

VENTA DIRECTA: PRIMERA ENTREGA

# EL NEGOCIO QUE SE VUELVE “UNA CAUSA”

**La comercialización de bienes de consumo y servicios en forma personalizada es una tendencia que crece a pasos agigantados y genera millones. Está considerada la forma ideal de crecimiento y progreso económico de miles de mujeres en todo el mundo.**

Las reuniones femeninas con masitas y té en las que entusiastas mujeres venden ollas, productos plásticos, productos de belleza o de limpieza hoy no son sólo eso, sino que se desarrollaron en negocios de planificación avanzada, estrategia y resultados que salvaron hogares de la debacle económica. Esto es la venta directa, una modalidad que crece en todo el mundo y, particularmente, en la Argentina cuenta con empresas representativas de este sistema que no sólo representa los ingresos principales de

millones de mujeres, sino que también les permite una independencia y una pujanza más ligada a una evolución psicológica de la autoestima.

Las empresas representativas como Amodil, Mary Kay Cosméticos, Biogreen, Natura y Tupperware, entre otras del sistema de venta directa, cuentan con un amplio staff de revendedoras y gran variedad de productos. Mary Kay ya tiene más de 1.300.000 consultoras de belleza independientes alrededor del mundo, en más de

30 mercados internacionales, con una línea de productos de primer nivel para el cuidado de la piel y el maquillaje. Actualmente hay más de cinco mil mujeres en niveles de liderazgo que están subiendo en la “escalera del éxito”, tal como la llaman los directivos de la empresa a este camino hacia el logro máximo de independencia y progreso económicos.

Por su parte, Amodil lleva 35 años en la Argentina (a través de Naturel SA) ofreciendo belleza y calidad en sus productos a casi toda

América. Tiene una tecnología de avanzada en champúes, tratamientos capilares, fragancias, maquillaje y cremas.

Entretanto, Biogreen sostiene la excelencia en una variedad increíble de productos de limpieza, formando legiones de pequeños empresarios. Su sistema de comercialización brinda igualdad de oportunidades a cualquiera que esté dispuesto a trabajar de modo independiente.

Natura cuenta con 16 mil consultoras, a las que ofrece

la posibilidad de un desarrollo personal y profesional, horarios flexibles y promociones especiales, entre otros beneficios. Y si se habla de venta directa, cómo no remitir a Tupperware, la marca mundialmente reconocida desde hace 27 años, con sus productos que cambiaron los hábitos de almacenamiento en los hogares argentinos. La “gran oportunidad Tupperware” es un clásico de la venta directa y un negocio sin inversión de dinero a través de reuniones cálidas.

## Todo sobre venta directa



## VENTA DIRECTA

# UNA MILITANCIA PARA EL CRECIMIENTO PERSONAL

## El avance de las mujeres como corporaciones independientes a través de una interminable variedad de productos.

Durante los años 80 y principios de los 90, muchos hombres sentían que sus mujeres estaban "entrenadas" con un nuevo hobby que tenía que ver con cacerolas de distintos tipos y tamaños, recipientes de plástico para conservar comida durante largo tiempo o una serie de productos cosmetológicos que, para la mirada masculina, no eran más que dispersión. Pero aquellas mujeres no sólo buscaban una forma independiente de ingreso extra sino un medio para lograr sentirse parte de una corporación. Y lo conseguían a partir de los logros personales. Aquello que comenzaba como un dinero adicional para la canasta familiar llegó a sorprender mucho más a los hombres cuando, en muchos casos, advertían que sus mujeres encontraban en la venta su auténtica vocación.

Hoy la venta directa es un pujante vehículo generador de oportunidades económicas para particulares que se desarrolló de tal modo, que en la actualidad no se refleja sólo en reunio-

nes femeninas caseras, con masas y té; sino en planificación, estrategia y resultados que han salvado a muchísimos hogares de la crisis socioeconómica.

