesa, porque en la educación formal no se nos enseña los conocimientos necesarios para tener éxito en nuestro propio negocio.



### **ESCENA 30.- ESCENA DE LOS EMPRESARIOS**

**PLANO:** PG Y PM

**ACCIÓN:** En un fondo amarillo aparece un empresario joven escalando por unas gradas hechas de dinero y fichas de blackjack, desde la parte izquierda con barrido aparece un empresario en foto pequeña y desde la parte inferior derecha un grupo de empleados que se unen en el centro

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Ya que las habilidades que se necesita para ser empresario no son las mismas que para los empleados.



## ESCENA 31.- ESCENA DE LOS DIFERENTES DUEÑOS DE NEGOCIOS

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un efecto de flash aparece un tipo de empresarios que son los dueños de restaurante, un chef.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Muchos empresarios empiezan trabajando duro.



## ESCENA 31.- ESCENA DE LOS DIFERENTES DUEÑOS DE NEGOCIOS

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Luego un dueño de restaurante vestido en forma de chef, que van desapareciendo con un zoom out rápido.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Creando un empleo del que ahora son los dueños.



## ESCENA 32.- ESCENA DEL HOMBRE CABEZA DE RELOJ

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece la imagen de un hombre con cabeza de reloj que hace zoom in al reloj.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Y así empiezan a trabajar más horas que los mismos empleados.



## ESCENA 32.- ESCENA DEL HOMBRE CABEZA DE RELOJ

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Luego con otro flash suave aparece una mano con monedas en fondo blanco.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Por un pago menor



### ESCENA 32.- ESCENA DEL HOMBRE CABEZA DE RELOJ

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Finalmente con un zoom in aparece un hombre cargado muchos papeles que hace un zoom out hacia la parte superior izquierda y un joven con la mano en la cabeza como preocupado con zoom in en la parte inferior derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Lo que trae consigo la renuncia por cansancio y desesperación.



### ESCENA 33.- ESCENA DE LA ESCALERA

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un flash fuerte aparece un hombre dibujando líneas de crecimiento en una escalera.



**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Hay otras personas más arriesgadas, que cuentan con el dinero suficiente para montar...



### **ESCENA 33.- ESCENA DE LA ESCALERA**

**PLANO: PM**

**ACCIÓN:** Repentinamente aparece un fajo de billetes en la parte media izquierda que se desvanece y aparece en vez de esta una fila de logotipos de empresas de franquicias.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** una franquicia que, para muchos, puede ser un negocio probado



### **ESCENA 33.- ESCENA DE LA ESCALERA**

**PLANO: PM**

**ACCIÓN:** Cambia el fondo y se hace amarillo, vuelve a aparecer los billetes y con un barrido lateral desde la derecha aparece el payaso de Mac Donalds que hace un zoom in y cuando se une con el dinero, el tamaño del dinero sube y el del payaso baja hasta que desaparece.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Pero la verdad es que es un negocio redondo para la persona que vende las franquicias porque este modelo de negocio se vuelve bastante difícil en sus inicios si no se cuenta con el capital suficiente para poder aguantar



### **ESCENA 33.- ESCENA DE LA ESCALERA**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Aparece una caja registradora vacía por encima de los billetes y finalmente desaparecen los billetes y luego la registradora

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Meses y a veces hasta años de no recibir un solo centavo de utilidad.



### **ESCENA 34.- ESCENA DE JOHN PAUL GETTI**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Aparece en la portada de la revista Time con la fotografía de John Paul Getti, de la parte derecha aparece un 1% y un 100% desde la izquierda que se tacha con color rojo. Todas las imágenes hacen un zoom in rápido.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** John Paul Getti expresó: “prefiero tener un 1% de los esfuerzos de 100 personas que un 100% de mis propios esfuerzos”

**MÚSICA:** “Titan” de EpicSoul Factory



### **ESCENA 35.- ESCENA DE LA PREGUNTA**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Con zoom out aparece una diapositiva con una silueta de persona y 3 signos de interrogación que hacen un zoom in.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Te preguntará entonces ¿Dónde obtengo los beneficios del esfuerzo de 100 personas?

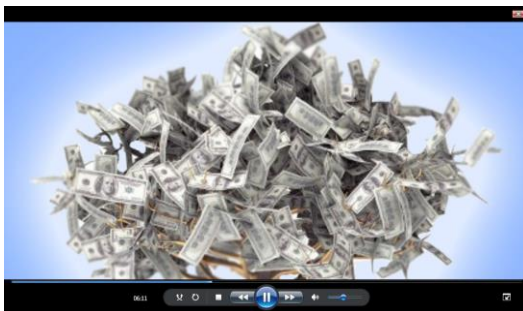


### **ESCENA 36.- ESCENA DE LOS INGRESOS RESIDUALES**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con barrido lateral desde la parte izquierda aparece una diapositiva celeste que dice “ingresos residuales”

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** A este tipo de ingreso se le conoce como Ingresos Residuales o ingresos pasivos,



### **ESCENA 36.- ESCENA DE LOS INGRESOS RESIDUALES**

**PLANO:** PM y PP

**ACCIÓN:** Luego desde el centro aparece otra imagen de un árbol de dinero que hace un zoom in lentamente.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Una vez que se haya trabajado un sistema adecuado en un inicio una sola vez. Este sistema o plataforma estará diseñado para operar indefinidamente o por largos periodos, sin tener que ser supervisado directamente por el que lo inició. Es decir son pequeños residuos que se generan aunque no se esté presente.



### **ESCENA 37.- ESCENA DE LOS CANTANTES**

**PLANO:** PG Y PM

**ACCIÓN:** aparece un Cd de Michael Jackson en la izquierda y de Elvis Presley en la derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Los cantantes, por ejemplo

**MÚSICA:** “Back in the day” de Paul Klanson



## ESCENA 37.- ESCENA DE LOS CANTANTES

**PLANO:** PG Y PM

**ACCIÓN:** aparece un Cd de Michael Jackson en la izquierda y de Elvis Presley en la derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Los cantantes, por ejemplo,

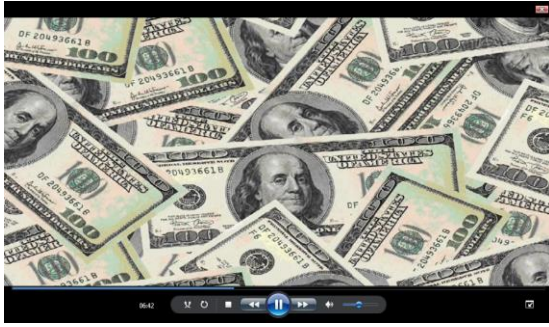


## ESCENA 37.- ESCENA DE LOS CANTANTES

**PLANO:** PG Y PM

**ACCIÓN:** Con un barrido lateral aparece la imagen de un estudio de grabación, un disco flotante de Michael Jackson, una imagen de una mano escribiendo con una pluma y un invento similar a una bicicleta, cada uno de estos va desapareciendo.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Graban un CD una sola vez y reciben pequeños porcentajes de regalías o de ingresos residuales por la venta de cada CD, por derecho de autor, al igual que los escritores y los inventores.



## ESCENA 37.- ESCENA DE LOS CANTANTES

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Al final se hace un barrido desde la parte superior con un montón de billetes de 100 dólares.

**LOCUCIÓN:** **VOZ 1:** Cada vez que se utilice o se compre ese trabajo va a producir un pequeño porcentaje que en miles o millones de copias es lo que da como resultado. **VOZ 2:** Millones de dólares.



## ESCENA 38.- ESCENA DEL 5%

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un plano cartesiano con monedas en fondo blanco.

**LOCUCIÓN:** **VOZ 1:** Este concepto de extraer poco de mucha cantidad.



### ESCENA 38.- ESCENA DEL 5%

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Luego una caricatura de una balanza hace énfasis al cambio de la misma música

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Te permitirá apalacarte y poder vivir un



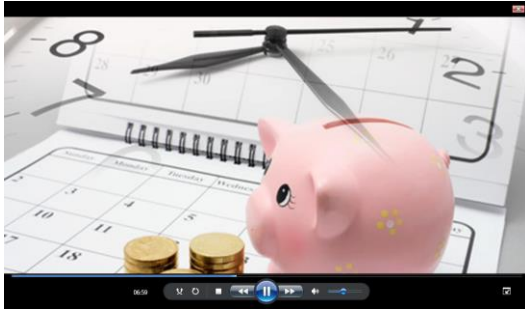
### ESCENA 38.- ESCENA DEL 5%

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Finalmente aparece un empresario con capa de súper héroe desde la parte derecha en forma de barrido.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** alto grado de libertad,





### **ESCENA 38.- ESCENA DEL 5%**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Y finalmente una imagen de una alcancía, dinero y un reloj cambiando el efecto de locutor 1 a locutor 2 para realzar esta parte del video.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Ya que tus ingresos no dependen de unidades de tiempo.



### **ESCENA 39.- ESCENA DEL MLM**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** aparece con una persiana desde el centro un multitud de personas con la frase "Momentum MLM" que aparece el momento que se cambia de locutor 1 a locutor 2 y luego con un efecto de espiral aparece una fotografía de un grupo de personas en un escenario y uno de éstos hablando por el micrófono que hace un zoom in para realzar al expositor principal.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Existe también otra forma de generar ingresos residuales **VOZ 2:** Que son los profesionales de la industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

**MÚSICA:** “BeyondtheMagic” de AngelComposer



#### **ESCENA 40.- ESCENA DE LOS NUEVOS PROFESIONALES**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Haciendo un paneo y con un zoom in aparece una fotografía de una mano, y van apareciendo personajes encima de esa mano uno por uno hasta que al final con un flash fuerte se revela toda la imagen de las personas sobre la mano y con un fondo del planeta tierra.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** En esta nueva década, profesionales como: Abogados, médicos, odontólogos, profesores universitarios, agentes de bolsa, gerentes, atletas profesionales, promotores inmobiliarios y dueños de pequeñas empresas, etc., hoy en día están ingresando a formar parte de esta nueva profesión;



## ESCENA 40.- ESCENA DE LOS NUEVOS PROFESIONALES

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Y al final termina con un zoom in y un paneo de todas esas personas.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Profesionales y no profesionales se están convirtiendo hoy en networkers exitosos.



## ESCENA 41.- ESCENA DEL FUTURO

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Con un zoom out de la escena anterior aparece una imagen de una ciudad en la noche con un edificio gigantesco, se hace un zoom in a la ciudad y un paneo.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** En estos últimos años, mucha gente ha tomado conciencia de que las tendencias de hoy



## **ESCENA 41.- ESCENA DEL FUTURO**

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Con un flash fuerte aparece un fajo de dinero que hace un flash para llamar la atención.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** apuntan a generar ingresos residuales.



## **ESCENA 42.- ESCENA DE LOS EMPRESARIOS DE ESTA ERA**

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Con un efecto de desvanecimiento desaparecen los billetes que estaban en un fondo blanco y aparecen 3 imágenes cada vez que se

pronuncia el nombre de cada personaje, los personajes son Robert Kiyosaki, Donald Trump y Paul Zen Philzer

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Los grandes empresarios de esta Era como: Robert Kiyosaki, Donald Trump, Paul Zen Philzer, recomiendan este tipo de negocios.



### **ESCENA 43.- ESCENA DE LA CAPACITACIÓN EN MULTINIVEL**

**PLANO: PP**

**ACCIÓN:** Las imágenes desaparecen con un zoom out rápido y la siguiente imagen de dos personas estrechando sus manos en toma superior aparece con un barrido desde arriba.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Una de las principales fortalezas de esta industria es la educación



## ESCENA 43.- ESCENA DE LA CAPACITACIÓN EN MULTINIVEL

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece la imagen de un evento de multinivel que se intercala con imágenes del escenario y de los asistentes al evento. Aparece una imagen de una capacitación privada

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** muchas compañías de Marketing Multinivel ofrecen un sistema de capacitación principalmente dirigido



## ESCENA 43.- ESCENA DE LA CAPACITACIÓN EN MULTINIVEL

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Aparece una imagen de una capacitación privada y finalmente un grupo de personas levantando sus manos en señal de éxito que hace un zoom out rápido.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** al desarrollo personal



#### **ESCENA 44.- ESCENA DEL CAMBIO DE MENTALIDAD**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece la imagen de una cabeza de un ser humano con énfasis en la parte frontal, que tiene una luz que hace un zoom in para darle realce al cambio de mentalidad.

