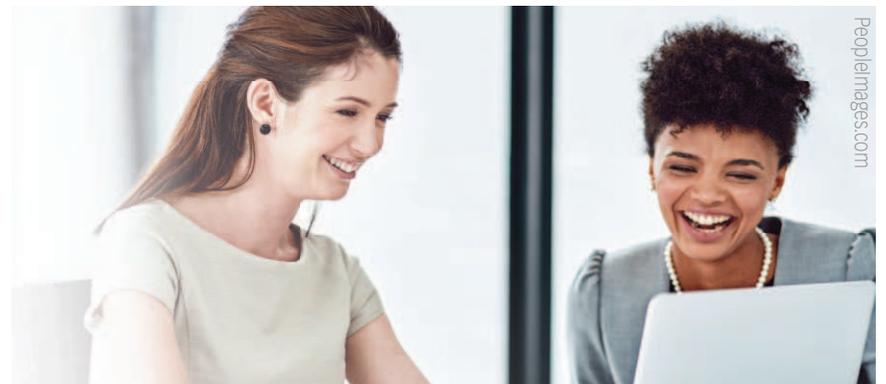


# VENDDAS DIRETAS



## Mudanças sem perder a essência

**MODELO DE NEGÓCIOS CONTINUA A TER NO RELACIONAMENTO PRÓXIMO SEU PRINCIPAL DIFERENCIAL, E INOVA PARA CONTINUAR EM DESTAQUE**

No Brasil, 3,5 milhões de pessoas dedicam-se às vendas diretas, modelo de negócios baseado na comercialização de produtos e serviços de uma empresa a consumidores finais por meio de consultores independentes, como comumente são chamados aqueles que assumiram a atividade como fonte de renda principal ou complementar. No mundo, esse indicador supera a marca de 114,9 milhões. O volume de negócios originados pelo contingente nacional, por sua vez, passa dos R\$ 45 bilhões ao ano, o que coloca o país na sétima posição do ranking mundial do setor. Globalmente, o montante supera 172 bilhões de dólares (ou seja, mais de R\$ 870 bilhões).

Os números confirmam a pujança das vendas diretas, atrelada a características intrínsecas à modalidade, mas também à capacidade de as empresas que nele investem modernizarem o setor para acompanhar as transformações tecnológicas e na coletividade. “Um mercado tão tradicional, que surgiu há tanto tempo, adaptou-se continuamente a todas as formas de comunicação e às mudanças na sociedade. Hoje, há toda a facilidade de vender pelas mídias sociais, aplicativos etc., recursos que vieram para agregar, para fortalecer os relacionamentos, que é o principal diferencial das vendas diretas”, avalia Adriana Colloca, presidente executiva da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (Abevd).

De fato, as evidências indicam que o setor e seus agentes souberam moldar-se às demandas de novos tempos sem, no entanto, negligenciar o vínculo próximo entre quem vende e quem compra, característica capaz de cativar pessoas nas mais variadas latitudes e longitudes do planeta. Todavia, se proximidade e confiança seguem como pilares fundamentais das vendas diretas, os atributos que explicam e justificam a opção ou predileção de milhões de consultores e consumidores por elas vão além, e não são necessariamente tangíveis.

Tornar-se um representante, para muitos, configura a oportunidade singular de acessar, por conta própria, trabalho e renda, por exemplo. “Atuar com vendas diretas é uma excelente oportunidade para pessoas que têm um

perfil empreendedor, mas nem sempre possuem capital para iniciar um negócio próprio, assim como para aquelas que não estão atuando em empregos nos modelos tradicionais. Além disso, a possibilidade de desempenhar a atividade contribui para elevar a autoestima desse público, e possibilita a ele descobrir novas habilidades, além de ajudar no orçamento familiar. Tudo isso faz com que mais dinheiro entre em circulação e, dessa forma, o setor favorece a economia e a sociedade de maneira geral”, descreve Atsushi Nemoto, presidente da Yakult Brasil.

dos seus propósitos e fortaleciam, por meio das vendas diretas, habilidades e ética no trabalho, o que normalmente acarretava recompensas econômicas e sociais.

