



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
BUSINESS SCHOOL

TRABAJO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO DEL TRABAJO DE GRADO DE INNOVACIÓN
RED DE MERCADEO ROMINA SUMAK WARMÍ

AUTORES: Mercedes Yolanda Cañizares Romero
Luis Miguel Suárez Rodríguez
Francisco Xavier Bonilla Ocampo
Paúl Alexander Santos Lema

DIRECTOR: JESUS BUSTAMANTE

2022

Quito, Ecuador

RESUMEN

El proyecto tiene como objetivo principal desarrollar un modelo de negocio mediante una Red de mercadeo para la distribución y comercialización de la línea de productos Romina Sumak Warmi orientado al cuidado y bienestar femenino en etapa menstrual. Para lograrlo fue necesario realizar un análisis de los procesos, la organización y el entorno. En lo que respecta a procesos pasamos por; la Investigación y desarrollo (I+D), Identificar la necesidad de productos que brinden alivio a mujeres en etapa menstrual, Diseño de producto con presentaciones, empaques etc, Comunicación y MKT en medios digitales, Comercialización con enfoque en la Red de Mercadeo y el Servicio Post Venta buscando una retroalimentación de los clientes. Además, a nivel de la organización un estudió al detalle de la cadena de valor como es; el Desarrollo de producto, Proveedores, Fabricación y empaque brindado por el servicio de maquila de la empresa, Inventario, Distribución a la Red y Comercialización y Servicio Post Venta. Adicionalmente, en este proyecto se estableció cifras retadoras para lograr posicionarse en el mercado ecuatoriano y obtener una utilidad del 30% al corto plazo. Para ello, fue necesario analizar las fuentes de conocimiento, el perfil estratégico y el entorno institucional de la empresa, solo así, se logrará una correcta implantación del proyecto de innovación dentro de la organización.

ABSTRACT

The main objective of the project is to develop a business model through a marketing network for the distribution and commercialization of the Romina Sumak Warmi product line oriented to the care and well-being of women in the menstrual stage. To achieve this, it was necessary to carry out an analysis of the processes, the organization and the environment. In regard to processes we go through; Research and development (R&D), Identify the need for products that provide relief to women in the menstrual stage, Product design with presentations, packaging, etc., Communication and MKT in digital media, Marketing with a focus on Network Marketing and the After Sales Service looking for a feedback from customers. In addition, at the organization level, a detailed study of the value chain as it is; Product development, Suppliers, Manufacturing and packaging provided by the company's maquila service, Inventory, Network Distribution and Marketing and After Sales Service. Additionally, this project established challenging figures to position itself in the Ecuadorian market and obtain a profit of 30% in the short term. For this, it was necessary to analyze the sources of knowledge, the strategic profile and the institutional environment of the company, only in this way, a correct implementation of the innovation project within the organization will be achieved