**LOCUCIÓN:** Muchos sistemas educativos te pueden ir cambiando la mentalidad de empleado para llegar a tener una mentalidad de empresario,



#### **ESCENA 44.- ESCENA DEL CAMBIO DE MENTALIDAD**

**PLANO:** PP Y PM

**ACCIÓN:** Aparece con un barrido una imagen pequeña de empleados desde la parte inferior derecha hasta el centro para luego desaparecer con un efecto de flash y luego desde la superior izquierda aparece un empresario que se ve exitoso que hace un zoom out.

**LOCUCIÓN:** que es lo que en esta nueva era, combinado con ingresos residuales, podrá darte un mejor estilo de vida



#### **ESCENA 44.- ESCENA DEL CAMBIO DE MENTALIDAD**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Esta imagen da paso a otra donde una familia de 4 personas están disfrutando de un buen estilo de vida en la playa.

**LOCUCIÓN:** podrá darte un mejor estilo de vida para ti y para tu familia.



#### **ESCENA 45.- ESCENA DE QUE SON LAS REDES DE MERCADO**

**PLANO:** PM Y PP



**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece las siluetas de personas con el detalle de dos personas dándose la mano, haciendo un zoom in hacia las dos siluetas principales.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Después de analizar detenidamente la profesión de Networkers, necesitamos entender...

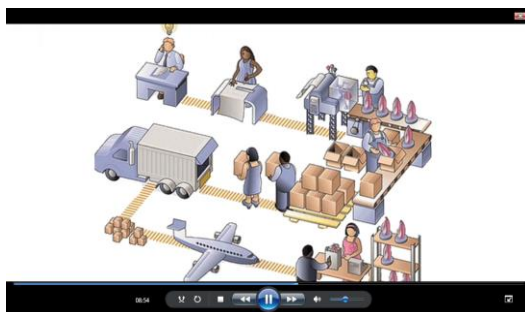


#### **ESCENA 45.- ESCENA DE QUE SON LAS REDES DE MERCADO**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Aparece un fondo azul con la frase “redes de mercado” y el signo “?” en color rojo

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Qué realmente son las Redes de Mercado o Marketing Multinivel.



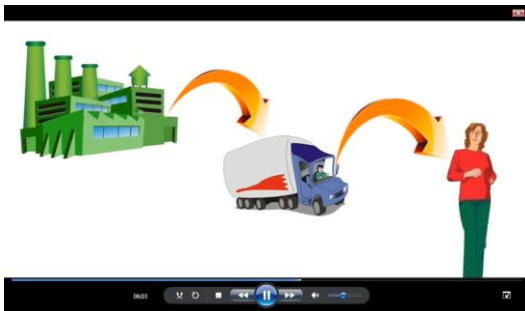
## ESCENA 46.- ESCENA DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

**PLANO:** PG y PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave, aparece la imagen en caricatura de la cadena de distribución de productos con planos detalles de cada punto dentro del sistema de distribución tradicional de productos.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Este modelo productivo es considerado como el método de distribución de productos y servicios, más poderoso y el modelo de empresa más atractivo de la nueva economía.

**MÚSICA:** “Happy Summer Days” de Akashik Records



## ESCENA 46.- ESCENA DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

**PLANO:** PM y PP

**ACCIÓN:** En un fondo blanco en la parte superior izquierda aparece una fábrica, un camión y un cliente, desaparece el camión y una flecha une a la fábrica y al consumidor.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** A través de esta industria es como grandes empresas, pueden distribuir productos y servicios directamente desde la fábrica al consumidor final, sin intermediarios.



## ESCENA 46.- ESCENA DE LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Luego desciende una bolsa de dinero en la parte central que cuando se dice “mejor precio” en la locución el tamaño de la bolsa de dinero se reduce considerablemente.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Con la posibilidad de que los consumidores adquieran esos productos a un mejor precio



## ESCENA 46.- ESCENA DE LA RECOMENDACIÓN

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** En un fondo azul aparece un círculo central con una caricatura y muchas circunferencias con caricaturas más pequeñas alrededor.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Y que si lo recomiendan a otras personas.



## ESCENA 46.- ESCENA DE LA RECOMENDACIÓN

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Las caricaturas pequeñas se van cubriendo con pequeñas bolsas de dinero, que luego se iluminan cuando cambia el locutor. La escena termina con un zoom out de toda la imagen.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Pueden generar ingresos extras.



## ESCENA 47.- ESCENA DE ESCOGER EN REDES DE MERCADO

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un barrido de arriba abajo, la caricatura central se mueve hacia la izquierda y van apareciendo las frases: “consumidor”.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Cuando se ingresa a una compañía de Redes de Mercado, se puede escoger quedarse como consumidor y recibir el beneficio del precio de los productos o servicios;

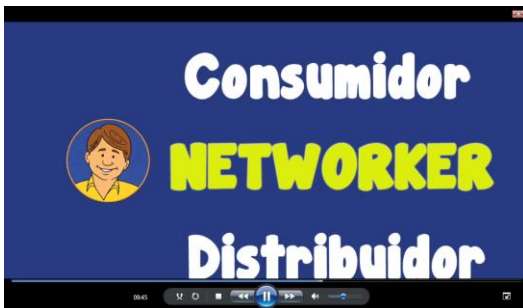


#### **ESCENA 47.- ESCENA DE ESCOGER EN REDES DE MERCADO**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un barrido de arriba abajo, la caricatura central se mueve hacia la izquierda y van apareciendo las frases: “distribuidor”

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** se puede también convertir en un distribuidor o vendedor y generar ingresos por el diferencial del precio de afiliado vs. el precio de venta al público.



#### **ESCENA 47.- ESCENA DE ESCOGER EN REDES DE MERCADO**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un barrido de arriba abajo, la caricatura central se mueve hacia la izquierda y van apareciendo las frases: “NETWORKER” conforme se detalla en la locución terminando con un flash para dar más énfasis a esta escena.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** O también se puede escoger convertirse en un Networker o desarrollador de redes profesional e invitar a otras personas a convertirse en consumidores, distribuidores o networkers.



#### **ESCENA 48.- ESCENA DE INVITAR A REDES DE MERCADO**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece la imagen de los círculos de la escena 46 que hace un zoom in con un paneo de izquierda a derecha con primeros planos a cada una de las caricaturas de las circunferencias, terminando con un flash suave que deja mostrar las bolsas de dinero en vez de cada circunferencia.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Entonces se percibirá ingresos residuales por cada venta que generen los distribuidores o por cada consumo que hagan los consumidores o por cada persona que construya una red de distribución.

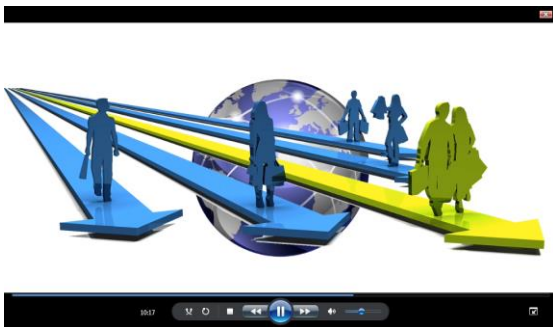


## ESCENA 49.- ESCENA DEL CONCEPTO DE REDES DE MERCADO

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece las siluetas de personas negocios haciendo un zoom in dirigido a una persona que explica en una carpeta de negocio a otra persona.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Puesto que las Redes de Mercado se basan en la recomendación boca a boca por parte de sus consumidores-distribuidores-networkers.



## ESCENA 50.- ESCENA DE PENETRACIÓN DE MERCADO

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** En un fondo blanco el planeta llega en un zoom out, y con un barrido desde la parte izquierda aparecen unas siluetas de personas sobre

unas flechas que cuando cambia la locución desaparecen con un barrido hacia la parte inferior.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** La penetración en el mercado es muy superior.



## **ESCENA 50.- ESCENA DE PENETRACIÓN DE MERCADO**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un flash fuerte aparece el planeta rodeado de anuncios publicitarios haciendo un zoom in hacia la imagen del planeta.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Ya que el consumidor prefiere probar un producto recomendado por un conocido, antes que comprarlo como consecuencia de un anuncio publicitario.



## **ESCENA 51.- ESCENA DEL BOOM**



**PLANO: PM**

**ACCIÓN:** Con un flash suave la palabra boom.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Este tipo de negocios se lo considera un boom y una revolución.



### **ESCENA 51.- ESCENA DEL BOOM**

**PLANO: PM**

**ACCIÓN:** Con un zoom out aparece la imagen de una reunión de multinivel que hace un zoom in hacia la parte izquierda y un paneo desde ese punto a la parte derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** simplemente porque por primera vez en la historia económica **VOZ 2:** Es posible que cualquier persona, con la profesión que tenga, pueda,



## ESCENA 51.- ESCENA DEL BOOM

**PLANO:** PM y PP

**ACCIÓN:** Luego con un barrido aparece una imagen de una persona tomando nota en una reunión.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** a través de un sistema educativo, convertirse en uno de los



## ESCENA 51.- ESCENA DEL BOOM

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Finalmente un grupo de personas con sus manos levantadas simulando triunfo y éxito.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Nuevos Profesionales mejores pagados en esta Nueva Era.



## ESCENA 52.- ESCENA DE LA DISTRIBUCIÓN ECONÓMICA

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Mantiene la misma imagen de la escena anterior y cuando en la locución se pronuncia “mundo” aparece con un flash suave un planeta tierra con un dedo señalándolo que hace un zoom in hacia el planeta.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Y que, a través de este modelo productivo el mundo pueda distribuir mejor la riqueza.



## ESCENA 52.- ESCENA DE LA DISTRIBUCIÓN ECONÓMICA

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Se cambia el planeta señalado con el dedo por el planeta sobre reposando sobre algunas manos

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** que antes estaba reservada para unos cuantos elegidos.



## ESCENA 52.- ESCENA DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MULTINIVEL

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece las siluetas de personas en fondo blanco formando una red de mercado en posición de perspectiva, se hace un zoom in y un paneo rápido de derecha a izquierda.

**LOCUCIÓN:** **VOZ 1:** La comercialización por medio del multinivel es simplemente uno de los métodos de organizar y recompensar a los networkers.



## ESCENA 52.- ESCENA DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MULTINIVEL

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un flash fuerte vuelve a aparecer la imagen de las circunferencias con las bolsas de dinero formando una cadena, se hace un zoom in rápido y luego un zoom out.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** De esta forma los afiliados a estas compañías pueden obtener descuentos o comisiones por su volumen personal de ventas o también obtener ingresos residuales por las ventas o consumos de



## **ESCENA 52.- ESCENA DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MULTINIVEL**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** desaparecen las bolsas de dinero y quedan solamente las caricaturas.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** las personas que ellos patrocinan dentro de su organización.



## ESCENA 52.- ESCENA DE LA COMERCIALIZACIÓN EN MULTINIVEL

**PLANO:** PD

**ACCIÓN:** Se hace un zoom in y un plano detalle de cada una de las caricaturas

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Sea que las hayan traído personalmente, o las hayan traído las personas que están bajo su organización.



## ESCENA 53.- ESCENA DE LA OPORTUNIDAD

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece un grupo de personas formando una red, a las que se hace un zoom in y un pequeño paneo.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Por consiguiente, las Redes de Mercado ofrecen a los networkers



## ESCENA 53.- ESCENA DE LA OPORTUNIDAD

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Aparece un par de manos estrechándose, con un flash fuerte aparece una persona con los brazos abiertos demostrando felicidad.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** La oportunidad de edificar su propio negocio independiente.



## ESCENA 53.- ESCENA DE LA OPORTUNIDAD

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un flash cambia el fondo de la persona y queda en la playa.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** vendiendo bienes o servicios como distribuidores.



## **ESCENA 53.- ESCENA DE LA OPORTUNIDAD**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Cambia la imagen por una de una reunión multinivel a la que se hace un zoom in a la derecha y un paneo hacia la izquierda, finalmente termina con un zoom in hacia el expositor de la reunión mlm.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** o desarrollando y capacitando a una organización para que estos conocimientos se vayan duplicando, lo que trae consigo como resultado.



## **ESCENA 53.- ESCENA DE LA OPORTUNIDAD**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Finalmente desde el centro de la imagen aparece el árbol de dinero con fondo celeste.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** ingresos residuales con un potencial de crecimiento exponencial.





