

CUARTA ENTREGA

VENTA DIRECTA: DE PUERTA A PUERTA, DE VOZ EN VOZ

El sistema comercial que se convirtió en una causa para los millones de emprendedores que buscan la independencia económica con éxito personal y atractivo social.

Decir que el sistema de venta directa, más que un negocio es una causa para aquellos que la practican, en forma casi militante, es una obviedad. Hoy en día, la perseve-

rancia, pujanza y confianza que lleva a los revendedores de casa en casa es la matriz, la sangre que logra que el negocio se multiplique y evolucione a pasos agigantados.

No sólo es considerado una de las formas ideales para evolucionar económicamente sino que eleva la autoestima de cada mujer y cada hombre que deciden emprender

el progreso económico independiente, con disciplina y empeño.

Entre muchas otras, las empresas más representativas del sector son Avon, Amodil,

Mary Kay, Martina di Trento, L'bel, Herbalife, Fuller Cosmetics, SwissJust, Essen, Tiens, Nahrin, Círculo de Lectores, Natura, Amway, entre otras del mercado.




Empresa líder en nutrición y bienestar. Con presencia en 66 países.
Con Productos orientados al control de peso y cuidado personal.

www.herbalife.com.ar

Haciendo un mundo más saludable.

EL FENOMENO UNIVERSAL QUE LE DEVUELVE LOS SUEÑOS A LA GENTE

El sistema de venta directa no sólo significa que miles de individuos puedan desarrollarse económicamente en forma independiente, sino que también genera el empleo de más de 4000 personas y la contribución de 653,8 millones de pesos en impuestos.

La venta directa significa una fuente de ingresos importante para la economía de miles de hogares en los cinco continentes.

En la Argentina, esta modalidad de venta representa un importante segmento de la actividad económica. En 2007, las empresas del sector invirtieron 1.042 millones de pesos en compras locales de bienes y servicios, tienen activos fijos en el país por valor de 230 millones de pesos, y pagaron sueldos y cargas sociales por 238 millones. Además, con-

tribuyeron con 653,8 millones en impuestos (nacionales, provinciales y municipales) y emplearon directamente a 4.250 personas. El mercado de la venta directa crece día a día, a pesar de las crisis recurrentes, que acarrearán grandes índices de pobreza y desempleo. La razón de su crecimiento es la oportunidad de ganancia que brinda a quienes se desempeñan como revendedoras/es. Esta actividad ofrece la posibilidad de obtener una fuente de ingreso simple y sin barreras de acceso a cualquier géne-

ro, edad, educación y sin experiencia previa. Una de sus grandes ventajas es que permite trabajar de manera independiente y flexible. A su vez, es una forma de complementar el ingreso familiar adaptándose a los tiempos y horarios disponibles de cada persona. La mayoría de los revendedores son amas de casa, estudiantes, empleados y jubilados que eligen este canal de venta como un complemento del ingreso familiar. También permite a los hombres y mujeres revendedores un crecimiento personal

y profesional resultante del desempeño de su negocio independiente. En la Argentina, la historia de la venta directa comenzó hacia 1970 y hoy las compañías que conforman este mercado son más de treinta. Catorce de ellas se encuentran nucleadas en CAVEDI (Cámara Argentina de Venta Directa) y representan el 80 por ciento de la facturación del sector, es decir, 3.108 millones de pesos. Entre las seis primeras compañías del ranking de ventas, cuatro de ellas son de capital nacional.

A nivel mundial, el mercado argentino ocupa el 16º puesto y el tercero en América Latina.

La expansión de la venta directa en la Argentina sigue generando nuevas oportunidades de ganancia para las 765.000 personas que actúan como revendedores independientes.

*Jorge Méndez Presidente de CAVEDI www.cavedi.org.ar
Aliada a la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (W.F.D.S.A.) www.wfdsa.org*



Tupperware®

FULLER®
COSMETICS

le acerca a
Tupperware®

Acérquese a nosotros.
Ser Revendedora
puede cambiar su vida.

0-810-555-385537

AVON

DESCUBRIMIENTO ANTIEDAD

El Secreto de la Juventud

Tras 7 años de investigación y con la más alta tecnología, Avon, de la mano de su marca antiedad líder, presenta **Anew Ultimate Age Repair**, que llega al mercado para rejuvenecer y restaurar la piel desde adentro.

¿La innovación?