La variedad de productos y multiplicidad de posibilidades han hecho que la venta directa se diversifique no sólo en artículos cosméticos y envases plásticos para el hogar, sino también en ollas, vajilla, menaje, pequeños electrodomésticos, joyería de primera calidad, indumentaria, lencería, productos de limpieza, vitaminas, suplementos nutricionales, libros y la variedad más impensada de productos.

Los empresarios del sector se atreven a confirmar que luego de la crisis económica en la Argentina, la venta directa constituye hoy un polo de trabajo para los sectores interesados en negocios exitosos. Esta moderna forma de comercialización permite optimizar las inversiones, tener menor riesgo comercial, acceder a una economía de escala y usufructuar una reconocida marca.

### Resultados inmediatos

El desarrollo de la venta directa de esta amplia gama de productos se lleva a cabo en diferentes modalidades, según la técnica, la habilidad, el talento y la visión proyectual de la vendedora. Así es que se trasladan y negocian puerta a puerta, cara a cara, a través del clásico sistema de reuniones, del sistema multinivel, lógicamente, además de otras modalidades universalmente reconocidas como los anuncios televisivos, la venta directa de fábrica, o los denominados *show-room*. Se conoce como venta directa a la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores. Esto se desarrolla en ámbitos "naturales", como el hogar, el lugar de trabajo o bares, pero estrictamente fuera de los locales comerciales establecidos. A través de una metódica explicación o demostración de las virtudes de dichos productos, la vendedora o revendedora no solo amplía su cartera de clientes sino su rango comercial y, lo más llamativo, es

logra un rápido incremento de los ingresos económicos.

Durante la crisis, algunos especialistas se aventuraban a augurar una inevitable "muerte" de esta modalidad de comercio. Pero a contracorriente y desafiando todo pronóstico, la venta directa creció a pasos agigantados en volumen y facturación no sólo en la Argentina sino en toda América latina y los Estados Unidos.

Algunas empresas de venta directa cuentan hoy con hasta más de cien mil representantes y ofrecen un plan de desarrollo de carrera diáfana, agradable y seductora para éstos. El incremento de las ventas origina un incentivo lógico que se traduce en perseverancia y pujanza comercial.

Los representantes de venta directa son observados por la comunidad económica como sacerdotes o militantes de su negocio. Ellos salen a la conquista y saben reconocer entre un grupo de personas a posibles clientes tanto eventuales como fieles o de arrastre, es decir, aquellos que ganan nuevos

compradores. Para ellos, la venta directa de su producto es una causa.

Los más exitosos optan por la propia organización de una empresa de venta directa. Entre las operaciones que se siguen figuran la operación sobre una base uno-a-uno (en base a la demostración) o de acuerdo a la modalidad de reuniones, donde la anfitriona del lugar físico es un emergente clave y esencial para el desarrollo de la acción.

Por otra parte, algunas otras empresas optan por el marketing de redes o marketing multinivel. El primero es una forma de organizar un negocio de venta directa en el cual los productos y servicios son provistos a los consumidores para su consumo final a través de ventas realizadas por red de vendedores directos independientes. Estos pueden recibir remuneración basada en sus propias ventas de productos y servicios, y de las ventas a consumidores generadas por sus redes de otros vendedores directos independientes que fueron reclutados y entrenados para unirse a "la causa".

## BIOGREEN: DEL SUR AL RESTO DEL PAÍS

Biogreen es una empresa de venta directa que nació hace algunos años en Bahía Blanca con ideales enteramente ecológicos. El compromiso inicial fue crear productos de limpieza ciento por ciento biodegradables y perfumes de ambientes sin gas propelente, uniendo los mejores estándares de calidad con una cuidada presentación. Para lograrlo apelaron a la utilización de materias primas de uso frecuente en Europa pero aún no muy difundidas en nuestro medio, logrando así una línea de productos de alto rendimiento que desaparecen de las aguas sin dejar ningún rastro. Desde el principio, la consigna fue: "Es posible limpiar sin contaminar".