#### **ESCENA 54.- ESCENA DEL ESTILO DE VIDA MULTINIVEL**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Con una transición suave aparece del árbol una imagen de una persona con estilo en un auto.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Lo mejor de todo es que ser un Networker Profesional

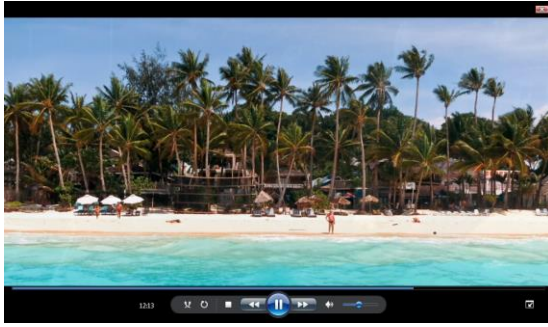


#### **ESCENA 54.- ESCENA DEL ESTILO DE VIDA MULTINIVEL**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Con un barrido desde la derecha aparece un grupo de personas disfrutando de una conferencia de multinivel con un zoom in.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Tiene el propósito de cambiar y mejorar nuestra forma de vivir.



### **ESCENA 54.- ESCENA DEL ESTILO DE VIDA MULTINIVEL**

**PLANO:** PG Y PM

**ACCIÓN:** Con un barrido desde la derecha aparece una playa del Caribe a la que se hace una zoom in

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** de trabajar para los años venideros.



### **ESCENA 55.- ESCENA DE LA FILISOFÍA DEL MULTINIVEL**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** con un efecto zoom in aparece la fotografía de dos personas sentadas conversando.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** La única forma en que funciona un negocio de Redes de Mercado.

**MÚSICA:** “Hopeful Expectations” de Akashik Records



**ESCENA 55.- ESCENA DE LA FILISOFÍA DEL MULTINIVEL**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Luego en transición dos personas paradas conversando en señal de ayuda.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Es ayudar a alguien más a tener resultados y libertad financiera



**ESCENA 55.- ESCENA DE LA FILISOFÍA DEL MULTINIVEL**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** finalmente un grupo de empresarios con traje formal en señal de libertad.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Mientras tú logras tu propia libertad.



**ESCENA 56.- ESCENA DE LOS SUEÑOS MULTINIVEL**

**PLANO: PP**

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece la imagen de una persona disfrutando de la lectura recostada en una hamaca, a la que se hace un zoom in directamente al libro.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Una oportunidad de Redes de Mercado hace posible



**ESCENA 56.- ESCENA DE LOS SUEÑOS MULTINIVEL**

**PLANO: PM**

**ACCIÓN:** Con un flash suave aparece una imagen de fantasía con un cielo y estrellas que salen de una silueta de una persona.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** restaurar la habilidad natural para obtener lo que uno quiere en la vida.



#### **ESCENA 56.- ESCENA DE LOS SUEÑOS MULTINIVEL**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Hay un cambio en la locución y aparecen 3 imágenes seguidas de personas que disfrutan con los brazos abiertos de su libertad y de haber cumplido sus sueños.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Puede volver a darte la capacidad innata de soñar



#### **ESCENA 56.- ESCENA DE LOS SUEÑOS MULTINIVEL**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Hay un cambio en la locución y aparecen 3 imágenes seguidas de personas que disfrutan con los brazos abiertos de su libertad y de haber cumplido sus sueños.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** y de lograr todos y cada uno de los.



## **ESCENA 56.- ESCENA DE LOS SUEÑOS MULTINIVEL**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Hay un cambio en la locución y aparecen 3 imágenes seguidas de personas que disfrutan con los brazos abiertos de su libertad y de haber cumplido sus sueños.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** objetivos que te propongas.



## **ESCENA 57.- ESCENA DE LA CAPACIDAD DE SOÑAR**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** aparece también una imagen de una silueta de una familia alrededor de la cual hay una casa, un avión, dinero significando las metas y sueños de las familias. A la cual se hace un zoom in y un paneo de izquierda a derecha

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** En Redes de Mercado se aprende a trabajar por una riqueza integral.

**MÚSICA:** “Make it Possible” de Akashik Records



## **ESCENA 58.- ESCENA DE LA TERMINACIÓN DE LA ERA INDUSTRIAL**

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** En transición de desvanecimiento aparece un mapa del mundo con un ojo central en el diseño.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** En estos momentos de la historia mundial, terminada ya por completo la.



## ESCENA 58.- ESCENA DE LA TERMINACIÓN DE LA ERA INDUSTRIAL

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Se mezcla con la imagen de un personaje que representa la era industrial.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Era Industrial, donde los negocios tradicionales ofrecen tan.



## ESCENA 58.- ESCENA DE LA TERMINACIÓN DE LA ERA INDUSTRIAL

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Luego con un barrido en forma de persiana desde la parte superior aparece una persona con las manos en la cabeza significando preocupación.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** poca seguridad, la distribución en Redes de Mercado es





## **ESCENA 58.- ESCENA DE LA TERMINACIÓN DE LA ERA INDUSTRIAL**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Finalmente con un barrido desde la derecha aparece la imagen de un ejecutivo llegando a la meta en una carrera.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** la última fortaleza de la libre empresa.



## **ESCENA 59.- ESCENA QUE SEÑALA AL ESPECTADOR**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Del grupo de personas ejecutivas llegando a la meta cambia a un fondo blanco con la imagen de una mano señalando al espectador y encima de esta imagen un personaje señalando en la misma dirección.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Donde gente común como tú y como yo.



### **ESCENA 59.- ESCENA QUE SEÑALA AL ESPECTADOR**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Desaparece la mano del fondo y el personaje se mueve hacia la izquierda, con un flash suave aparece una mano con una pequeña cantidad de dinero en la derecha.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** podemos invertir pequeñas sumas de dinero y mediante la tenacidad, la fe y la determinación.



### **ESCENA 59.- ESCENA QUE SEÑALA AL ESPECTADOR**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Finalmente con un flash suave aparece 2 imágenes, la primera una silueta de personas saltando en señal de libertad.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** podremos alcanzar recompensas.



### **ESCENA 59.- ESCENA QUE SEÑALA AL ESPECTADOR**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Luego un par de manos con unas esposas levantadas al cielo pidiendo libertad.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** y liberarnos de la esclavitud a la que se nos ha sometido con el dinero.



### **ESCENA 60.- ESCENA DEL MIEDO**

**PLANO:** PD

**ACCIÓN:** con un zoom in una imagen de unas manos cubriendo un rostro, solamente mostrando un ojo.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** El gran monstruo mental que va a atormentar a mucha gente en sus inicios en esta industria:

**MÚSICA:** “SummerSun” de Martin Oakson



**ESCENA 60.- ESCENA DEL MIEDO**

**PLANO:** PD

**ACCIÓN:** Se fusiona con la imagen de una chica con miedo cubriéndose la cabeza haciendo un zoom in.

**LOCUCIÓN:** **VOZ 1:** es el Miedo. **VOZ 2:** El miedo a lo desconocido, miedo al futuro, miedo a relacionarse y a hablar con la gente.



**ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO**

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Con una transición en zoom in aparece un letrero de cambio y 5 caritas con distintas reacciones emocionales en la parte izquierda.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** La palabra CAMBIO muchas veces es tan fuerte que produce reacciones emocionales.



## **ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO**

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Luego aparece la imagen de un niño con las manos en la cabeza y tapado la boca en señal de que se siente amenazado a la que se hace un zoom in hacia la cara del personaje.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Para algunos representa una amenaza, lo que provoca una resistencia interna, ya sea por costumbre.



## **ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO**

**PLANO:** PG

**ACCIÓN:** Finalmente una imagen de Coaching donde se señala la parte de la zona de confort en la parte derecha resaltándola con un zoom in hacia esa parte.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** o por querer mantenernos en nuestra zona de confort.

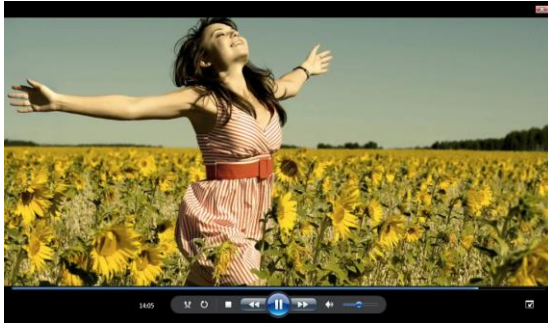


## **ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO A DARSE**

**PLANO:** PM Y PP

**ACCIÓN:** Llega al clímax de la canción y cuando se pronuncia la palabra “lo que eres” hay un cambio de imagen, a una persona sentada sola en un atardecer en la playa a la que se hace un zoom in en acercamiento a un primer plano.

**LOCUCIÓN:** Hay que tomar muy en cuenta que la diferencia entre lo que eres hoy.



### ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO A DARSE

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** luego cambia a una imagen con un flash suave a una chica en una campo con los brazos.

**LOCUCIÓN:** y lo que quieres llegar a ser depende directamente de un



### ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO A DARSE

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** luego vuelve al rótulo de cambio

**LOCUCIÓN:** un cambio que producirá un resultado contundente de carácter



### **ESCENA 61.- ESCENA DEL CAMBIO A DARSE**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Se fusiona la imagen del cambio con una mano dibujada una sonrisa.

**LOCUCIÓN:** y por ende te convertirás en el responsable de tus resultados.



### **ESCENA 62.- ESCENA DE LAS EXCUSAS**

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** aparece un fondo verde claro en el cual aparecen imágenes reforzando textos como: sin dinero

**LOCUCIÓN:** El no tener dinero

**MÚSICA:** “Creo en Ti” de EpicSoul Factory





## ESCENA 62.- ESCENA DE LAS EXCUSAS

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** aparece un fondo verde claro en el cual aparecen imágenes reforzando textos como: seguir trabajando

**LOCUCIÓN:** el no poder dejar un trabajo porque tiene que mantener a los hijos.



## ESCENA 62.- ESCENA DE LAS EXCUSAS

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** aparece un fondo verde claro en el cual aparecen imágenes reforzando textos como: poco relacionado

**LOCUCIÓN:** pensar que no es muy relacionado



## ESCENA 62.- ESCENA DE LAS EXCUSAS

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** aparece un fondo verde claro en el cual aparecen imágenes reforzando textos como: no soy para esto.

**LOCUCIÓN:** o no creerse lo suficientemente inteligente para esto.



## ESCENA 62.- ESCENA DE LAS EXCUSAS

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** aparece un fondo verde claro en el cual aparecen imágenes reforzando textos como: no tengo tiempo.

**LOCUCIÓN:** o tal vez, el hecho de que no tiene tiempo, son excusas más comunes que presentan aquellas personas que quieren convertirse en empresarios, pero que no quieren dar ese primer paso.



### ESCENA 63.- ESCENA DEL TIEMPO LIBRE

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Con un barrido desde la derecha aparece una imagen de unas personas conversando paradas sobre multinivel en el tiempo libre.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** En el sistema de Redes de Mercado existe la posibilidad de crear una estructura de negocio en nuestro tiempo libre.



### ESCENA 63.- ESCENA DEL TIEMPO LIBRE

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Reforzado con la palabra Part Time y un reloj que se mueve desde la derecha a la izquierda hasta desaparecer y luego aparece una fila de dinero.

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** y las excusas deben ser superadas si queremos mayores beneficios y mejores resultados.



#### **ESCENA 64.- ESCENA DEL DINERO**

**PLANO: PM**

**ACCIÓN:** Manteniendo el mismo movimiento del dinero se cambia el fondo a una persona con los brazos abiertos significando libertad financiera

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** La mejor opción sería empezar a construir una estructura de ingresos residuales dentro de la industria de Redes de Mercado.



#### **ESCENA 64.- ESCENA DEL DINERO**

**PLANO: PM Y PP**

**ACCIÓN:** Llegando a primer plano la cantidad de dinero

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Y cuando tus ingresos residuales igualen o superen a tus ingresos lineales.



#### **ESCENA 64.- ESCENA DEL DINERO**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Con un flash fuerte aparece la imagen de una red de mercado cuando la locución dice “es momento de tomar una decisión”

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** es momento de tomar una decisión y optar por un cambio radical para dedicarnos 100% a nuestro negocio de Redes de Mercado



#### **ESCENA 65.- ESCENA DE LA VISIÓN**

**PLANO:** PP Y PD

**ACCIÓN:** Con una transición de barrido desde la derecha aparece la imagen de un personaje con un telescopio que hace un zoom in.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Porque habrás capturado la visión de cómo funciona este tipo de negocios.