La Tecnología PRO-SIRTUIN TX

Investigadores de una renombrada universidad norteamericana descubrieron que existen proteínas llamadas Sirtulins, o Proteínas de la Juventud, presentes dentro de todos los organismos vivos, que tienen un poder impresionante sobre el proceso del envejecimiento.

Luego de 7 años de investigación, los laboratorios Avon descubrieron la fórmula para activar estas proteínas. Esta innovación en Biotecnología contó con 200 científicos en el proyecto, 100 tecnologías testeadas y más de 3.000 pruebas de laboratorio, para asegurar la mejor calidad y resultados.

Línea Anew Ultimate Age Repair

A medida que la edad avanza, la estructura de la piel se debilita dando paso a la pérdida paulatina de elasticidad, densidad y firmeza así como a la aparición de manchas y arrugas. La tecnología Pro-Sirtuin TX ayuda a retrasar este proceso, estimulando las Youth Proteins y las Remodeling Proteins, para devolver a la piel su densidad y firmeza, desde adentro. La innovadora línea **Anew Ultimate Age Repair** está compuesta por la **Crema Reparadora Intensiva de Día con FPS 25 UVB y filtro solar UVA**, la **Crema Reparadora Intensiva de Noche** y un revolucionario **Age Repair Elixir Tratamiento Concentrado Antiedad**.

El nuevo Anew Age Repair Elixir: lujo antiedad

El Elixir Potenciador es un lujoso tratamiento antiedad, altamente concentrado, que contiene dos veces más ingredientes activos que las Cremas Reparadoras de Día y de Noche. Utilizado antes de las Cremas reparadoras, el Elixir potencia, intensifica y maximiza el efecto de la tecnología Pro Sirtuin TX, acelera los resultados antiedad y reactiva en forma inmediata la juventud del cutis.

ANEW ULTIMATE AGE REPAIR

EL SECRETO DE LA JUVENTUD



Doble concentración de ingredientes Activos

- Estimula las proteínas de la juventud; repara los daños causados por el envejecimiento y genera células jóvenes saludables.
- Ayuda a restaurar la estructura celular.
- Redensifica y fortalece la piel del rostro y cuello.
- Repara arrugas profundas.
- Uniformiza el tono de la piel.

REESE WITHERSPOON

Embajadora Global de Avon



La exitosa actriz norteamericana Reese Witherspoon, dueña de una personalidad multifacética; es una mamá emprendedora, una carismática comediente y una gran productora. En la actualidad es uno de los talentos más respetados de Hollywood, ícono de la moda y el cine, pero sobre todo admirada por su calidez y compromiso con causas sociales.

Por sus íntegras cualidades, Avon la eligió para ser su **Embajadora Global**. En este rol, Witherspoon es la voz de las Revendedoras Avon en todo el mundo, la nueva imagen global de sus productos estratégicos y también la representante de la Fundación Avon y sus acciones filantrópicas, enfocándose en las iniciativas de lucha contra el Cáncer de Mama y contra la Violencia Doméstica.

Reese Witherspoon comunica fuertemente el compromiso de la empresa de fortalecer el rol de las mujeres, acercando este mensaje a todo el mundo. Con su belleza, valores y trayectoria, Reese potencia la imagen de Avon, acompaña los proyectos de la compañía, y representa mejor que nadie el ideal de la empresa.

"Me siento afortunada de aliarme a Avon. Es una compañía que ha demostrado su compromiso siempre, por eso creo que me darán valiosas oportunidades para hacer una gran labor y marcar la diferencia". RW.

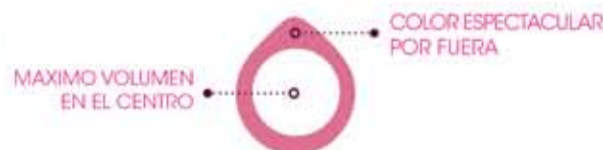
Labios Extra Volumen Nuevo ULTRA COLOR RICH EXTRA PLUMP

El primer producto de Avon con la imagen de Reese Witherspoon.

El emblemático labial Ultra Color Rich se reinterpreta en una versión EXTRA VOLUMEN. El nuevo **Ultra Color Rich Extra Plump** es un nuevo concepto que aporta color intenso por fuera, y en el centro, el **Complejo Maxi Lip-Plumping** brinda hidratación intensa, mayor definición y volumen increíble, y al aplicarlo genera una agradable sensación chispeante en los labios. Contiene Factor de Protección Solar 15.

