



La venta directa despega en plena crisis y atrae a un nuevo perfil de profesionales

La cifra de distribuidores crece un 27% al absorber a un importante número de desempleados • La facturación de las empresas del sector supera los 500 millones

C. Porras Madrid

La crisis ha provocado el cierre de miles de empresas desde su inicio hace tres años. Sin embargo, existen determinadas áreas de actividad que mejoran en situaciones económicas adversas. Es el caso de la venta directa. Al quedarse sin trabajo, muchas personas han optado por crear el suyo propio, pero con la mínima inversión posible o nula, y la vía que han encontrado es el mundo de la venta directa.

Según datos de la Asociación de Empresas de Venta Directa (AVD), el número de vendedores creció un 27% en 2009 y se alcanzó una facturación de 504 millones de euros. Su secretario general, Juan Turró, asegura que para 2010, aún con cifras provisionales, estiman un crecimiento de entre el 15% y el 20% de distribuidores. En 2009, el número de vendedores se situó en 184.768, de los que 162.761 fueron mujeres, el 83%.

Turró define esta actividad como un sistema especial de venta, que ofrece productos y servicios fuera de los establecimientos, con frecuencia en el domi-

nilio particular. Además, insiste en diferenciarlo de la venta a distancia, que no es personalizada.

La crisis ha modificado incluso el perfil del vendedor. Predominan las amas de casa, que consiguen así unos ingresos extra, pero en los últimos meses se han incorporado personas que incluso tenían puestos de responsabilidad y aportan su red de contactos.

Entre 35 y 50 años

Los profesionales de la venta directa en España tienen entre 35 y 50 años, cerca de un 46% posee estudios medios y un 18%, universitarios, según AVD.

El perfil masculino sigue siendo escaso y está más presente en actividades de carácter cultural (venta de libros, música) y de los productos de cocción. En general, es un negocio liderado por mujeres por su flexibilidad a la hora de conciliar y porque conocen mejor el producto más vendido a través de esta vía: los cosméticos.

Los trabajadores de este sector son autónomos pero con un régimen particular, el de la venta ambulante, que rebaja las cuotas de la Seguridad Social a menos



Las mujeres suponen el 83% del total de vendedores. / Bloomberg

de la mitad que un autónomo normal. Para ser representante de una empresa de este tipo no hay que hacer ninguna inversión o muy pequeña para adquirir los productos que mostrarán a los clientes.

Las tecnologías

Internet no es un competidor, según aseguran las empresas. Es verdad que colocan sus artículos en la Red, pero suelen desviar el pedido hacia un vendedor,

explica Ana Hernando, jefa de marketing de la firma sueca Oriflame. Además, explican que este medio, en particular las redes sociales o determinados foros, les permiten crear su red de contactos.

“La puerta fría ha desaparecido”, señala Turró, que añade que es muy importante la profesionalización de este tipo de ventas. Es decir, abrir el negocio a otras personas y crear equipos.

Según Teresa Salcedo, jefa de comunicación de Avón, esta actividad pueden generar “cifras astronómicas”. Una apreciación con la que coincide Gema Aznar, presidenta de la firma de cosméticos americana Mary Kay en España. La media mensual de ingresos con una dedicación a tiempo completo es de 1.500 euros, según datos de AVD, y de entre 500 y 300 euros con tres o cuatro horas diarias.

GARANTÍAS Un sector bajo el sistema de arbitraje

En España existen cerca de 40 empresas dedicadas a la venta directa, 19 de ellas pertenecen a la AVD, que fue la primera asociación española en dotarse de un código de ética y adherirse al Sistema Arbitral de Consumo con el objetivo de canalizar de forma rápida y sin costes las posibles reclamaciones de los consumidores. Según el secretario general de AVD, Juan Turró, de los 7,5 millones de pedidos que en conjunto registran cada año las empresas asociadas, menos de 12 van a arbitraje.

La mayoría de estas firmas son multinacionales extranjeras y en los próximos meses podrían llegar nuevas empresas a España, según Turró. La que más bisutería factura en Europa es española. Se trata de Cristian Lay, con sede en Jerez de los Caballeros (Badajoz), una de las empresas más fuertes de Extremadura. Está presente en 17 países y en 2009 facturó 180 millones de euros.