## **ESCENA 65.- ESCENA DE LA VISIÓN**

**PLANO:** PP Y PD

**ACCIÓN:** Con un barrido desde la derecha aparece la imagen de una calculadora, monedas

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** habrás cambiado tu filosofía de seguridad por libertad.



## ESCENA 65.- ESCENA DE LA VISIÓN

**PLANO:** PP

**ACCIÓN:** Finalmente aparece con un flash la imagen de las manos con esposas levantadas arriba cambiando la locución para reforzar el mensaje

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Te habrás liberado del concepto de vivir esclavo del dinero.



## ESCENA 66.- ESCENA FINAL

**PLANO:** PP Y PD

**ACCIÓN:** Con un efecto de transición simple aparece la imagen de un capullo de mariposa en zoom in que da un giro de 360 grados.

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Toma muy en cuenta que todo este proceso de metamorfosis y cambios en tu vida van a traer consigo procesos de aprendizaje continuo.



### **ESCENA 66.- ESCENA FINAL**

**PLANO:** PP Y PD

**ACCIÓN:** Con un flash y cambio de locución aparece la mariposa

**LOCUCIÓN: VOZ 2:** Y además estos cambios van a ser el producto de tus sueños y aspiraciones.



### **ESCENA 66.- ESCENA FINAL**

**PLANO:** PP Y PD

**ACCIÓN:** en zoom out hacia el hombro de una mujer donde esta posada la mariposa.

**LOCUCIÓN: VOZ 2** que vienen de tu SER interior.





## **ESCENA 66.- ESCENA FINAL**

**PLANO:** PM

**ACCIÓN:** Finalmente aparece con u flash el texto “Comunícate hoy mismo con la persona que te compartió este video”

**LOCUCIÓN: VOZ 1:** Si tú estás listo para dar este primer paso para un cambio total de vida, comunícate hoy mismo con la persona que te compartió este material.

## **6.6.3 PLAN DE MARKETING PARA LA EMPRESA TOTAL LIFE CHANGES EN LA CIUDAD DE IBARRA**

### **RESUMEN EJECUTIVO**

#### **Descripción de la Empresa**

Total Life Changes (TLC), es una compañía internacional que comercializa productos de salud como: Iaso Tea, Iaso Café, entre otros. Fue creada hace 13 años libre de deudas y con una gerencia de alta experiencia en la industria de redes de mercadeo. La compañía está registrada en Chesterfield, Michigan, Detroit en los Estados Unidos desde el año 1999. En el 2011 inicia la comercialización de sus productos bajo el sistema de

marketing multinivel (MLM), por lo que se considera a una empresa en etapa de concentración, entrando a etapa de momentum.

En la actualidad Total Life Changes puede distribuir sus productos en más de 172 países en todo el mundo incluyendo: Estados Unidos, Canadá, España, India, Malasia, Colombia, México, Perú, Ecuador, Argentina, Chile, Bolivia, Paraguay, Uruguay, Venezuela, Brasil, República Dominicana, Puerto Rico, Panamá, Honduras, Nicaragua, Guatemala, El Salvador y el resto de países latinoamericanos. Con presencia física en algunos de estos como es el caso de Ecuador.

A través de compuestos de plantas orgánicas, frutas y vegetales, Total Life Changes durante más de 13 años ha logrado que millones de personas mejoren su salud en todo el mundo usando los excelentes productos TLC como son: Iaso Tea, Iaso HCG, Iaso NRG, Iaso GANO, Iaso CAFE, Nutra BURST, Iaso Strike UP, entre otros.

### **Plan de Marketing**

El presente plan de marketing para la empresa Total Life Changes contiene las estrategias y acciones de marketing necesarias para un posicionamiento adecuado de esta empresa a nivel de la provincia de Imbabura, a través de la difusión correcta de la Industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel, por medio de las conferencias y el material audiovisual anteriormente mencionado.

Por lo que también se ha definido dentro de las estrategias y acciones de marketing de este plan la promoción de la Industria de Redes de Mercado o Marketing Multinivel

La siguiente fase después de promocionar la Industria de Redes de Mercado es la promoción correcta de la Empresa Total Life Changes a través de 2 puntos base, como son los productos, identificando consumidores y vendedores de los mismos, que muevan el volumen de venta necesario dentro de la compañía; y el otro punto que es el negocio como tal, centrado en la formación de equipos, el plan de compensación y liderazgo.

Para esto se ha definido las estrategias y acciones de marketing necesarias para lograr cumplir el objetivo principal propuesto en este plan de marketing que es el posicionamiento de nombre y de marca de la empresa Total Life Changes en la provincia de Imbabura como resultado de un campaña de difusión de la industria de redes de mercado a través de un híbrido entre estrategias de promoción y publicidad tradicionales y las estrategias que utiliza cada empresa multinivel para el desarrollo de su actividad económica.

## **ANÁLISIS DEL ENTORNO**

### **Antecedentes**

La provincia de Imbabura se ha caracterizado por ser el lugar de donde han salido algunos líderes y networkers reconocidos de las empresas multinivel como por ejemplo: el Sr. Camilo Vela Equipo Presidente de Herbalife y el Sr. Freddy Burgos Diamante Internacional de la empresa 4life Research.

Ambos personajes, oriundos de la provincia de Imbabura con residencia en la ciudad de Quito, que han construido organizaciones de más de 5000 personas a nivel de todo el Ecuador, alcanzando los máximos sitios en cada una de sus compañías.

Siendo este antecedente una de las principales razones de que la empresa Total Life Changes pueda desarrollar efectivamente una red de distribución en la provincia de Imbabura, y pueda a través de un correcto KnowHow desarrollar líderes que encabecen organizaciones internacionales no solamente en esta compañía, sino en nuevas compañías que están ingresando al Ecuador.

### **Fuerzas de Acción Indirecta**

La región 1 del Ecuador (Carchi, Imbabura, Esmeraldas y Sucumbíos), al igual que todo el Ecuador está atravesando por procesos de crisis. Hay provincias donde se está sintiendo mayormente esta crisis, lo que ha traído como consecuencia una disminución considerable de la Población Económicamente Activa (PEA), aproximadamente en 5 puntos. Esto produce la pérdida del poder adquisitivo de los habitantes de esta zona.

Según el INEC, la tasa de desempleo provincial es de 5,1 de la Población Económicamente Activa (PEA). De los 181.175 habitantes de Ibarra, los jóvenes son el 62%. Las entidades públicas son la tercera fuente de empleo. Hay 11.355 funcionarios. La PEA en Ibarra es de 80.669 personas.

El comercio al por mayor y menor es la actividad más importante en el cantón Ibarra, según el Censo Económico del 2010.

Por su situación estratégica, la ciudad se ha convertido en el eje de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos. Su cercanía con Quito le permite funcionar como un centro político administrativo de la región y como nexo comercial con la capital de la República. De un total de 10.330 actividades productivas registradas en el Municipio de Ibarra, la mitad está vinculada a la venta de productos y de servicios.

Las tiendas representaron en ese año el 16% de las actividades económicas que se generaron en el cantón. Los otros sectores son el agropecuario y el industrial. Pero los abarrotes también son la actividad de comercio predominante en Imbabura. En total había 2 615 establecimientos, que generan más de USD 109,2 millones en ingresos anuales.

### **Consumidores**

En un mundo globalizado es común ver como las tendencias de consumo que existen en otros países se adaptan a nuestra realidad no solo del Ecuador, sino también de la ciudad de Ibarra.

En los últimos años el consumidor ecuatoriano, y en general el mundial, realiza compras reflexivas, basando su decisión final en un estudio más detallado del origen, los beneficios y lo saludable que puede ser un producto.

### **Competencia**

A nivel mundial existen aproximadamente unas 2000 empresas de redes de mercadeo que distribuyen distintos productos como:

- Cosméticos
- Productos naturales relacionados con el bienestar.
- Servicios telefónicos
- Joyas
- Productos electrónicos

De estas 2000 empresas existe una considerable cantidad que se encuentran en el Ecuador, de las empresas legales identificadas están: Herbalife, Omnilife, Forever Living Products, 4Life Research, Organo Gold, Ganolife, Total Life Changes, Young Living Essentials Oils, Prolife, NaturesSunshineProducts, EvolvHealth, Nikken, 24Hipermarket, StemTech, Ardyss, Tiens.

Empresas de venta directa como: Yanbal, Avon, Belcorp, Tupperware, Rommanel, Oriflame, Moda Internacional, Zermat.

Empresas de productos electrónicos e intangibles como: TalkFusion, World GMN, Telexfree, Amarillas Internet, GDI, GVO.

Y finalmente empresas todavía no legales que han empezado a distribuir sus productos en Ecuador como son: DXN, Nu Skin, Serenegy, TahitianNoni, Zri, Anway, Forever Green, Gano Itouch, Synergy, MarketAmerica, Xango, Jeunesse.

Sin duda es una gran oferta de empresas Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel distribuyendo distintos productos; y a las cuales cada día se adhieren más personas que se identifican con esta forma de comercialización y sus beneficios.

Actualmente la empresa Total Life Changes se encuentra legalmente constituida en el Ecuador, cuenta con una oficina física en la ciudad de Quito, parte de sus productos ya están con los permisos legales y sanitarios para ser distribuidos y otra parte se encuentra en trámite por legalizarse. Esto le ha permitido obtener una elevada confianza y credibilidad dentro del modelo de comercialización de Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel en el país, pero aún no se ha empezado con una campaña correcta de posicionamiento de marca de la empresa, por lo que es primordial definir las estrategias correctas para posicionar a la empresa Total Life Changes dentro

de la mente de la población de Ibarra y de la Provincia de Imbabura en general.

## **ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN**

Hace unos 30 años atrás el concepto de comercialización de Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel nació en el Ecuador gracias a la empresa Herbalife, quien lo introdujo sus productos naturales relacionados con el bienestar; desde ese tiempo ha venido trabajando de manera informal hasta el año 2009, año que se estableció legalmente y con una oficina corporativa en la ciudad de Quito.

La siguiente empresa después de Herbalife en ingresar al Ecuador fue la empresa Omnilife que sigue la misma línea productos naturales relacionados con el bienestar y que tuvo los mismos inconvenientes que Herbalife hasta estar legalmente en el país, estas empresas fueron los iconos para este modelo de comercialización de Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel en nuestro país. Actualmente hay un sin número de empresas legales y no legales, como lo vimos anteriormente, distribuyendo productos de distintas áreas, beneficiando económicamente a muchas personas que están adheridas a cualquiera de estas empresas.

Cabe destacar que desde que se inicio este modelo de comercialización de Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel en Ecuador, su concepto ha sido visto erróneamente, muchos a favor y otros en contra, algunos asemejan su funcionamiento con esquemas Ponzi o esquemas piramidales, y todo esto debido a una falta de conocimiento e información correcta que debería haber venido por parte de las mismas empresas y las personas asociadas a las estas.

Con la visión de informar correctamente a la población sobre el concepto, funcionamiento y beneficios de este tipo de comercialización, se ve necesario poner en marcha una estrategia de difusión del concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel aplicado a la empresa Total Life Changes, para la ciudad de Ibarra.

Se escogió a la empresa Total Life Changes para esta estrategia debido a que es una empresa nueva en el país, que cuenta con las garantías legales, brindando confianza y credibilidad a las personas que se afilian a la misma, pero no cuentan con un KnowHow o Sistema Educativo como se lo conoce dentro de Redes de Mercadeo.

Las estrategias diseñadas en esta propuesta alternativa van dirigidas principalmente a la profesionalización de los networkers, de forma teórica y práctica. Además pretende ser la única oferta de este tipo a nivel del Ecuador, esta opción tiene la posibilidad de convertirse en una oferta aplicable a cualquier empresa nueva o antigua de Redes de Mercadeo que busque posicionarse correctamente en el mercado ecuatoriano.

## **ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS DE MARKETING**

### **Objetivos Generales**

- Posicionar el nombre y marca de la Empresa Total Life Changes dentro de la ciudad de Ibarra y la Provincia de Imbabura.

### **Objetivos Específicos**

- Incrementar el volumen de ventas de los productos en un 10%.
- Elevar el número de afiliaciones, lo que traería como consecuencia mejores resultados económicos para los Networkers de esta empresa.



- Implementar un KnowHow que cuente con herramientas y actividades que ayuden a cumplir los objetivos anteriores.