Complejo Maxi Lip-Plumping

- AMPLIFICA** la producción de colágeno y ácido hialurónico.
- ACTIVA** la circulación, generando una sensación chispeante en los labios.
- ALISA** las líneas finas y arrugas.



CRUZADA SOLIDARIA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA

Símbolo de recaudación Broche "Un Lazo por la Vida"

10 años por la vida

Gracias al compromiso y la colaboración de miles de personas, las ruedas del Móvil no se detienen y transportan una esperanza de vida a la largo y ancho del país.



En 2008 la Fundación Avon Argentina celebra 10 años de trabajo y profundo compromiso con la salud de miles de mujeres. Desde 1998 el primer Móvil con Mamógrafo del país, donado por Avon a LALCEC recorre los pueblos y ciudades más distantes de nuestro país, acercando a mujeres de bajos recursos la posibilidad de realizarse una mamografía gratuita con la supervisión de médicos y especialistas. Al día de hoy, el Móvil ya ha recorrido más de **148.000 kilómetros**, ha realizado **86.000 mamografías en 594 localidades**, donde más de **800 mujeres** fueron diagnosticadas a tiempo y puestas bajo tratamiento. A través de su Fundación, Avon es la empresa que más dinero ha donado a la causa de prevención y lucha contra el Cáncer de Mama: más de **500 millones de dólares** en todo el mundo. En Argentina, cada Cruzada contra el Cáncer de Mama, (por medio de un símbolo de recaudación ofrecido en el Folleto de Ventas de Avon), logra recaudar fondos para que el Móvil con Mamógrafo no se detenga.

TU PASO. TU CAUSA. TU ACCIÓN

Detener el Cáncer de Mama es alcanzar la meta

El próximo **sábado 18 de octubre a las 10.30 horas** en Costanera Sur se llevará a cabo la **IV Caminata Avon alrededor del mundo por la lucha contra el Cáncer de Mama**, con el fin de promover y difundir la importancia de la detección temprana de esta enfermedad. Este evento multitudinario, que en sus ediciones anteriores ha reunido a más de 17.000 participantes, es un testimonio elocuente de compromiso y solidaridad, que en esta nueva edición propone seguir sumando pasos por la vida. Las inscripciones para poder participar en la Caminata o Carrera podrán realizarse a través del sitio web www.fundacionavon.org.ar, o en los centros de inscripción destinados a tal fin. Más información al 0810-777-3863.



TIENS: PRESENCIA EN

190 PAISES

El Presidente de la Región América para el Grupo Tiens, el señor Shi Binhai, estuvo de visita en la Argentina en agosto reafirmando las grandes expectativas de casa matriz sobre el crecimiento de la sucursal local.

En 1995, nació el multinacional Tianshi, gracias al visionario empresario chino Li Jinyuan. Con el anhelo de brindar a la gente importantes beneficios en la salud e incrementar sus ingresos mensuales, creó un excelente modelo multinivel con puntaje acumulativo en el tiempo y sin el requerimiento de calificaciones mensuales para el mantenimiento del nivel así como capacitaciones sin cargo. Este novedoso plan de negocios, permitió al Grupo Tiens crecer rápidamente a nivel internacional. Hoy cuenta con más de 250 sucursales en más de 190 países en los cinco continentes; con más de 20 millones de distribuidores en todo el mundo.

Los productos Tiens combinan 5000 años de cultura china y procesos biotecnológicos produciendo entre otros: suplementos dietarios, aparatología y cosmética avanzada. Muchos de ellos han recibido certificados de calidad internacional: ISO 9001- 9002, certificación de la ONU; y el reconocimiento por parte la FDA de los Estados Unidos. Tiens está establecida en la Argentina desde noviembre de 2004 y cuenta ya con más de 10.000 distribuidores.

MARY KAY,
UNA CLAVE PARA MUJERES EMPRENDEDORAS

La compañía, de más de 50 años, no sólo ofrece un desarrollo personal y financiero, sino una enorme cantidad de reconocimientos.