Dentro de la línea ecológica destacaron rápidamente los perfumes de ambientes, segmento en el cual lideran el mercado por su refinada y exquisita elaboración y por la alta persistencia de las distintas fragancias. El paulatino crecimiento de esta línea y el compromiso con la calidad y excelencia de la misma los fue llevando a extender el abanico de productos que hoy pueden ofrecer sus distribuidores.

Así nació una completa línea de cosmética natural, que son una maravillosa experiencia sensorial en cuanto a texturas y aromas y que reúnen las sustancias más puras e irreemplazables que nos puede ofrecer la naturaleza, con los avances

científicos más actuales para tratarlas. En cada producto se consigna la procedencia y origen de cada materia prima, y el resultado es una línea de alta gama elaborada íntegramente en la Argentina.

Pero sin dudas, la especialidad de Biogreen, por la cual fue ganando un prestigio cada vez mayor, fue la excelencia y calidad en los distintos segmentos de perfumes que produce. Así, a los perfumes de ambientes siguieron los perfumes para autos, luego perfumes personales en versiones muy logradas de los ochenta importados más famosos, y el último lanzamiento: perfumes premium, completamente originales, con el sello distintivo de quienes ya

entienden mucho de fragancias.

Dichos perfumes fueron lanzados en una Escuela Nacional de Distribuidores, llevada a cabo el 9, 10 y 11 de setiembre últimos en Mar del Plata, a la que acudieron distribuidores de todo el país. También se presentó la línea Biobebé, que es un hallazgo por su fresca y tierna fragancia, y nuevos productos para su línea de cosmética capilar.

"Al principio nos movió un ideal puramente ecológico, el hacer productos que realmente pudiéramos usar con la conciencia tranquila de no estar afectando en nada al medioambiente. Pero a poco de arrancar comenzaron a afirmarse también los ideales sociales que llevamos den-

tro la mayoría de los que hacemos venta directa: nuestro sistema de comercialización brinda igualdad de oportunidades a cualquiera que esté dispuesto a trabajar y es una excelente salida laboral para las personas que desean trabajar de modo independiente", dice Guillermo Zatti, su presidente. A su vez, agrega con convicción que "las posibilidades de crecimiento y liderazgo están al alcance de todos, y esto brinda una oportunidad sin límites, a la medida del esfuerzo que cada uno quiera dedicarle, pero que ya es una realidad para algunos miles de argentinos".

De este modo se puede afirmar que la venta directa ya tiene aroma a triunfo.



### Nueva Línea de Lápices Labiales MK Signature™

Para conocer más sobre Mary Kay y su línea de productos, puedes comunicarte con tu Consultora de Belleza Independiente o llamar sin cargo al 0800-555-6666 en Argentina o al 915-1160/1128 en Uruguay.

MARY KAY®

25 AÑOS ENRIQUECIENDO LA VIDA DE LAS MUJERES ARGENTINAS

www.marykay.com.ar



# UNA CLAVE PARA HACER MUJERES LÍDERES Y EXITOSAS

Más de cinco mil mujeres alcanzaron niveles de liderazgo y ascienden por la escalera del éxito para enriquecer sus vidas.

El 13 de septiembre de 1963, Mary Kay Ash tuvo una brillante idea que hoy genera millones de oportunidades de negocios independientes para las mujeres en todo el mundo. Su interés por el crecimiento y desarrollo personal y económico de las mujeres la condujo a un deseo que pudo materializar exitosamente. En definitiva, se trataba de hacer lo que le hubiera gustado que hagan por ella. Acompañada por nueve consultoras de belleza independientes pudo concretar su misión: "Enriquecer la vida de las mujeres". Esto pudo concretarse a través de su afamada línea de productos y una carrera comercial independiente sin límites: una realidad que hoy se traduce en Mary Kay Cosméticos, compañía líder en la industria de la venta directa.