## **FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING**

### **Análisis Estratégico**

Como se analizó anteriormente, este modelo de comercialización de Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel en Ecuador se ha sido visto erróneamente, por lo cual se requiere poner en marcha una estrategia de difusión de esta industria, aplicado a la empresa Total Life Changes, para la ciudad de Ibarra, utilizando un híbrido entre publicidad tradicional y redes de mercado, para de esta manera lograr cumplir los objetivos de la presente propuesta alternativa.

Debido a que en la población de Imbabura el sistema de comercialización de Redes de Mercadeo no es algo desconocido, pues algunas empresas vienen distribuyendo sus productos por medio de asociados desde ya tiempo atrás, pero la falta de un Sistema Educativo que los guíe en el proceso produce un porcentaje alto de deserción en los primeros 90 días. Por esta razón muchas personas pierden la credibilidad en las Redes de Mercadeo, por esta razón es necesario que la difusión sea con fuerza e impacto, para que se pueda posicionar correctamente el concepto de redes de mercado o marketing multinivel y de la misma manera a la empresa Total Life Changes, dentro de la ciudad de Ibarra de manera local y posteriormente a nivel nacional.

## **Concepto Estratégico**

Las Estrategias diseñadas en esta propuesta alternativa van dirigidas principalmente a la profesionalización de los networkers, de forma teórica y práctica. Para poder alcanzar los objetivos propuestos, incrementar las ventas y elevar el nivel de afiliaciones a nuevos asociados, la campaña publicitaria se manejará en los principales medios de comunicación local y a través de herramientas tecnológicas y material POP adecuado.

Se organizará una serie de conferencias genéricas sobre Redes de Mercadeo, para captar la total atención del público en general y especialmente encontrar ese público objetivo que luego formará parte de esta industria. Para la difusión de dichas conferencias se utilizará los medios de comunicación tradicionales de la localidad (entrevistas en radio, televisión y medios impresos), así como también se utilizará material POP (afiches, flyers, nota de prensa) generando de esta manera una expectativa masiva.

La Estrategia sería empezar con pie derecho y mantener la serie de conferencias genéricas de manera informativa y dar seguimiento al público interesado ya sea como un consumidor o distribuidor.

## **Segmentación de Mercado**

El mercado al que se dirige con esta campaña es al público de segmento medio, medio alto y alto. Comprendidos entre las edades de 30 a 45 años.

A través de las entrevistas en radio, televisión se llegaría a cubrir el segmento de los adultos, mientras que a través de los medios impresos (afiches, flyers, nota de prensa) se llegaría a los adolescentes de estrato medio, medio alto con la posibilidad de llegar a estrato alto también por medio de la viralización a través de las redes sociales.

## **Mercado Meta**

El mercado meta para las acciones a desarrollarse dentro de este plan de marketing son principalmente los estudiantes de los últimos niveles de marketing, administración de empresas, carreras afines a negocios, y profesores de estas carreras, egresados que no han encontrado todavía fuentes de trabajo o que no están conformes con el puesto laboral que tienen actualmente.

## **Posicionamiento**

El principal objetivo de este plan de marketing es el posicionamiento del nombre y marca de la Empresa Total Life Changes dentro de la mente de la ciudadanía ibarreña, creando un sentido de pertenencia a nivel de la población de la ciudad de Ibarra.

Empezando con una serie de conferencia genéricas sobre redes de mercadeo se pretende difundir este concepto y vincular a las personas interesadas a la empresa Total Life Changes.

Si se logra una difusión correcta del concepto de redes de mercadeo como consecuencia se lograría el posicionamiento correcto de la empresa Total Life Changes dentro de este modelo de comercialización, garantizando el éxito y la permanencia de esta empresa en la ciudad de Ibarra así como en el resto del Ecuador. Esto garantizaría un flujo constante de consumidores y distribuidores para los productos de esta empresa.

## Marketing Mix

Dentro de este aspecto se va a desarrollar las estrategias que vayan guiadas a las 4Ps de marketing que son:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

## ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONADAS CON LOS PRODUCTOS

Los productos de la compañía Total Life Changes se dividen en 9 grupos:

- Desintoxicantes.- Iaso Tea
- Energizantes.- Iaso NRG
- Multivitaminas.- Nutra Burst – Techui
- Sistema Inmunológico.- Iaso Gano
- Café.- Iaso Café Cappuccino – Iaso Café Chocolate – Iaso Café Mocha – Iaso Café Black – Iaso Café Latin Style -
- Bajar de Peso.- Iaso HCG – Café delgada
- Cuidado de la Piel.- IasoRénique – Iaso Exfolia – Iaso Ojos – IasoPomica – Iaso Sol – Iaso Luna – IasoOil – Iaso Kiss
- Potenciadores sexuales.- Strike Up – IasoLove
- Aromaterapia.- Frankincense - Lavander – Lemon – Orange – Pepermint – Gladiator - Gladiator soap

## ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONADAS CON LOS PRODUCTOS

Los precios que maneja la compañía sin el pago de envío a Ecuador y el 5% de salida de capitales es el siguiente:

- Iaso Tea = \$39.95 las 4 unidades
- Iaso NRG = \$49.95 el frasco
- Nutra Burst = \$39.95 la botella
- Techui = \$54.95 el frasco
- Iaso Gano = \$54.95 el frasco
- Iaso Café Cappuccino = \$24.95 la caja
- Iaso Café Chocolate = \$19.95 la caja
- Iaso Café Mocha = \$24.95 la caja
- Iaso Café Black = \$19.95 la caja
- Iaso Café Latin Style = \$17.00 la caja
- Iaso HCG = \$54.95 el frasco
- Café delgada = \$44.95 la caja
- IasoRénique = \$59.95 la ampollita
- Iaso Exfolia = \$54.95 el frasco
- Iaso Ojos = \$49.95 la botella
- IasoPomica = \$41.95 la botella
- Iaso Sol = \$49.95 la botella

- Iaso Luna = \$54.95 la botella
- IasoOil = \$29.95 la botella
- Iaso Kiss = \$19.95 la unidad
- Strike Up = \$49.95 las 6 cápsulas
- IasoLove = \$49.95 las 6 cápsulas
- Frankincense = \$52.00 la botella de 10ml
- Lavander = \$26.00 la botella de 15ml
- Lemon = \$14.00 la botella de 15ml
- Orange = \$14.00 la botella de 15ml
- Pepermint = \$16.00 la botella de 15ml
- Gladiator = \$29.00 la botella de 10ml
- Gladiatorsoap = \$8.75 la unidad

## ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONADAS CON LA PLAZA

Debido a que la compañía maneja directamente los envíos a cada país el mercado sería 110 países. Y debido a que Ecuador está en trámite los registros sanitarios, el momento en que se legalice los productos en el país, se contaría con una distribución en las 23 provincias del Ecuador directamente desde la ciudad de Quito, donde se ubican las oficinas principales en la 6 de Diciembre y Naciones Unidas.

## ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONADAS CON LA PROMOCIÓN

Para el desarrollo de las estrategias de marketing se ha dividido en dos fases:

- La primera que es una campaña informativa de difusión para el concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel, donde se incluye la publicidad en medios de comunicación tradicionales, la utilización del internet (página de captura y redes sociales), el material POP (DVD, Cd y manual) y la conferencia genérica de Redes de Mercado.
- La segunda fase comprende la campaña de difusión y posicionamiento de la empresa Total Life Changes en la provincia de Imbabura, utilizando la publicidad en medios masivos de la localidad, utilizando también el internet, material POP específico de la compañía y los modelos de presentación de negocio ya sea como entrevista o reuniones grandes (Mega Plan).

## **FORMULACIÓN DE TÁCTICAS DE MARKETING**

### **RELACIONADAS CON LA PROMOCIÓN DE PROFESIONALES DEL SIGLO 21**

#### **Publicidad de Lanzamiento Mass-Media**

Para promocionar la profesión de networkers como marca Profesionales del Siglo 21, se realizará dos notas de prensa, una en el diario la Hora y la otra en el diario del Norte; también se apoyará dicha promoción a través de entrevistas tanto en radio y televisión locales de la ciudad de Ibarra. Las

radios a utilizarse son: EXA, Canela, América, Vocú, los 40 principales y como canales de televisión estarían TVN y UTV.

## Página Web

Se desarrollará una página web dentro del dominio [www.profesionales21.com](http://www.profesionales21.com) con un formulario de captura adjunto al video promocional de la industria de redes, apoyado también con texto que permita obtener subscriptores a un sistema de autorespuesta, a los cuales se les dará seguimiento por medio del email marketing.



## Material POP

Elaboración de material POP:

- Afiches de la conferencia Profesionales del Siglo 21
- Flyers de la conferencia Profesionales del Siglo 21



- DVD y Cd con su respectivo manual explicativo sobre la industria de redes de mercado.

**TOTAL LIFE CHANGES**

**SÁBADO 5 DE OCTUBRE / 17H00**  
**AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA**

**1<sup>RA.</sup> CONFERENCIA**  
**REDES DE MERCADERO**

La Oportunidad  
De Una Tendencia  
Financiera

 (593) 981483935  
 info@profesionales21.com

 /Profesionales21  /Profesionales21  /Profesionales21



The poster features a group of ten business professionals in suits standing in a line against a dark background with a world map. A red banner across the middle contains the event title. Below the banner, there is a graphic of a network of people icons connected by lines, overlaid on a person's hand holding a tablet. The bottom of the poster includes contact information and social media handles.

**TOTAL LIFE CHANGES**

SÁBADO 5 DE OCTUBRE / 17H00  
AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA

**1ra. CONFERENCIA  
REDES DE MERCADERO**

La Oportunidad De  
Una Tendencia  
Financiera





 (593) 981483935  
 info@profesionales21.com

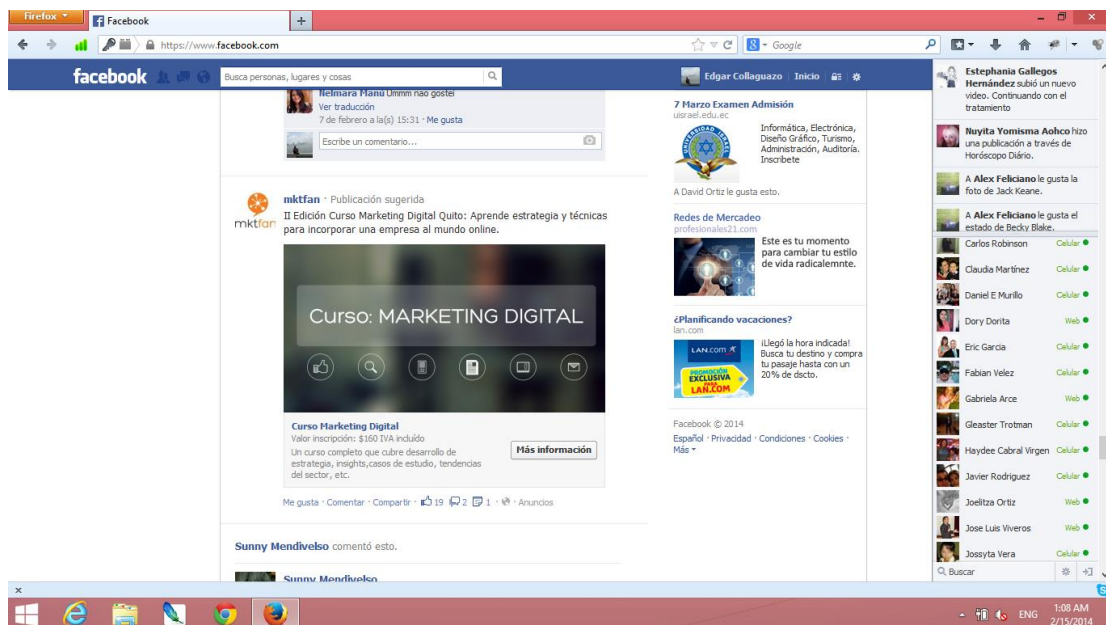
 /Profesionales21  /Profesionales21  /Profesionales21

## Conferencia

Se desarrollará una serie de conferencias genéricas sobre redes de mercadeo iniciando desde el sábado 5 de octubre del 2014 en la Universidad Técnica del Norte en el Auditorio Agustín Cueva que irán dirigidas a estudiantes y profesores de carreras administrativas, personal administrativo de la Universidad y público en general.