En los años 60, Mary Kay Ash era una mujer con amplia experiencia en la industria de la venta directa, pero sus metas iban mucho más allá de lograr una buena venta y ofrecer productos de excelencia. Cuando para ella se transformó en algo cotidiano se volvió un límite. Por eso, el 13 de septiembre de 1963 consiguió fundar lo que denominó "compañía de sus sueños". Su meta apuntaba a lo social. Ansiaba ofrecer una alternativa real a todas las mujeres que, como ella, pretendían ganar más dinero para mejorar el nivel de vida de su familia. Este sistema les permitiría a muchísimas mujeres desarrollarse humanamente a través de una carrera comercial en la que no sólo se podía ser líder sino que, asimismo, permitía capacitar, motivar, y crear equipos humanos que desean más de la vida. En la actualidad, la consultora de belleza independiente Mary Kay es su propia jefa, puede escoger sus tiempos,

días y horas que desee trabajar, y elegir los momentos que quiera estar junto con sus seres queridos o en otras actividades. Eso no sólo es una ventaja sino también una ganancia. Actualmente, Mary Kay lleva adelante la Campaña de Responsabilidad Social "Belleza que cuenta", del programa "Dar y esperanza", por la cual donará el 100 por ciento de las ganancias generadas por la venta del lápiz labial cremoso Apple Berry a la Fundación "Vida sin Violencia".

Cuestión de decisión

La consultora de belleza Mary Kay puede ganar lo que necesite a través de sus ventas personales, con menos tiempo del que demanda una actividad dependiente, y obteniendo descuentos superiores al 40 por ciento para realizar sus metas personales. En la Argentina hay más de 40 mil consultoras de belleza independientes, reciben permanente capacitación,

motivación, incentivos y honorarios, según su crecimiento en la Carrera Comercial Independiente Mary Kay. En el negocio Mary Kay no existen cupos ni topes, ni limitaciones geográficas. El mayor peldaño de la carrera es Directora Nacional Independiente y, en la Argentina, hay diez ta-

lentas representantes de este nivel: Beatriz Casartelli, Mónica Medina Oliver, Graciela Ardiles, Ana Lapico, Alicia Lombardini, Liliana Stettler, Jill Kirton, Silvia Oliveri, Ana Maria Camusso y Julia Wiebel.

Pero los beneficios de Mary Kay para sus ejército de belleza se extienden también a los mundialmente conocidos "autos rosa Mary Kay" y a los viajes internacionales cinco estrellas, junto a los esposos. La empresa pone el foco en una misión clara: "enriquecer la vida de las mujeres". Mensualmente Mary Kay bate récords históricos de ventas y esto consolida el pensamiento que solía decir su fundadora: "se puede lograr todo lo que podés soñar, si lo creés, lo planificás y tenés la determinación para lograrlo". Por lo tanto, para toda aquella que tenga esa meta, la familia Mary Kay la está esperando con palabras contundentes: "Vos podés hacerlo, la decisión es tuya".



El set milagroso Mary Kay

El bienestar de una gran oportunidad

SwissJust es una empresa de origen suizo con más de 75 años de experiencia en el desarrollo de productos Just, a base de ingredientes activos naturales, que brindan alivio y bienestar a millones de personas en el mundo entero. En la Argentina su misión lleva 21 años ininterrumpidos influyendo directamente en la calidad de vida de las cientos de miles de familias que lo disfrutan. Los productos Just son creados en Walzenhausen, Suiza y se comercializan a través del sistema de Venta Directa. Just está presente en más de 35 países en el mundo y cuenta con una planta elaboradora en Suiza y una planta de fraccionamiento y envasado en Argentina.

Miles de personas que nunca antes habían desarrollado una actividad de ventas, hoy disfrutan de

productos de comprobados beneficios y un destacado posicionamiento en el mercado local. Por esto, resulta muy fácil recomendarlos y demostrarlos.

La demostración de productos Just puede transformarse en una actividad productiva y combinarse con el exitoso Plan de Carrera SwissJust. Una carrera sin duda interesante a nivel económico y gratificante a nivel humano.

Nos avalan más de 75 años de experiencia y las 100.000 personas que se han unido al mundo Just para difundir sus productos y su posibilidad de carrera ¿Estás lista para cambiar tu vida e iniciar el camino de tus sueños? En SwissJust te estamos esperando.

Alejandro Maure
Director General



- Nuestra trayectoria en el mercado nos ha permitido crear un exclusivo Programa de Formación llamado **Alas al Éxito**, que te brindará las herramientas necesarias para acompañarte en el desarrollo de tu negocio y a lo largo de toda tu carrera.
- Con SwissJust "el mundo a tus pies". La empresa cuenta permanentemente con programas de incentivos que te permiten recorrer el país y los

lugares más soñados del mundo. Sumate al programa "FESTEJOS 2009" que incluye viajes a Río de Janeiro, Suiza, París y Tokio.