Hoy el sueño de Mary Kay Ash tiene más de 1.300.000 consultoras de belleza independientes alrededor del mundo, en más de 30 mercados internacionales.

Hasta 1963, la industria de la

venta directa le había dado a la afamada empresaria la oportunidad de experimentar este fabuloso mundo donde las personas pueden dar pasos emprendedores, además de poder concretar sus negocios según su propia conveniencia, manejando su tiempo y su negocio, haciéndolo tan grande como lo desee. Con esa experiencia de muchos años como consultora independiente es que Mary Kay Ash imaginó su compañía como el vehículo perfecto para que toda mujer pueda lograr lo que desee en base a sus propios méritos, sin límite de crecimiento.

El 13 de noviembre de 1980, junto a su hijo Richard Rogers, trasladaron su ilimitada oportunidad a la Argentina. De este modo, las mujeres de nuestro país tuvieron acceso a la primera línea de productos para el cuidado de la piel y maquillaje de los Estados Unidos. Asimismo, introdujeron un gran descuento comercial del 40 por ciento para que el negocio independiente de cada consultora de belleza sea lo más



El directivo Alvaro Polanco

## MARY KAY

rentable posible.

Hoy Mary Kay Cosméticos continúa creciendo con grandes lanzamientos de productos que revolucionan el cuidado de la piel, como el set de microexfoliación y el cuidado personalizado de la piel TimeWise, entre muchos otros. Asimismo, la gran oportunidad de carrera comercial independiente le

permite a la consultora de belleza tener un negocio propio sumamente rentable, con el acceso a niveles de liderazgo, a través de la incorporación de nuevas consultoras. Como consecuencia de este crecimiento, su desarrollo personal y económico se multiplica.

Esta oportunidad desembarcó en la Argentina, incluyendo su legendario "Programa de reconocimiento", donde las consultoras de belleza independientes son reconocidas como maravillosas mujeres que son "Reinas de la vida". Este programa incluye viajes internacionales a todo el mundo, principalmente a Europa, Asia, los Estados Unidos, los estados del Caribe, además de joyas y los mundialmente conocidos autos rosados.

Las semillas que sembró Mary Kay hace 25 años han dado frutos extraordinarios. Es un honor contar con la extraordinaria fuerza de ventas independiente de Mary Kay Argentina, conformada por más de 32 mil consultoras de belleza independientes. En agosto último se batieron los récords históricos de ventas con más de 13,5 millones de pesos de precio de venta al público y más de 4 mil nuevas consultoras de belleza independientes.

En Mary Kay sabemos que son mujeres maravillosas porque, día a día, vencen todos los obstáculos, todos los desafíos, luchan por sus sueños, y logran sus metas a través de la "Opor-

tunidad Mary Kay". Actualmente hay más de 5 mil mujeres en niveles de liderazgo que están subiendo en la "escalera del éxito". Quinientas de ellas son directoras de ventas independientes que le han dado a su negocio independiente un nivel aún más alto. En Mary Kay estamos orgullosos de ver a ocho fabulosas mujeres que han llegado al nivel máximo de la carrera comercial, cumpliendo sus más ambiciosos sueños: directora nacional independiente de ventas. Ellas no tienen alas pero vuelan, porque representan el gran espíritu emprendedor de las mujeres argentinas, con un gran corazón para luchar por sus sueños, y una enorme capacidad para superarse y ser lo mejor posible. Las directoras nacionales independientes de ventas son Beatriz Casartelli, Mónica Medina Oliver, Graciela Volpe, Ana Lapico, Alicia Lombardini, Liliana Stettler, Jill Kirton y Cecilia Moreno.

El futuro es brillante para la venta directa y para Mary Kay Cosméticos. La oportunidad para las mujeres nunca ha sido tan grande. Y aquellas que lo deseen pueden encontrar en Mary Kay la oportunidad perfecta para alcanzar sus sueños... es nuestra misión "Enriquecer sus vidas".