## Redes Sociales

Se pondrá en marcha una campaña de Facebook ads que se direccionará al formulario de captura de la página web creada con el fin de obtener suscriptores de la ciudad de Ibarra con lo que se pueda mantener contacto frecuente a través del email marketing.



## RELACIONADAS CON LA PROMOCIÓN DE LA EMPRESA TOTAL LIFE CHANGES

### Publicidad de Lanzamiento Mass-Media

Se planifica realizar dos notas de prensa sobre la empresa Total Life Changes y sus productos en los dos principales diarios de la ciudad. Apoyado esta estrategia se agendará entrevistas tanto en radio y televisión

locales de la ciudad de Ibarra promocionando la oportunidad de negocio de la empresa Total Life Changes y sus productos.

## Página Web

Se desarrollará una página web con un formulario de captura y de esta manera obtener subscriptores y por medio una campaña de email marketing enviarles información sobre la oportunidad de negocio de la empresa Total Life Changes dentro del dominio [www.iasointernacional.info](http://www.iasointernacional.info)



## Material POP

Elaboración de material POP:

- DVD con información de los productos.
- Catálogo de productos de la empresa Total Life Changes anexo al mismo DVD.

**PROFESIONALES DEL SIGLO 21**

Estamos atravesando un momento crucial en nuestras vidas, acabamos de pasar algo que se llamaba la Era Industrial; y desde 1989 en muchos países se está viviendo una nueva era; la Era de la Información, la Era de la Tecnología o la Era del Conocimiento...

Y en esta última década, es cuando se hará más visible el cambio de época, donde terminarán los empleos y saldrán los nuevos empresarios con un nuevo sistema de generar ingresos en todos los países alrededor del mundo.

Hoy día, en todo el mundo se está viviendo una Ola de cambios: el concepto del empleo está desapareciendo, los negocios tradicionales (negocios físicos), ahora ya no tienen el mismo resultado que hace algunos años atrás, y las franquicias, que son los modelos productivos de transición de Era, están teniendo verdaderos problemas en algunos países.

Son éstas y muchas razones más, por las que en esta década, se verá un cambio económico mundial, ya que a través de la globalización se está empezando a redistribuir la economía a nivel de todo el globo terráqueo. La industria que está haciendo realidad lo dicho anteriormente, es la industria del Network Marketing, Marketing Multinivel o las, hoy en día cada vez más famosas, Redes de Mercado.

Con este manual en tus manos va a ser posible conocer todas las verdades del Network Marketing, Redes de Mercado o Marketing Multinivel que son los mismos conceptos.

Este nuevo sistema de profesionalización hará que personas normales con ganas de progresar, de convertirse en los nuevos empresarios de esta década, puedan acceder a esta fabulosa profesionalización.

Este es un manual 100% educativo, y de fácil entendimiento, solamente necesitas concentrarte y aprender.

**TOTAL LIFE CHANGES**

**CATÁLOGO DE PRODUCTOS**

**TOTAL LIFE CHANGES**



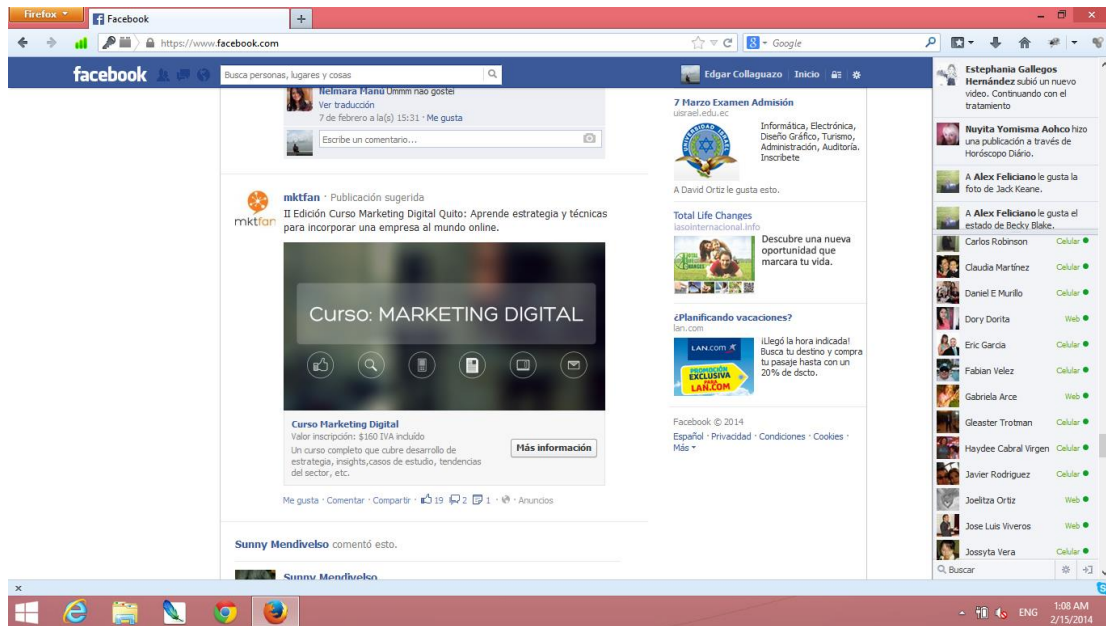
## **Presentaciones**

Después de haber asistido a la conferencia genérica de Redes de Mercado o después de haber visto el material de contacto (DVD y manual), las personas interesadas en participar en la Empresa Total Life Changes pasarán a una entrevista personal de negocios donde cada uno de ellos podrá identificarse con este tipo de negocios y se darán cuenta si tienen el perfil idóneo para formar parte de la empresa.

Se realizará Mega Planes una vez a la semana, que son presentaciones de negocio formal que tiene el objetivo de informar sobre la oportunidad de negocio que ofrece la empresa Total Life Changes al público en general. Estas presentaciones se las puede realizar en un local propio de la empresa, en un local público (hotel, sala de eventos, etc.) o en cualquier tipo de institución.

## **Redes Sociales**

Se pondrá en marcha una campaña de facebookads que se direccionará al formulario de captura de la página web [www.iasointernacional.info](http://www.iasointernacional.info), y de esta manera por medio de email marketing enviar información de la empresa Total Life Changes a las personas interesadas ya sea en sus productos o en la oportunidad de negocio.



## 6.6.4. CONFERENCIA DE LANZAMIENTO DEL MATERIAL DE REDES DE MERCADO

### 6.6.4.1 Planteamiento del Problema

Actualmente nos encontramos en una época de cambios económicos, del cambio de la era industrial a la era de la información, aparece una etapa de transición o crisis económica a nivel mundial, donde se pone de manifiesto la falta de empleo y el fracaso en algunos negocios tradicionales.

En la actualidad el enfoque de las empresas es reducir los costos, especialmente la mano de obra que se la ha reemplazado por maquinaria, con el objetivo de aumentar la productividad. Debido al nivel de competitividad que hay actualmente en el mercado, las empresas deben ofrecer mayor calidad de productos y servicios, y cada vez a menor precio.

Es en esta época de transición donde toma auge una propuesta económica y social, como una solución a esta crisis mundial. Una propuesta que ahora es aprovechada por un millón de personas, aproximadamente, cada mes en todo el mundo. Esta propuesta económica utilizada hoy en día por miles de empresas y acogida por millones de personas alrededor del mundo se le conoce por el nombre de Network Marketing, Marketing por Relaciones o Redes de Mercado.

Este concepto tiene la posibilidad de generar mayor cantidad de clientes por medio de la distribución directa o de lo que se conoce como el boca a boca, lo que trae consigo la disminución de precios en los productos y la posibilidad de crear oportunidades de negocio dentro de la libre empresa para cualquier persona con perfil emprendedor.

Este sistema de distribución garantiza la calidad del producto, debido a la reducción de inversión en publicidad tradicional e intermediación, y también crea la posibilidad de que los consumidores obtengan porcentajes de las utilidades de la empresa, simplemente por compartir la información de los productos o de la oportunidad de negocio. En lugar de pagar grandes cantidades de dinero en publicidad (prensa, radio y tv), les pagan a los consumidores el momento que se convierten en distribuidores independientes o dueños de su propio negocio y patrocinan a nuevos consumidores, distribuidores o a personas que quieran desarrollar la misma oportunidad de negocio (networkers).

Los productos que se venden por recomendación directa tienen que ser excelentes, la redes de mercadeo o marketing multinivel tiene que manejar productos de primera calidad porque se basan en una duplicación oral del beneficio que el cliente obtuvo de dicho producto, si el producto es bueno entonces la gente recomienda como promedio de tres a cuatro personas,



pero si el producto no cumpliera con las expectativas que se ofrece la duplicación negativa sería de diez a once personas.

Además las personas pueden utilizar este canal de distribución como un negocio para su tiempo libre, puede uno llegar a hacer carrera en este negocio, o simplemente obtener los beneficios de los productos que se distribuyen por medio de este sistema.

En estos últimos años un gran porcentaje de personas que integran este tipo de negocio y quieren llegar a hacerlo de manera profesional, fracasan en sus inicios. Fracasan por no cambiar paradigmas mentales establecidos como son: la diferencia de mentalidad entre un empleado y un empresario, la diferencia entre invertir y gastar, la diferencia entre tener un negocio seguro y tener un negocio que brinde libertad; además fracasan por el desconocimiento del concepto real de la industria redes de mercado o marketing multinivel, así como también se puede fracasar en esta industria debido a problemas de autoestima, aspectos de crecimiento personal y manejo de miedos en general.

En muchos países alrededor del mundo el concepto de redes de mercado, marketing multinivel o network marketing es muy conocido y aceptado totalmente, por convertirse hoy en día en la solución a los problemas financieros para muchas personas, pero todavía en Ecuador y especialmente en la ciudad de Ibarra hay un gran desconocimiento del tema, un desconocimiento total del concepto, por lo que se hace necesario dar a conocer exactamente en qué consiste el término Redes de Mercado o Marketing Multinivel en la ciudad de Ibarra, para que de esta manera las empresas y los afiliados a estas, busquen la manera correcta de llegar a dar a conocer este concepto.

#### **6.6.4.2 Delimitación del problema propuesto**

Difusión del concepto de Redes de Mercado o Marketing Multinivel aplicado a la empresa Total Life Changes, para la ciudad de Ibarra, mediante la organización de una conferencia pública en el Auditorio Agustín Cueva de la Universidad Técnica del Norte.

#### **6.6.4.3 Objetivos**

##### **6.6.4.3.1 Objetivo General**

Organizar una conferencia pública para informar exactamente en qué consiste el término Redes de Mercado o Marketing Multinivel.

##### **6.6.4.3.2 Objetivos Específicos**

- Desarrollar una base de datos con las personas que asistan a la conferencia.
- Promocionar la venta del material genérico y el material específico de la compañía TLC
- Utilizar toda la base de datos adquirida en la conferencia para trabajar con el material y el KnowHow de la empresa Total Life Changes a través de telemarketing, visitas personales a los hogares, email marketing.

#### **6.6.4.4 Justificación**

Hace más de 60 años, nace una mega-tendencia, que en la actualidad ha demostrado ser la mejor forma de aumentar las ventas, bajar costos de distribución, mejorar la rentabilidad, y como consecuencia subir la calidad en el producto de las empresas, beneficiándose de esta manera la fábrica y el consumidor final.

El sistema tradicional de distribución esta colapsando, ya que la fábrica pone a disposición un producto para cubrir una necesidad determinada, y este producto llega al consumidor final a través de un proceso de intermediación (exportadores, importadores, mayoristas, minoristas, almacenes, publicidad, gastos administrativos, etc.), que lo único que hacen es incrementar el precio final, sin que en el proceso de pasar de mano en mano se le haya incrementado alguna mejora al producto.

Desde la fábrica a través de los costos de producción y las utilidades que ellos necesitan, empieza a incrementarse el precio del producto en un 40%; con sistema de distribución tradicional a través de la intermediación se incrementa el precio en un 60% más, con lo que el consumidor final es el que paga el 100%; donde se encuentran contenidos los costos de producción, mano de obra, utilidades de la fábrica, gastos de publicidad, importadores, exportadores, gastos administrativos, arriendos, vendedores en todas sus categorías, etc.

Por ejemplo: un producto de fábrica, con costos y utilidad sale a un valor de 1 dólar y puede llegar a costar 10 dólares, por la cadena de intermediación, e incluso 100 dólares si hay acaparamiento o especulación, y si el producto es bueno y necesario.