Ganadores SwissJust en Suiza.



"LA EXCELENTE COMBINACIÓN DE TRABAJO Y PLACER"



Más de 75 años llevando Bienestar a millones de hogares



Acercate y sé parte de un mundo lleno de oportunidades

LLAMANOS AL 0800-333-5878
atencionalcliente@swissjustargentina.com.ar | www.swissjustargentina.com



MARTINA DI TRENTO LANZO SU CATALOGO N° 100

Presenta una de las ideas más novedosas y revolucionarias del mercado.

Los conocimientos que la cordobesa Marta Cañas tenía sobre venta directa, la llevaron a aplicarlos en su propio proyecto, en 1991.

Como no llevarlo a cabo si se trataba de una idea innovadora y

hasta podría decirse, revolucionaria. Ese año, Cañas le dio vida a Martina di Trento, la primera empresa en la Argentina en ofrecer moda por catálogo. La aceptación fue inmediata y positiva y, en muy poco tiempo, el

crecimiento fue un hecho.

Ya pasaron 17 años y, en coincidencia con el aniversario, se acaba de publicar el catálogo 100, un número que representa muy bien la actualidad de Martina di Trento como líder

indiscutida en este rubro que inventó en la Argentina.

Con una publicación lujosa de más de 300 páginas se dispone a iniciar un nuevo ciclo, en el que hace participar de su éxito imparable a

cada vez más amigas. Su consigna es clara, segura y contundente: "Trabajar con Martina es ser dueña de un negocio donde los límites los pone cada uno. Manejá tu futuro. Si te gusta la moda, te gusta Martina".

L'BEL PARIS PRESENTA: CELLVIVANCE, INNOVACION MUNDIAL

L'Bel Paris, especialista en tratamiento facial francés, en alianza con la Sociedad de Estudios Dermatológicos de París (SEDERMA), crearon Cellviance inspirándose en el poder regenerador de las células madre.

Se trata de un nuevo tratamiento facial cuya fórmula presenta la innovación mundial Cell-Firmant Technologie, que otorga "vida" a la piel del rostro y le devuelve firmeza que no sólo se ve, se siente. Esta

tecnología actúa a través de dos innovadores componentes: EM-briox, que promueve la síntesis de cuatro proteínas esenciales en la matriz de la piel y Bioplacent, revolucionaria composición de extractos vegetales que mantiene las condiciones óptimas para que el nuevo tejido conserve sus propiedades jóvenes.

Para conocer más sobre el portafolio de productos L'Bel Paris invitamos a ingresar a www.lbel.com



DOS GRANDES ALIADOS DE LA MUJER

Diseño para el hogar y cosmética personal, dos aliados indiscutibles para la mujer

En su visión de incorporar diversas marcas de cosmética alrededor del mundo, en la Argentina, Tupperware Brands Corporation se ha fusionado con Fuller Cosmetics. Esta asociación hizo posible ampliar la cartera de productos brindando calidad internacional en cosmética personal y diseños innovadores para el

hogar. Fundada en 1930, Tupperware ha alcanzado un lugar de privilegio mundial en el canal de venta directa. En la actualidad continúa transmitiendo su pasión emprendedora a miles de mujeres independientes. La empresa ofrece un camino de crecimiento personal y una atractiva oportunidad económica estableciendo vínculos sinceros y códigos de honestidad. Para más información: 0-810-555-385537.

EsSEN: Una empresa que nació, crece y produce en la Argentina.

La receta del líder

Para la base, identifique una empresa argentina líder en el mercado de cacerolas de aluminio fundido. Luego, agregue:

- 30 años de trayectoria.
- Una fábrica propia en la ciudad de Venado Tuerto.
- Un amplio y diversificado catálogo de productos.
- Un equipo gerencial altamente profesionalizado.
- Una marca -EsSEN- que sea "top of mind" en el sector.

Revuelva. Cuando la mezcla esté lista, agregue la salsa: una fuerza de ventas pujante, integrada por mujeres emprendedoras y exitosas, que sean capaces de ir hogar por hogar, demostrando las bondades de unas cacerolas que han marcado y seguirán marcando una auténtica revolución en la cocina.

Cocine a fuego constante. Con mucho cuidado, a medida que la preparación toma color, vuélquela en todo el país y sirva también en Uruguay, Chile y Paraguay, captando abundantes porciones de los mercados locales.

