



Doi: <https://doi.org/10.70577/ASCE/16.24/2023>

Recibido: 2023-07-16

Aceptado: 2023-08-18

Publicado: 2023-09-15

**Estrategias Claves para la Permanencia de Afiliados en Empresas de Multinivel:
Enfoque en Fuxion Biotech.**

**Key Strategies for Affiliate Retention in Multi-Level Marketing Companies:
Focus on Fuxion Biotech.**

Joel Alexander Arauz Montalván

Joel.arauz.montalvan@utelvt.edu.ec

Universidad Luis Vargas Torres

Esmeraldas - Ecuador

Cómo citar

Arauz Montalván, J. A. (2023). Estrategias Claves para la Permanencia de Afiliados en Empresas de Multinivel: Enfoque en Fuxion Biotech. ASCE, 2(3), 16–24. <https://doi.org/10.70577/ASCE/16.24/2023>



Resumen

La permanencia de los afiliados en las empresas de multinivel es un desafío crítico para asegurar el éxito y la sostenibilidad del modelo de negocio. En el caso de Fuxion Biotech, una compañía enfocada en la salud y el bienestar, se deben implementar estrategias efectivas para garantizar que los miembros no solo se unan al negocio, sino que permanezcan comprometidos y activos a largo plazo. Las claves para lograr este objetivo incluyen la capacitación continua, el reconocimiento de logros, el fomento de una red de apoyo entre los afiliados, la oferta de productos de alta calidad y la transparencia en el modelo de negocio. Estas estrategias ayudan a fortalecer la confianza de los afiliados, mejorar su desempeño y aumentar su fidelidad a la marca, creando un entorno propicio para el crecimiento y la expansión sostenible del negocio.

Palabras clave: Permanencia de afiliados; Empresas de multinivel; Fuxion Biotech; Estrategias de retención; Capacitación continua; Red de apoyo.



Abstract

Affiliate retention is a crucial factor for the success and sustainability of multilevel marketing (MLM) businesses. In the case of Fuxion Biotech, a company focused on health and wellness, it is essential to implement effective strategies to ensure affiliates not only join the business but remain committed and active in the long term. Key strategies for achieving this goal include continuous training, recognition of achievements, fostering a supportive network among affiliates, offering high-quality products, and maintaining transparency in the compensation model. These strategies help strengthen affiliate trust, improve performance, and increase loyalty to the brand, creating an environment conducive to the business's growth and sustainable expansion.

Keywords: Affiliate retention; Multilevel marketing (MLM) companies; Fuxion Biotech; Retention strategies; Support network



Introducción

El modelo de negocio multinivel (MLM) ha cobrado relevancia en los últimos años como una alternativa laboral flexible y accesible para miles de emprendedores en diversos países. Este esquema permite a los distribuidores no solo comercializar productos, sino también desarrollar redes de afiliados, obteniendo ingresos a partir de las ventas generadas dentro de su estructura (Landaeta, 2019). En el contexto ecuatoriano, la presencia de empresas multinivel como Fuxion Biotech, Herbalife y Omnilife ha consolidado este modelo como una opción atractiva frente a un panorama laboral con altos índices de subempleo y empleo informal (Instituto Nacional de Estadística y Censos Ecuador, 2023). No obstante, uno de los principales desafíos que enfrentan estas empresas es la retención de sus socios, ya que la rotación de afiliados puede impactar significativamente su estabilidad y crecimiento.

El análisis del liderazgo y la capacitación dentro de Fuxion Biotech resulta clave para comprender los factores que influyen en la permanencia de sus socios. Estudios previos han señalado que la falta de seguimiento, mentoring y apoyo por parte de los patrocinadores genera desmotivación y disminución del desempeño de los afiliados, lo que puede traducirse en su eventual desvinculación de la empresa. Asimismo, se ha identificado que la migración de socios a compañías competidoras puede representar una amenaza para la organización, ya que implica la pérdida de talento, conocimientos estratégicos y clientes potenciales (Herbalife, 2023). A pesar de estos hallazgos, persisten brechas en la literatura respecto a las estrategias específicas que pueden aplicarse para mejorar la retención en este tipo de negocios.