La idea de esta mega-tendencia (redes de mercado) se basa en la proactividad de los consumidores. Dentro de este sistema de distribución se

elimina el sistema tradicional de intermediación, que consiste en la venta a través de intermediarios y publicidad en medios masivos tradicionales (tv, radio y prensa), debido a que estos ya no tienen el mismo impacto que hace algunos años atrás; hoy cuando aparece una publicidad en televisión las personas cambiamos de canal (zapping), o se prefiere escuchar radios donde no haya tanta publicidad o escuchar cds solo de música; por lo que la publicidad más efectiva es la dirigida a un segmento de mercado específico a través de revistas especializadas o a través de filtros en el internet, como son google adwords, yahoo pago por click, facebookads, etc., que son estrategias de marketing dirigidas a potenciales clientes de un producto o servicio.

Todo lo dicho anteriormente desemboca en que no estamos en una época de cambios como mucha gente lo dice, sino que estamos en un cambio de época total, se ha pasado por algo que se llamaba la era industrial a otra época que es la era de la información o de la tecnología, donde todos los consumidores no necesitan que publicidad y vendedores cuenten que hay en el mercado, sino se puede obtener la información solamente entrando a internet, ahí se puede encontrar todo la información que se está buscando.

Todo ese dinero que se están ganando los intermediarios y todo lo que se gasta en publicidad que son millones de dólares (que al final se lo cargan a precio de los productos), lo que se trata de obtener a través del marketing por relaciones, redes de mercado, marketing multinivel, mercadeo en red, como queramos llamarlo, es que de la fábrica le llegue al consumidor final directamente el producto, a precio de fábrica o a cómodos precios, y además que todo ese dinero que se estaba quedando en los intermediarios se lo puedan pagar a los consumidores permanentes de un producto, si simplemente lo recomiendan o llevan la información a un determinado grupo de personas, aplicando nuevas técnicas de mercadeo que no tienen un alto costo. De esta forma se puede expandir el negocio a nivel global sin la

necesidad de salir de la comodidad del hogar y con esto poder tener una mejor redistribución de la economía a nivel mundial. El internet permite generar divisas de otros países y llevarlo a países como el nuestro donde casi no existen posibilidades de éxito con empleos o con negocios tradicionales.

El desarrollo y ejecución de la **1ra.Conferencia “Redes de Mercadeo”** beneficiará a toda la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, especialmente a la población que no cuenta con un trabajo fijo, con ingresos dignos y que tienen la disposición de aprender cómo desarrollar su propio negocio a través de la libre empresa; por lo que se hace necesario el conocimiento y explicación sobre este concepto y modelo de negocio. Además de los beneficios de tener ingresos extras que ayuden a mejorar la calidad de vida de las familias.

#### 6.6.4.5 **Requerimiento Humano**

Teniendo la idealización de la conferencia, vamos a requerir para su ejecución correcta de varios elementos como: el auspiciante y personal humano.

- Conferencista
- Anfitrión
- Diseñador
- Promotor web y redes sociales
- Tramitador de permisos.

## 1RA. CONFERENCIA REDES DE MERCADEO

### DATOS TÉCNICOS Y DEMOGRÁFICOS

**Ciudad:**

Ibarra

**Tipo de evento:**

Conferencia pública

**Convocatoria:**

- Estudiantes de marketing, Administración de Empresas y carreras afines a negocios.
- Profesores de estas carreras.
- Personal administrativo en general de la Universidad Técnica del Norte.
- Público en general, invitados por los distribuidores de la compañía Total Life Changes.

**Nombre de evento:**

1ra. Conferencia “Redes de Mercadeo”

**Lugar:**

Auditorio Agustín Cueva de la Universidad Técnica del Norte.

**Capacidad:**

300 personas

**Fecha tentativa:**

04 de octubre 2014

**Valor tipo de entrada:**

Gratuita

**Hora inicio:**

17h00

**Hora finalización:**

19h00

**Duración total de evento:**

2 horas

**Empresario socio/inversionista:**

Empresa Total Life Changes

**Idealización, desarrollo y promoción:**

Edgar Collaguazo y Santiago Garrido

**DE LA CIUDAD Y PROVINCIA**

**País:**

Ecuador

**Ciudad:**

Ibarra

**Provincia:**

Imbabura

**Región**

Sierra

**Población ciudad**

Habitantes.

**Población provincia**

Habitantes

**Límite Norte:**

Provincia del Carchi y Esmeraldas

**Límite Sur:**

Provincia de Pichincha

**Limite Este:**

Provincias de Sucumbíos y Napo

**Límite Oeste:**

Provincia de Esmeraldas

**Lugar:**

Auditorio Agustín Cueva de la Universidad Técnica del Norte.

**Capacidad:**

300 personas

**DE LA SEGURIDAD**

NO bebidas alcohólicas

NO llevar niños pequeños

Además especificar y señalar correctamente las vías de acceso y de emergencia, para tener un correcto flujo de tráfico tanto al ingreso, al salir o si alguien desea dirigirse hacia los puntos de los servicios higiénicos.

**DEL MONTAJE ESCÉNICO**

Proveer el mejor equipo de sonido y video acorde al requerimiento del conferencista, garantizando la nitidez, acústica y funcionalidad de los mismos en beneficio del público y de la propia conferencia.

**DE LA ENTRADA A LA CONFERENCIA**

Establecer los permisos necesarios por las autoridades de la Universidad Técnica del Norte para el uso del Auditorio Agustín Cueva para el desarrollo de la conferencia que será totalmente gratuita.

**DE LA CONTRATACIÓN DEL CONFERENCISTA**

El conferencista que se contratará como expositor para la 1ra. Conferencia “Redes de Mercadeo”, deberá ser una persona que maneje el tema a tratar y además que se encuentre desarrollando un negocio de redes de mercado y que tenga resultados del mismo.



## **DE LA PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN**

El tipo de publicidad que emplearemos en la **1RA. CONFERENCIA “REDES DE CONFERENCIA”**, se basa en una estrategia completa cuyas tácticas y acciones está enfocan en:

Publicidad de lanzamiento mass-media: nota de prensa, entrevista radio y televisión

Página web: Formulario de captura

Material Pop: Flyers, afiches, DVD y manual

Redes Sociales: Fan Page y campaña de facebookads

## **PLAN ESTRATÉGICO DE PROMOCIÓN**

### **Fase 1:**

- Elaboración del Arte final del afiche y flyer de la 1RA. CONFERENCIA “REDES DE MERCADEO”.

Ejemplo de afiche:



SÁBADO 5 DE OCTUBRE / 17H00  
AUDITORIO AGUSTÍN CUEVA



# 1ª. CONFERENCIA REDES DE MERCADERO

La Oportunidad  
De Una Tendencia  
Financiera



(593) 981483935



info@profesionales21.com



/Profesionales21



/Profesionales21



/Profesionales21

Ejemplo de flyer:



**Fase 2:**

- Entrevista en el canal de la Universidad y en la Televisora del Norte (TV9), en formato nota.

- TELEVISORA DE LA UNIVERSIDAD



- TELEVISORA DEL NORTE



- Publicación de una nota de prensa de la conferencia en el diario del Norte y el diario La Hora.

- DIARIO DEL NORTE



- DIARIO LA HORA



- Entrevistas para promocionar la conferencia en radios reconocidas de la ciudad como: La Mega, Exa, Vocú, América y Canela.

- LA MEGA



- EXA



- VOUU



- AMERICA



- CANELA



### **Fase 3 (se contiene dentro de las fases 1 y 2):**

Constante promoción de la conferencia a través de la entrega de flyers en el centro de la ciudad de Ibarra y en la misma universidad. Además de promoción por medio de redes sociales y la formulario de captura.

Colocación de afiches de la conferencia en lugares estratégicos en el centro de la ciudad de Ibarra.

### **Material de publicidad directa:**

Diseño, impresión y colocación de 1000 Afiches colocados en puntos estratégicos de mayor flujo de tráfico en la ciudad de Ibarra.

Diseño e Impresión de 5000 Flyers y distribución de las mismas en: Centros Comerciales, Oficinas, Universidades,... etc.

El diseño de un flyer y afiche nos permitirá informar de mejor manera a nuestro público acerca de la 1RA CONFERENCIA “REDESDE MERCADEO”, contendrá información como:

- Logotipo del auspiciante
- Fecha y lugar a realizarse la conferencia
- Hora de inicio.
- Información para contacto (email y teléfono)
- Conexión de enlaces para las sociales
- Código qr enlazado al formulario de captura

### DEL PRESUPUESTO

PRESUPUESTO	
Nota de Presa Diarios Locales	\$ 70,00
Entrevista Radios Locales	\$ -
Entrevista de televisión local	\$ -
Formulario de captura (página web)	\$ 20,00
Flyers, Afiches, DVD y Manual	\$ 1300,00
Campaña de facebook ads	\$ 200,00
Conferencista	\$ 300,00
Gastos varios y permisos	\$ 100,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1990,00</b>

Valor total a invertir en la conferencia: 1990.00USD

### 6.6.5 Programa Maestro

PROGRAMA MAESTRO						
ESTRATEGIAS	TÁCTICAS	ACCIONES	OCT.	NOV.	DIC.	PRESUPUESTO
<b>Relacionadas con de la PROMOCIÓN Profesionales del Siglo 21</b>	Publicidad de lanzamiento mass-media	<i>Nota de Presa Diarios Locales</i>				\$ 70,00
		<i>Entrevista Radios Locales</i>				\$ -
		<i>Entrevista de televisión local</i>				\$ -
	Pagina web	<i>Formulario de captura</i>				\$ 20,00
	Material POP	<i>Flyers, Afiches</i>				\$ 300,00
		<i>DVD y Manual</i>				\$ 1.000,00
	Conferencia	<i>Conferencia Genérica</i>				\$ 200,00
Redes sociales	<i>Campaña de facebookads</i>				\$ 100,00	
<b>Relacionadas con la PROMOCIÓN de la empresa Total Life Changes</b>	Publicidad de lanzamiento mass-media	<i>Nota de Presa Diarios Locales</i>				\$ 70,00
		<i>Entrevista Radios Locales</i>				\$ -
		<i>Entrevista de televisión local</i>				\$ -
	Pagina web	<i>Formulario de captura</i>				\$ 20,00
	Material POP	<i>DVD y Catalogo</i>				\$ 1.000,00
	Presentaciones	<i>Entrevistas Personales</i>				\$ -
		<i>Mega Plan</i>				\$ -
Redes sociales	<i>Campaña de facebookads</i>				\$ 100,00	
					<b>Total</b>	<b>\$ 2880,00</b>

### 6.7 Impactos

Dentro de los Impactos que se pretende alcanzar con la ejecución de esta propuesta alternativa están los siguientes:

- Primeramente en el ámbito educativo, especialmente para los estudiantes de carreras afines a publicidad, marketing, administración de empresas ya que con esta propuesta alternativa se pretende actualizar a dichos estudiantes con estas nuevas alternativas productivas, así como en ésta estrategia de distribución.
- Dentro del aspecto social la repercusión que pretende transmitir el presente manual y su contenido es de concientizar a la sociedad y sus individuos que las Redes de Mercadeo o Marketing Multinivel hoy en

día es una industria reconocida mundialmente que procede bajo leyes y normas legales; desempañando de esta forma la falta o mala información de esta industria y en el peor de los casos confundiéndola con Esquemas Ponzi (pirámides).

- La información del presente manual en el ámbito filosófico busca enfatizar en la sociedad y sus individuos que hoy en día hay grandes cambios; donde la mayor parte de la población piensa que hay cambios en la era pero la realidad es que estamos en un total cambio de era, dejando atrás la era industrial por la era de la información donde todo el universo que conocían nuestras generaciones pasadas... ya no existe.
- Dentro del aspecto económico este sistema de distribución al momento de eliminar la cadena de intermediación (exportadores, importadores, mayoristas, minoristas, almacenes, etc.), que se mantiene en una distribución tradicional, permite que los consumidores obtengan productos o servicios a precio de fábrica y si a la vez forman parte de este modelo de negocio como distribuidores independientes se beneficien de los ingresos residuales que se generan en esta industria.

## 6.8 Difusión

El dinamismo del mercado hoy en día cuenta con un gran alcance tanto local como global, por ello la difusión de la propuesta alternativa plasmada en el presente manual se la va a dar a conocer a la sociedad de la siguiente manera:

- Dentro charlas informativas impartidas a los estudiantes de carreras afines a publicidad, marketing, administración de empresas.