Consejo: además de contar con un equipo comprometido, entusiasta e integrado, es fundamental que todos los productos sean de excelente calidad y durabilidad, que sean amigables con el medio ambiente y que permitan cocinar de una manera práctica, saludable y simple, conservando todo el sabor y la riqueza de los alimentos.

Muy importante: no deje enfriar nunca el amor por los desafíos y mantenga siempre caliente el deseo de innovar, crear nuevos estándares y superar cada mañana los logros del día anterior.

Evolucionar, evolucionar y evolucionar.

Palabras más, palabras menos, esta bien podría ser la receta que llevó a EsSEN a convertirse, desde hace años, en la marca líder en el sector de cacerolas de aluminio fundido.



Con presencia en el 73% de los hogares de la Argentina y una recordación de marca del 92%*, el secreto de EsSEN quizás no se explique sólo por la calidad de sus productos o la eficiencia de su sistema de venta directa, sino fundamentalmente por el hecho de haber comprendido que la única manera de mantenerse en la vanguardia es innovando constantemente.

Parte de esto es la visión por la cual EsSEN pasó de ser un fabricante de cacerolas a convertirse en una empresa comprometida con todo aquello que de familiar, saludable, placentero y amoroso tiene el acto de comer.

Desde esta óptica, EsSEN no sólo ha incursionado con gran éxito en los últimos años en la producción y comercialización de productos "novedosos" para su rubro, como el aceite de oliva, sino que promueve además activamente una alimentación saludable, mediante emprendimientos como la Fundación EsSEN, que apoya más de 15 proyectos de nutrición e inclusión social en toda la geografía nacional.



Así, diversificada, activa, dinámica y dueña de una evolución que se basa en asumir constantemente nuevos y más exigentes desafíos, EsSEN afianza día a día un liderazgo compartido con más de 7.000 señoras que, de manera independiente, y desde los más lejanos y diversos puntos del país, han decidido hacer de este sistema su propio sistema, para el trabajo, para su crecimiento y para la vida.



¿QUÉ MOMENTO VAS A COCINAR HOY?

Nota: Como vicepresidente de CAVEDI, Cámara Argentina de Venta Directa, EsSEN se enorgullece de participar activamente en todas las actividades por esta desarrollada, en pos del crecimiento de la venta directa.

*Base encuesta 1000 hogares Argentina / Navarro Mkt. Research

Amway™

UN NEGOCIO CON CALIDAD DE VIDA

www.amway.com.ar

0800 888 1000

UNA GUIA PRACTICA SOBRE LA VENTA DIRECTA

La definición más exacta de venta directa es la comercialización de bienes de consumo y servicios directamente a los consumidores, generalmente en sus hogares o en el domicilio de otros, en su lugar de trabajo y, de manera más general, fuera de los locales comerciales establecidos.

Pero hay múltiples formas de describir este sistema comercial. Sobre todo, si se tiene en cuenta eso: de que se trata de un sistema. Puede decirse que es la venta de un producto de consumo o servicio, cara a cara o persona a persona, fuera de un local minorista determinado o por un/a revendedor/a independiente.

Los factores que, especialmente, atraen a los revendedores/as de la venta directa son: la obtención de rendimientos acorde con el esfuerzo y dedicación; la actividad social a través de contactos, eventos y reconocimientos; la posibilidad de financiación de la independencia personal; la chance de acceso a una futura carrera de tiempo completo; y la posibilidad de desarrollo del negocio personal.

Son muchas las maneras de dar forma a una empresa de venta directa. Puede operar sobre una base uno-a-uno (usualmente en base a un acuerdo previo, un vendedor hace una demostración a un consumidor) o en una modalidad de reuniones (vender

a través de una explicación y demostración de productos a un grupo de clientes potenciales por parte de un/a vendedor/a, generalmente en el hogar de una anfitriona que invita a otras personas con este propósito). De todos modos, algunas empresas optan por los sistemas de marketing de redes o de multinivel. El primero es una forma de organizar un negocio de venta directa en la cual productos y servicios son provistos a los consumidores para su consumo final a través de ventas realizadas por una red de vendedores directos independientes. Estos pueden recibir remuneración basada en sus propias ventas de productos y servicios a consumidores, y de las ventas a consumidores generadas por sus redes de otros vendedores directos independientes que han sido reclutados y entrenados para unirse al negocio. La venta directa ofrece a los clientes la oportunidad de ver, probar y juzgar un producto en su tiempo libre, en sus hogares o entre amigos.