**Alvaro Polanco**

Director General de Mary Kay Argentina y Uruguay

## LA OTRA CARA DE LA COSMÉTICA

Crear y comercializar productos y servicios que promuevan el bienestar. De esta manera definen sus directivos la razón de ser de Natura, la mayor empresa latinoamericana de cosméticos, líder en el mercado brasileño. "Operamos en el mercado argentino desde hace más de once años, y en nuestros 36 de trayectoria en el Brasil nos hemos caracterizado por nuestra gestión responsable", afirma Alejandro Díaz, gerente general de Natura Cosméticos Argentina.

Para Natura, las relaciones que entablamos con sus proveedores, consumidores, colaboradores, consultoras, la comunidad y el medioambiente son los pilares fundamentales de su estrategia: "Estamos convencidos de que la participación empresarial en la construcción de un mundo mejor está cada vez más asociada con demostrar que todos somos responsables por la calidad de vida presente y futura en el planeta, sin comprometer el porvenir del medioambiente ni el de las futuras generaciones", asegura el directivo de la empresa.

La elección por el sistema de venta directa, junto a las relaciones con quienes desde hace tantos años trabajan con nosotros, es uno de los puntos fuertes del éxito de Natura. Así nacieron las Consultoras y Consultores Natura, un canal capacitado e instrumentalizado para ofrecer la atención personalizada a sus clientes. Porque "Natura busca establecer con las consultoras una relación de complicidad y, a través de ellas, transmitir los valores, creencias y conceptos de la marca, ya que ellas forman el vínculo fundamental con el consumidor final", explica Díaz.

Esta estrategia de ventas ha resultado de sumo éxito para la compañía, que en la actualidad cuenta con 454 mil consultoras Natura en Brasil, a las que se suman 30 mil pertenecientes al resto de las operaciones internacionales, y de las cuales 16 mil pertenecen a la operación que desde el año 1994 funciona en la Argentina. Y cada día se suman más.

En la Argentina, este incremento de consultoras Natura estuvo vinculado con la mayor penetración de la marca en el mercado argentino, factores que determinaron un creci-

miento en el volumen de ventas de un 47 por ciento durante el primer semestre de este año. La facturación de este período fue de 27,6 millones de pesos, contra los 18,6 millones facturados durante el mismo período del año pasado. De esta manera la marca Natura se acerca cada vez a más y más personas, con su razón de ser, sus creencias y su visión de mundo, presentes en todo lo que Natura hace: sus productos, su material de comunicación o una acción de relación, con conciencia, belleza y compromiso.

Además del diferencial de un producto de excelente calidad, Natura ofrece a Natura la posibilidad de un desarrollo personal y profesional, horarios flexibles para su actividad, promociones especiales para ella y sus clientes, crédito para la compra de sus productos, entrenamiento y capacitación a cargo de la empresa y soporte constante a su actividad, a través de sus Supervisoras Natura, sus Encuentros Natura y el Servicio Natura de Atención al Consumidor.

Todo esto es Natura. Esta es la otra cara de la cosmética.

## TUPPERWARE

### PIONERA EN EL SISTEMA DE VENTA DIRECTA A TRAVÉS DE REUNIONES

Tupperware, marca mundialmente reconocida con 27 años en nuestro país, desarrolla negocios en más de 120 países, con más de un 1.300.000 revendedoras en el mundo. Esta una de las empresas líderes en el segmento de la venta directa y se puede describir su éxito por medio de diferentes factores.

En primer lugar, brinda productos de diseño de avanzada, elaborados con materias primas de primera calidad. Los productos Tupperware se distinguen por su cuidada estética, funcionalidad y durabilidad. Asimismo, es importante destacar que el concepto Tupperware está totalmente comprometido con la conservación y transporte de alimentos.