- Por medio de foros online abiertos donde los individuos de la sociedad tengan un espacio libre y puedan expresar sus opiniones sobre el tema, así como dentro de las entrevistas en televisión y radios locales.
- Se facilitara el presente manual a docentes que impartan las carreras afines a publicidad, marketing, administración de empresas, como tema de estudio para las futuras promociones de profesionales.

## **6.9 Bibliografía**

1.- BEAS Miguel Ángel (2007) “Millonarios por Multinivel”, Editorial Traffort, Canadá.

2.- FAILLA Javier (2007) “Los Mercados MNM”, 4ta Edición, México.

3.- GAGE Randy (2010) “La Revolución MLM, El Manifiesto”, Traducido por Félix Lopera, Colombia.

4.- GARCIA Sánchez María Dolores (2007) “Marketing Multinivel”, ESIC Editorial, Madrid, España.

5.- KIYOSAKI Robert (2008) “Escuela de Negocios”, Editorial Aguilar, 3er edición, México.

6.- KIYOSAKI Robert (2010) “El Negocio del Siglo XXI”, Editorial Aguilar, 1er edición, México.

7.- KIYOSAKI Robert (2008) “Antes de Renunciar a tu Empleo”, Editorial Aguilar, 3er edición, México.

8.- KIYOSAKI Robert y TRUMP Donald (2009) “Queremos que seas rico”, Santillana Ediciones Generales, 1er edición, México.

9.- KOTLER Philip (2008) “Las Preguntas Más Frecuentes Sobre Marketing”

10.- NEVÁREZ Herminio (2010) “La Guía del Éxito”, Tercera Edición, Puerto Rico.

11.- POE Richard (2005) “Ola 4 – La Nueva Era del Network Marketing”, 2da Edición.

12.- POE Richard (2004) “Ola 4 – La Nueva Era del Network Marketing”, 3ra Edición, Argentina

13.- PORATTI Gustavo Gabriel (2010) “El Shock del Siglo XXI ¿Por qué el mundo va hacia una crisis? ¿Cómo haremos para salir de ella?”, Editorial Red Universitaria, Argentina.

14.- SINGER Blair (2007) “Vendedores Perros”, Editorial Aguilar, 1er Edición, México.

15.- YARNELL Mark, 2007, “Mi primer año en el network marketing”, 3ra Edición, Argentina.

## ANEXOS

### 1.- Matriz de Coherencia

<b>PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
* ¿Qué nivel de aceptación tienen las redes de mercado o marketing multinivel en la ciudad de Ibarra?	* Conocer el nivel de aceptación del concepto de redes de mercado o marketing multinivel en la ciudad de Ibarra
<b>SUB-PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>
* ¿Cuál es el nivel de aceptación de los productos que se distribuyen a través de redes de mercado?	* Conocer a través de encuestas el porcentaje de aceptación y de rechazo de los productos que llegan al consumidor a través de la distribución por redes de mercado.
* ¿Qué tipo de productos se distribuyen a través de redes de mercado en la ciudad de Ibarra?	* Proponer un listado del tipo de productos y servicios que se pueden distribuir a por medio de redes de mercado.
* ¿Qué beneficios se obtiene al consumir productos de redes de mercado?	* Analizar los beneficios que se pueden obtener de los productos que se distribuyen a través de redes de mercado.

## 2.- Encuesta

### ENCUESTA SOBRE EL NIVEL DE ACEPTACION DE LAS REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL EN LA CIUDAD DE IBARRA

Marque con una X la respuesta que crea conveniente

**1. Ha escuchado alguna vez ¿qué es una red de mercado o marketing multinivel?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

EXPLIQUE \_\_\_\_\_

**2. ¿Cuál de las siguientes empresas de red de mercado conoce?**

Avon \_\_\_\_\_ Amway \_\_\_\_\_ Herbalife \_\_\_\_\_ Nuskin \_\_\_\_\_ Oriflame \_\_\_\_\_

Organo Gold \_\_\_\_\_ Gano Excel \_\_\_\_\_ 4life \_\_\_\_\_ Amarillas Internet \_\_\_\_\_

Omnlife \_\_\_\_\_ Romanel \_\_\_\_\_ Moda Internacional \_\_\_\_\_ DXN grupo \_\_\_\_\_

Serenigy \_\_\_\_\_ Forever Living \_\_\_\_\_ Tupperware \_\_\_\_\_ Xango \_\_\_\_\_ Zrii \_\_\_\_\_

Nikken \_\_\_\_\_ Total Life Changes \_\_\_\_\_ Yambal \_\_\_\_\_ YoungLiving \_\_\_\_\_

**3. ¿Ha consumido alguna vez productos que se venden a través de redes de mercado?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**4. ¿De qué tipo?**

Nutrición y salud \_\_\_\_\_ Limpieza del hogar \_\_\_\_\_ Belleza \_\_\_\_\_ Ropa \_\_\_\_\_

Servicios telefónicos \_\_\_\_\_ Seguros \_\_\_\_\_ Servicios legales \_\_\_\_\_ Joyería \_\_\_\_\_

Artículos para el hogar \_\_\_\_\_ Juguetes educativos \_\_\_\_\_ Viajes y Turismo \_\_\_\_\_

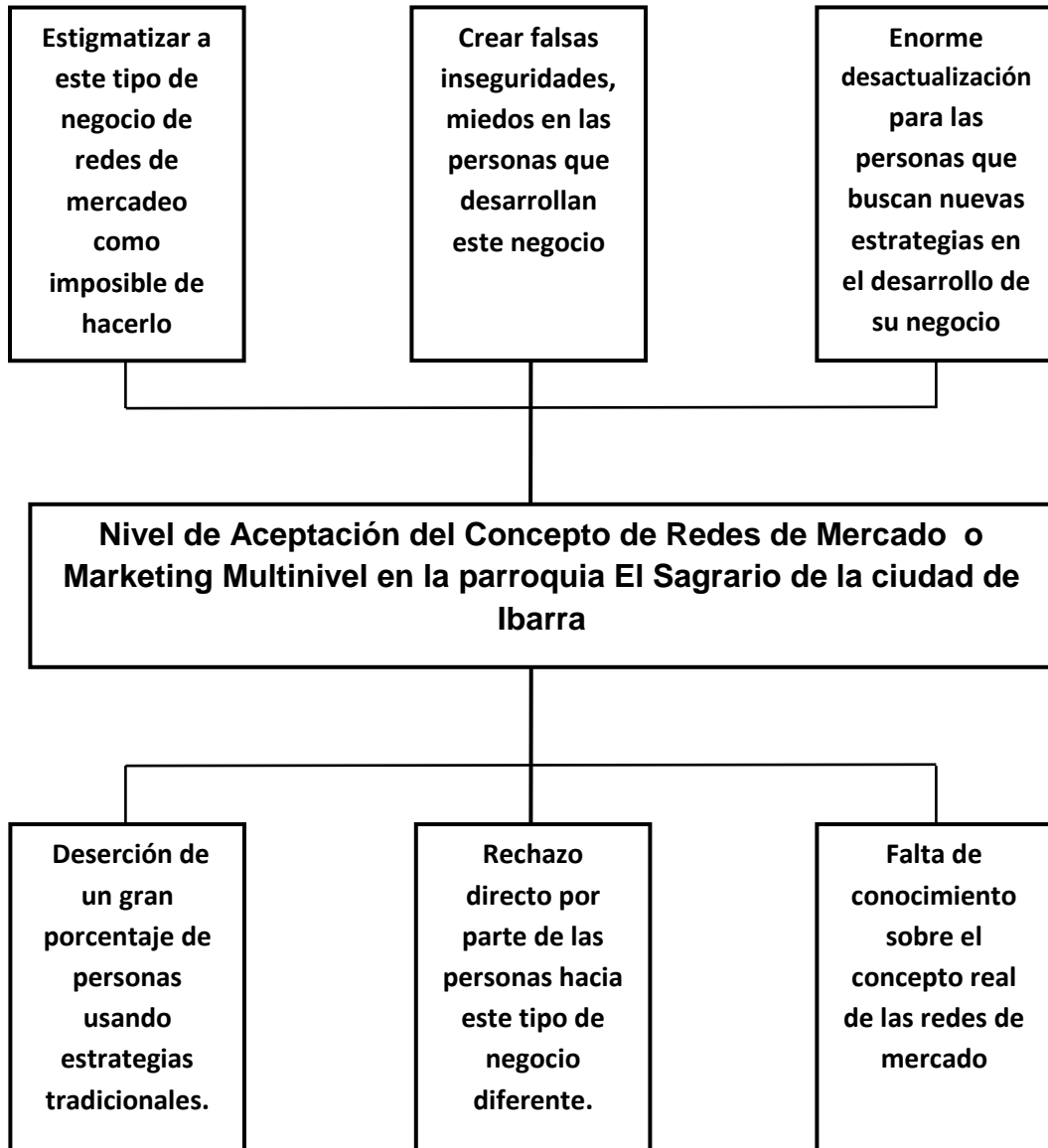
**5. ¿Recomendaría los productos que ha consumido a familiares o amigos?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

**6. Conoce ¿Cómo funciona el sistema de pago de las Redes de Mercado?**

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

### 3.- Árbol de Problemas





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1716423460		
APELLIDOS Y NOMBRES:	COLLAGUAZO LINCANGO EDGAR PATRICIO		
DIRECCIÓN:	Calderón, Calle Calixto Juña, Pasaje Guayaquil		
EMAIL:	edgp4@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2822595	CELULAR	0981483935

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS REDES DE MERCADEO O MARKETING MULTINIVEL EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO"
AUTOR (ES):	COLLAGUAZO LINCANGO EDGAR PATRICIO
FECHA: AAAAMMDD	2014/06/02
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en la especialidad de Diseño y Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. David Ortiz

**2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, COLLAGUAZO LINCANGO EDGAR PATRICIO, con cédula de identidad Nro. 1716423460, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o

trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

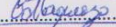
### 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

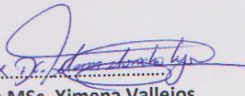
Ibarra, a los 23 días del mes junio de 2014

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma)  .....

Nombre: COLLAGUAZO LINCANGO EDGAR PATRICIO  
C.C.: 1716423460

(Firma)  .....

Nombre: MSc. Ximena Vallejos  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_

Ibarra, a los 23 días del mes de junio de 2014





UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

Yo, COLLAGUAZO LINCANGO EDGAR PATRICIO, con cédula de identidad Nro. 1716423460 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL EN LA PARROQUIA ELSAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA”** Ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado en Educación Básica Mención Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

TÍTULO DE LA OBRA	
NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL EN LA PARROQUIA ELSAGRARIO	
AUTOR	
MARTÍN	
(Firma)	
Nombre: COLLAGUAZO LINCANGO EDGAR PATRICIO	
Cédula: 1716423460	
Ibarra, a los 23 días del mes de junio de 2014	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en la especialidad de Diseño y Publicidad
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. David Ortiz

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002523221		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GARRIDO MEJIA SANTIAGO MARTIN		
DIRECCIÓN:	Alfredo Gómez Jaime 6-38		
EMAIL:	santmatin81@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2956764	CELULAR	0998503347

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS REDES DE MERCADEO O MARKETING MULTINIVEL EN LA PARROQUIA EL SAGRARIO"
AUTOR (ES):	GARRIDO MEJIA SANTIAGO MARTIN
FECHA: AAAAMMDD	2014/06/23
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciado en la especialidad de Diseño y Publicidad
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. David Ortiz

**2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Yo, GARRIDO MEJIA SANTIAGO MARTIN, con cédula de identidad Nro. 1002523221, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado

descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 23 días del mes junio de 2014

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....  
Nombre: GARRIDO MEJIA SANTIAGO MARTIN  
C.C.: 1002523221

(Firma).....  
Nombre: MSc. Ximena Vallejos  
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, GARRIDO MEJIA SANTIAGO MARTIN, con cédula de identidad Nro. 1002523221 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LAS REDES DE MERCADO O MARKETING MULTINIVEL EN LA PARROQUIA ELSAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA”** Ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciado en Educación Básica Mención Diseño y Publicidad en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma) .....  
Nombre: GARRIDO MEJIA SANTIAGO MARTIN  
Cédula: 1002523221  
Ibarra, a los 23 días del mes de junio de 2014