Una característica ireemplazable es que toda la mercadería se entrega directamente en los hogares de los clientes. Es especialmente útil para consumidores de áreas rurales y pueblos pequeños, ya que pone a su disposición productos y servicios no disponibles en los puntos de venta de la zona.

Pero cuando el individuo se decide a considerar una oportunidad como la señalada, debe estar atento y saber identificar las que son legítimas de venta directa.

En primera instancia, los costos de iniciación deben ser mínimos. Las tarifas de iniciación en compañías de venta directa, generalmente, son modestas. Es decir, usualmente, el costo de un equipo de ayudas de venta. Las compañías quieren que sea fácil y poco costoso que alguien se inicie. Los esquemas piramidales ganan dinero a través de tarifas pagadas por nuevas incorporaciones o por sobrecargarlos de inventarios o elementos de entrenamiento.

La importancia de CAVEDI

Por su parte, las tarifas de incorporación altas deben ser un signo de alerta. Este nuevo emprendedor debería poder devolver inventarios no vendidos. Si decide dejar el negocio, las compañías asociadas a CAVEDI "recompran", al 90 por ciento del precio que se pagó por los productos comercializables que se compraron dentro de los doce meses previos. El Código de Ética de CAVEDI requiere que las empresas asociadas tengan este proceder. Por lo tanto, hay que cuidarse de las oportunidades que propicien la "sobrecarga de la primera línea" o la compra de cantidades importantes de

inventarios no retornables para llegar a lograr ciertos niveles o merecer un precio "especial" o "descontado". ¿Pero el dinero que se ganará está basado en la venta de productos o servicios? Absolutamente. Este es un elemento clave de un negocio legítimo. La venta directa, al igual que otros métodos de venta minorista, depende de la venta a clientes que usan y/o consumen el producto. Esto requiere productos o servicios de calidad vendidos a precios competitivos. Hay que cuidarse de cualquier negocio que argumente que alguien puede volverse rico sólo a través del uso de sus productos o de reclutar personas para el negocio. Por otra parte, se debe creer en los productos que se venderán. La pregunta clave es: "¿Yo compraría este producto si no estuviera en la organización de ventas?". Si la respuesta es negativa, hay que pensarlo dos veces.

Siete pasos para comenzar

En primer lugar, hay que identificar una compañía y productos que sean atractivos, revisar la lista de compañías asociadas o buscar en la guía telefónica. En segunda instancia, se debe tomar el tiempo necesario para la decisión final. ¿Acaso el "empezar desde el principio" significa que todos los que se incorporen después estarán menos satisfechos o felices? Una oportunidad legítima no desaparecerá de la noche a la mañana. Hay que pensar en términos a largo plazo.

El siguiente paso es hacerse preguntas sobre la compañía, su liderazgo, los productos o servicios, tarifas de iniciación, costos reales de operar con ellos, ganancias promedio de los distribuidores, políticas de devoluciones y todo aquello que preocupe. Luego, es esencial conseguir ejemplares de toda la literatura de la compañía y leerlos.

El quinto punto es consultar a personas que hayan tenido experiencia con la compañía y sus productos. A su vez, es necesario un control para asegurarse de que los productos o servicios son realmente vendidos a consumidores.

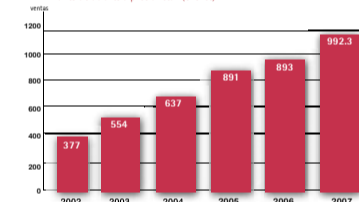
Antes de llegar al último paso, es necesaria la investigación y veri-

ficación de toda la información sin tomar por certeza que todos los documentos de "aparición oficial" son exactos o completos. Inclusive si son producidos por la compañía o quien intenta reclutar.

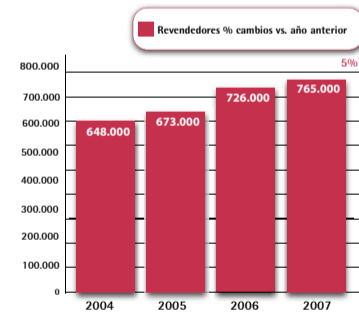
Por último, ¿se necesita ayuda para evaluar una compañía? Hay que ver si la escogida es una de las asociadas a CAVEDI. Si es así hay una certeza de que la empresa se ha comprometido a operar de acuerdo con el Código de Ética de CAVEDI y a apoyar al nuevo emprendedor. De todos modos, ante cualquier inconveniente, se puede llamar a la Asociación de Defensa del Consumidor o a cualquier otra institución privada o estatal de protección al consumidor.