Sérgio França, diretor geral da Mary Kay Brasil, reforça que a carreira em vendas diretas, normalmente, e como acontece na própria companhia, envolve pessoas comprometidas e apaixonadas, que ajudam umas às outras e reforçam os valores da marca. Além disso, ela pode permitir o acesso à independência financeira, à flexibilidade de horário, a ganhos ilimitados, a viagens, prêmios e eventos exclusivos, e proporciona a oportunidade de comercializar produtos de qualidade e desejados. “É a oportunidade de ter um negócio próprio de forma rápida e fácil, com ferramentas de apoio, programas de educação, desenvolvimento e reconhecimentos”, sintetiza o executivo da Mary Kay.

Atributos positivos relacionados às vendas diretas são potencializados por iniciativas criadas e/ou patrocinadas pelas empresas do setor. Isso acontece, por exemplo, via capacitações, auxílios (de financiamentos a bolsas de estudos) e outras iniciativas para transformação social. Ou seja, as organizações parecem dispostas – e cientes sobre os benefícios associados – a fortalecer vínculos e compromissos com seus consultores e com o desenvolvimento sustentável. “Considerando que as empresas recebem uma licença da sociedade para operar, precisamos cumprir nossa função social, promovendo o bem-estar para nossa rede e além dela. Nesse sentido, a venda por relações não é apenas um modelo comercial, mas também uma arena de regeneração e transformação social. Um exemplo disso é que, a partir de um diagnóstico feito com metodologia de IDH inspirada no modelo da ONU, investimos e identificamos necessidades para que tenhamos resultados não só no negócio, mas também em aspectos como crescimento em indicadores de cidadania e aumento nos acessos à educação e saúde”, conclui Agenor Leão, vice-presidente de Negócios de Natura &Co América Latina.



**R\$ 45  
bilhões**

**é o volume de  
negócios do setor  
no país**

**3,5  
milhões  
de empreendedores  
independentes  
brasileiros se dedicam  
à modalidade de  
negócios**

Trabalhos acadêmicos corroboram a fala do executivo. Nos Estados Unidos, uma pesquisa com consultores e consultoras revelou que dois terços deles acreditavam que suas experiências com vendas diretas permitiram aprimorar habilidades profissionais/empresariais e pessoais.

Mais do que isso, a investigação aponta que, para além dos consultores, familiares, amigos e públicos com quem eles interagem eram impactados positivamente. Em outro artigo, investigadores indicaram três razões básicas que fazem da modalidade pertinente e atraente: criação de renda, refinamento de identidade pessoal e fortalecimento de conexões sociais. Por fim, um estudo na África do Sul concluiu que consultoras costumavam fazer planos, raramente desistiam



## EVOLUÇÃO

## Sem medo de novidades e disposto a aproveitá-las

**SETOR DE VENDAS DIRETAS ACOMPANHA O AVANÇO DA DIGITALIZAÇÃO, QUE TEM POTENCIAL PARA BENEFICIAR CONSULTORES E CLIENTES**

“**A** indústria de venda direta tem sido uma rede social desde o seu início. Primeiramente de conexões offline, agora digital e multiplataforma, mas acima de tudo uma rede social. Temos trabalhado para garantir que as relações das consultoras com seus clientes possam ocorrer em diferentes formatos e ocasiões. Olhando para o próximo século, devemos diversificar e expandir nossas redes de vendas”, descreve o vice-presidente de Negócios da Natura &Co América Latina, Agenor Leão. Ele relata que o poder do digital permitiu à organização evoluir lado a lado com o estilo de vida dos consumidores e suas novas demandas. “Hoje, as consultoras podem facilmente passar de vender produtos para vender serviços também. Considerando a indústria de cosméticos, elas têm a opção, por exemplo, de oferecer tutoriais de maquiagem, capazes de impulsionar as vendas e reter os consumidores, que se tornam mais próximos dos vendedores diretos de diversas maneiras”, complementa. “Elas são verdadeiras influenciadoras digitais”, pontua.