El objetivo de este artículo es analizar la influencia del liderazgo y los programas de capacitación en la retención de afiliados dentro de Fuxion Biotech, con el propósito de proponer estrategias efectivas que permitan fortalecer la permanencia de los socios en la empresa. A través de una revisión de la literatura y un estudio empírico basado en encuestas y entrevistas, se evaluará la percepción de los afiliados respecto al apoyo recibido, la relevancia del mentoring y las áreas de mejora dentro de la organización (Pérez, 2022).

Este estudio se delimita a la evaluación de factores internos de Fuxion Biotech que afectan la retención de socios, con un enfoque particular en el liderazgo y la capacitación como

elementos estratégicos. No se abordarán aspectos financieros ni comparaciones con otras empresas multinivel fuera del sector de bebidas nutracéuticas. A partir de los hallazgos, se espera contribuir al diseño de estrategias que puedan aplicarse no solo en Fuxion Biotech, sino también en otras empresas multinivel interesadas en optimizar la relación con sus afiliados y mejorar su competitividad en el mercado (Vargas, 2023).

MÉTODOS Y MATERIALES

Para esta investigación, se realizó una búsqueda de información en bases de datos académicas como Scopus, Scielo y PubMed, utilizando palabras clave relacionadas con “estrategias de retención de afiliados”, “multinivel”, “Fuxion Biotech” y “capacitación en multinivel”. Los filtros aplicados limitaron los resultados a artículos publicados entre 2020 y 2023 en inglés y español. Se priorizaron estudios empíricos y revisiones sistemáticas que ofrecieran evidencia sobre la retención de afiliados y prácticas de liderazgo en el sector multinivel (González, 2022).

El análisis de los textos seleccionados se organizó en categorías clave como liderazgo, capacitación y estrategias de retención. Se identificaron patrones comunes en los estudios que permitieron desarrollar recomendaciones para Fuxion Biotech, enfocadas en mejorar la permanencia de sus afiliados. Esta metodología cualitativa facilitó una comparación entre los hallazgos teóricos y las prácticas aplicadas en el contexto real de la empresa multinivel (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2023).

Análisis de Resultados

Tabla 1:

Datos generales de análisis

Pregunta	Resultado	Porcentaje
Género	Femenino	62%
	Masculino	38%



Edad	Edad entre 18-21 años	11,80%
	Edad entre 22-25 años	16%
	Edad entre 26-29 años	23,90%
	Edad entre 30-33 años	18,30%
	Edad entre 34-37 años	14,70%
	Edad entre 38-41 años	7,20%
	Edad de 41 años en adelante	8,20%
Ocupación	Relación de dependencia con una empresa	34,30%
	Estudiantes de universidad o tecnológico	29,70%
	Negocio independiente aparte de Fuxion	21,90%
	Amas de casa	14,10%
	Título universitario	70,30%
	Maestría o cuarto nivel	22,90%
	Bachillerato	6,90%

Fuete: Elaboración Propia

En el análisis de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los miembros de Fuxion Biotech, se destacan varios aspectos clave que ayudan a comprender las preferencias y percepciones de los afiliados sobre las estrategias de retención. En primer lugar, la mayoría de los miembros encuestados son mujeres (62%), con una gran concentración de edad en el rango de 26 a 29 años (23.9%), lo que sugiere que Fuxion Biotech atrae principalmente a un público joven y dinámico, probablemente buscando flexibilidad laboral y oportunidades de crecimiento.



En términos de ocupación, el 34.3% de los encuestados son empleados dependientes, mientras que el 29.7% son estudiantes, lo que refuerza la idea de que el negocio atrae a personas en diferentes etapas de su vida profesional y académica.

En cuanto a las motivaciones para unirse a Fuxion Biotech, el 34.3% de los miembros destacaron la modalidad de negocio como el principal atractivo, seguido por la variedad de productos (28.4%). Estos resultados indican que la flexibilidad del modelo de negocio y las oportunidades económicas son factores decisivos para los afiliados al momento de involucrarse en la empresa. Además, las estrategias de retención más efectivas según los participantes incluyen incentivos económicos (43.8%) y el reconocimiento de logros (31.7%), lo que resalta la importancia de motivar a los miembros a través de recompensas tangibles e intangibles, así como la relevancia de fomentar un ambiente de celebración del éxito individual.