La historia de la venta directa en la Argentina comenzó en 1968. Inicialmente los productos vendidos eran sólo de cosmética y tocador. Con el tiempo, el uso del sistema se extendió a artículos y envases plásticos para el hogar, ollas, vajilla, menaje, pequeños electrodomésticos, bijouterie, lencería, indumentaria productos de limpieza, vitaminas suplementos nutricionales, libros y otros.

Venta al Consumidor
Millones de dólares a precio retail (cliente)



Evolución revendedoras 2003/2007



**TU TIENES EL PODER.
NOSOTROS, LOS PRODUCTOS.**

L'Bel, Autoridad en Tratamiento Facial Francés, con presencia en 14 países y más de 40 años de experiencia, te invita a compartir ese poder en el fascinante mundo de la belleza, en el cual tú eres dueña de tu tiempo y destino.

Convertite en una especialista en Belleza llamando al 0800-777-LBEL(5235) o ingresando a www.lbel-oportunidad.com.ar

L'BEL PARIS
El Poder de Ser Mujer

También podés visitarnos en nuestra tienda de Av. Santa Fe 1374, Capital Federal o en www.lbel.com

TIENS

Milenaria cultura china al cuidado de tu salud.

Oportunidad Multinivel

www.tiensar.com
0810 222 8436

Para unos labios deliciosamente perfectos

piensa en rosa

MARY KAY®



Nuevo Lápiz Labial Cremoso Mary Kay

Viste tu boca con la deliciosa fórmula de larga duración del Lápiz Labial Cremoso Mary Kay que humecta tus labios gracias a sus derivados de Vitaminas E y C, mientras los protege de los radicales libres que causan las líneas de expresión.

Piensa en Rosa. Piensa en Mary Kay

Labiales Cremosos Mary Kay



Para conocer más sobre Mary Kay y su Línea de Productos, puedes comunicarte con tu Consultora de Belleza Independiente, visitar nuestra página web: www.marykay.com.ar o llamar sin cargo al 0800-555-666 en Argentina o al 915-1160/1128 en Uruguay

AMODIL

Naturel S.A. es una empresa de venta directa que desde hace más de 40 años crece día a día, investigando, desarrollando e invirtiendo en la mejor tecnología para obtener los productos Amodil más sobresalientes a nivel nacional e internacional. Su éxito se apoya sobre tres pilares fundamentales:

INFRAESTRUCTURA Y PERSONAL CALIFICADO

Amodil posee dos plantas elaboradoras, una en Villa Mercedes, San Luis, y otra en la provincia de Buenos Aires. Sus laboratorios y maquinarias de última generación cumplen con las estrictas normas de calidad impuestas por el Ente Regulador A.N.M.A.T. (Administración Nacional de Medicamentos Alimentos y Tecnología Médica). Profesionales calificados y capacitados, controlan y examinan diariamente la producción.

VALORES HUMANOS

En Amodil creemos que el origen del éxito está en las relaciones humanas. El vínculo persona a persona es el primer paso para el crecimiento personal y empresarial. Cada una de las Revendedoras es sumamente importante, por eso, nuestro trabajo se enfoca en capacitarlas, recompensarlas y brindarles todas las herramientas para hacer lucrativo su propio negocio de belleza.

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

La última innovación de Amodil es **Retinol, crema antiarrugas intensiva.**

El Retinol es uno de los activos más importantes de la vitamina A, posee propiedades antienvjecimiento y protege a la piel del daño causado por la radiación más agresiva de los rayos solares, acelerando considerablemente la producción de colágeno, responsable de la reconstitución de componentes esenciales para la salud natural de la piel.

La excelencia en la calidad de los productos y la búsqueda continua de las últimas tendencias, convierten a Amodil en una de las empresas de venta directa líder del mundo de la belleza.

Una revisión que acaba de publicarse en **The Archives of Dermatology** confirma que el Retinol es uno de los tres únicos tratamientos efectivos contra las arrugas, su aplicación fue la primera en demostrar utilidad.
(Fuente: Diario La Nación, 20 de agosto de 2008)