En segunda instancia, enseña al consumidor los beneficios de sus productos, de manera que se pueda cuidar la salud de la familia.

Y por otra parte, ayuda al ama de casa a adquirir hábitos de buen almacenamiento para no desperdiciar alimentos y lograr un ahorro de di-

nero comprobable y notorio.

El sistema de demostración de productos es llevado a cabo con entusiasmo y conocimiento por las revendedoras, dado que ellas mismas son las primeras usuarias.

#### Mujeres emprendedoras

Esta empresa pionera ofrece la "Gran oportunidad Tupperware" para el desarrollo de un negocio propio, sin ninguna inversión de dinero, a través de una carrera llena de oportunidades.

La "Demostración Tupperware" es la forma más cómoda de comprar, reuniéndose con amigas o conocidas, haciendo nuevas amistades, en casa de amigas anfitrionas, las que así obtienen magníficos premios a través de promociones especiales y como agradecimiento por brindar la calidez de su hogar.

**Olga Forestiero**

Directora General de Tupperware Argentina

#### Datos de venta directa

- Cámara Argentina de Venta Directa nuclea a empresas que comercializan sus productos en sus diferentes modalidades: sistema puerta a puerta, sistema de reuniones y sistema multinivel, entre otros. Para más información [www.cavedi.org.ar](http://www.cavedi.org.ar)  
- Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa [www.wfdsa.org](http://www.wfdsa.org)  
Algunas empresas que utilizan el sistema de venta directa:  
**Mary Kay Tel: 0800-555-6666, Amodil Tel: 4742-3960, Martina di Trento Tel: 4000-7200, Essen 4331-2229, Tupperware Tel: 0810-999-8877, Avon Tel 4746-8000, SwissJust Tel 4699-0509, Laura's Secret Tel 4815-8198**

# AMODIL



Innovación



Compromiso

Calidad



Servicio



# 35 años

Reflejando la belleza en cada mujer.

NATUREL S.A, empresa argentina de venta directa de mayor prestigio y trayectoria en el mercado. Es productora y distribuidora de productos cosméticos Amodil.

Hace más de 35 años que llega a cada hogar argentino, desde la Quiaca hasta Ushuaia, brindando belleza y calidad en cada uno de sus productos. Gracias a su política de expansión, sin precedentes, las mujeres de Estados Unidos, Paraguay, Bolivia, Chile, Brasil y Uruguay, también pueden resaltar su belleza con productos Amodil.

Posee dos plantas elaboradoras, una en Villa Mercedes, San Luis, y la segunda en la Provincia de Buenos Aires. Su infraestructura cuenta con laboratorios que rigen las estrictas normas de calidad, con maquinarias de última generación y con profesionales altamente capacitados. La calidad está supervisada por un doble control, el propio de la empresa, y el realizado por el Ente Regulador ANMAT (Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y tecnología Médica) que habilita la comercialización de cada uno de los productos.

La producción se basa en una extensa línea de productos: **Champúes y Tratamientos Capilares**, elegidos por su gran efectividad. **Fragancias**, últimas tendencias en alta perfumería para hombre y mujer.

**Maquillaje**, todo el color y el glamour en cada temporada. **Cremas**, ámbito en el que Amodil lidera, investiga e innova permanentemente. Y un amplio abanico de productos que distingue a la empresa desde la aún no igualada Amodil Mamá.

El compromiso constante, la utilización de las tecnologías más avanzadas y el seguimiento permanente de las últimas tendencias internacionales, permiten llegar a cada hogar con un servicio de excelencia, afirmando el éxito AMODIL.

## AMODIL MATRIACTIV

El 1er tratamiento que reafirma el contorno de rostro y cuello



- Acción anti-age
- Mejora la elasticidad y firmeza
- Incrementa la matriz dérmica

Único en Venta Directa

# AMODIL

(54) 11- 4742-3960  
www.amodil.com