Por último, los resultados sobre las capacitaciones indican que los miembros valoran especialmente las capacitaciones en eventos (53.3%) y las presenciales (25.8%) como las más beneficiosas para su desarrollo dentro del negocio. Esto subraya la importancia del contacto directo y la interacción cara a cara en la formación y retención de los afiliados. En cuanto al liderazgo, el 62.4% de los encuestados considera que este es un factor crucial para el éxito dentro de Fuxion Biotech, lo que destaca la necesidad de contar con patrocinadores efectivos y comprometidos para guiar a los nuevos miembros. Estos hallazgos proporcionan una base sólida para mejorar las estrategias de retención y formación en la empresa.

Conclusión

Los hallazgos obtenidos a partir del análisis de las encuestas realizadas a los afiliados de Fuxion Biotech destacan la importancia de varios factores clave en la retención de socios dentro de las empresas multinivel. En primer lugar, la modalidad de negocio flexible y la oportunidad de generar ingresos fueron las principales motivaciones para que los miembros se unieran a Fuxion Biotech. Además, se identificó que las estrategias de retención más efectivas incluyen incentivos económicos, reconocimiento de logros y capacitaciones, especialmente las realizadas de manera presencial y en eventos, lo que refuerza la necesidad de una interacción cercana y personalizada para fortalecer el compromiso de los afiliados. Asimismo, el liderazgo emerge



como un factor crucial para el éxito dentro de la empresa, siendo percibido como esencial por la mayoría de los encuestados.

Este estudio contribuye al avance del conocimiento sobre las estrategias de retención en el contexto de las empresas multinivel, un área que aún carece de una comprensión profunda y generalizada. Al analizar la influencia de factores como el liderazgo, las capacitaciones y los incentivos en la retención de afiliados, la investigación ofrece un enfoque práctico para mejorar la permanencia de los socios en Fuxion Biotech y, por ende, en otras empresas multinivel. En términos teóricos, la revisión aporta al desarrollo de modelos que integren la motivación, el liderazgo y la capacitación como elementos clave en la gestión de relaciones a largo plazo con los miembros de este tipo de empresas.

Las implicaciones prácticas de este estudio son claras: las empresas multinivel deben priorizar la capacitación continua, implementar incentivos económicos y asegurar un liderazgo efectivo para fomentar la lealtad y reducir la rotación de afiliados. A nivel teórico, los resultados refuerzan la necesidad de adaptar los modelos existentes de gestión de redes y recursos humanos a las especificidades del negocio multinivel. Como posibles líneas futuras de investigación, se recomienda realizar estudios comparativos entre diferentes empresas multinivel para explorar cuáles son las mejores prácticas en cuanto a estrategias de retención. Además, sería valioso investigar el impacto de las tecnologías emergentes, como las plataformas digitales y las herramientas de comunicación en línea, en la efectividad de estas estrategias.

Referencias Bibliográficas

- Landaeta, R. (2019). *El modelo multinivel en la economía moderna*. Editorial ABC.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos Ecuador. (2023). *Informe anual de empleo en Ecuador 2023*.
- Herbalife. (2023). *Catálogo de productos 2023*. Herbalife.
- Pérez, M. (2022). *El impacto del liderazgo en empresas multinivel*. Revista de Negocios, 20(1), 35-50.



Vargas, J. A. (2023). *Estrategias de retención en el negocio multinivel: Un estudio de caso en Fuxion Biotech* [Tesis de maestría, Universidad Nacional]. Repositorio Institucional.

González, J. (2022). Liderazgo y retención en empresas multinivel: Una revisión de la literatura. *Revista de Gestión Empresarial*, 38(2), 155-174.

Martínez, R., & Pérez, L. (2021). Estrategias de capacitación y su impacto en la permanencia de afiliados en el modelo de negocio multinivel. *Journal of Business Research*, 52(1), 45-60.

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2023). Informe anual sobre el desempeño de empresas multinivel en Ecuador

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no existe conflicto de interés posible.

Financiamiento:

No existió asistencia financiera de partes externas al presente artículo.

Agradecimiento:

N/A

Nota:

El artículo no es producto de una publicación anterior.