Segundo Gabriela Takano, Chief Marketing Officer para a América Latina na Amway, o Relatório Global do Empreendedorismo 2023, elaborado pela companhia, indica que 77% dos entrevistados no mundo já se sentem à vontade para comprar produtos por meio das redes sociais. “Na empresa, a nossa direção estratégica foca no comércio social. A criação de clientes por meio de redes sociais e soluções como Minha Loja Virtual, Catálogo Digital, além de formações específicas de vendas digitais e sociais em nosso Instituto de Negócio Amway (INA), totalmente online, são as melhores ferramentas para ajudar os nossos empresários a alavancar esta tendência de negócio e encontrar os consumidores onde quer que estejam”, relata a executiva.

O setor de vendas diretas, de maneira geral, trabalhou – e continua a fazê-lo – para enfrentar desafios e aproveitar oportunidades que novas tecnologias da informação e da comunicação agregam à modalidade. A presidente executiva da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (Abevd), Adriana Colloca, por exemplo, é otimista em relação aos novos recursos. “Acho que as novas tecnologias tornaram o setor mais inclusivo, porque você



chagin

pode estar em qualquer lugar do Brasil, absolutamente, e contatar mercados inacessíveis antigamente”, pontua.

“Vendas diretas, como indústria, só não terá capacidade de crescer se, por acaso, se mantiver atrelada a um modelo do começo do século XXI. Na prática, pela primeira vez cada pessoa tem capacidade de alcançar milhares ou milhões de outras, o que faz com que o potencial do setor seja enorme. O que é preciso fazer a respeito? Oferecer a infraestrutura para que ele se materialize”, pondera o vice-presidente de Marketing para as Américas Central e do Sul da Herbalife, Jordan Rizzato. Ele diz haver a percepção de que o crescimento do digital influencia a competitividade com outros canais digitais, como marketplaces. Isso motiva as empresas a buscarem também opções high-tech e high-touch, entre outros recursos que as permitam operar as vendas diretas e diferenciá-las de outras modalidades existentes online sem alienar os consultores das ferramentas digitais. Elas podem, mas não precisam ser, necessariamente, sofisticadas, incluindo do maior uso de inteligência artificial a soluções para qualificar o emprego do WhatsApp pelos consultores. No caso da Herbalife, assim como no de outras empresas, a transformação baseia-se na premissa de avançar no online sem tirar o protagonismo dos vendedo-

res independentes, que agregam o diferencial do relacionamento próximo e do atendimento personalizado. “Em um site de vendas ‘normal’, você não vê ninguém, não fala com ninguém. No nosso negócio, uma experiência de compra maximizada é oferecida justamente por meio do contato com o consultor, que entra nesse processo, não necessariamente para fechar uma negociação, mas para orientar, por exemplo, sobre como tirar o melhor proveito de um produto”, explica Jordan.

Também na Mary Kay a ideia é evoluir sem deixar de lado características que fizeram – e seguem a fazer – da marca um sucesso. “Entendemos que o mundo mudou e estamos mergulhando nessas transformações, mas não queremos perder a essência de Mary Kay. Então, reunimos

**7º**  
lugar  
é a posição do Brasil  
no ranking mundial  
de vendas

as duas coisas, o propósito da Mary Kay e as transformações digitais”, conta Sérgio França, diretor geral da empresa no Brasil. A ideia, ademais, é dar liberdade e opções às consultoras para que elas decidam sobre como preferem realizar negócios. “Algumas têm preferência pelo modelo tradicional de vendas diretas e continuarão a ter acesso aos seus produtos pelo meio que mais se adequa ao seu estilo de vida. Mas há quem opte por ferramentas digitais, e continuaremos firmes em nosso propósito de marca que é proporcionar a melhor oportunidade de carreira independente e, também, a melhor experiência de compra ao consumidor final. Assim, queremos proporcionar a possibilidade de nossas consultoras tornarem-se omnichannel”, pondera ele. Recentemente, a companhia lançou o Mary Kay a Um Clique, canal digital em que cada revendedora pode personalizar sua página on-line e que simplifica as transações entre elas e os clientes. Também modernizou ferramentas como a Skyn

Analyzer, que permite às vendedoras compartilharem informações com as consumidoras sobre uma rotina de beleza ideal. É uma experiência online totalmente personalizada, com a ajuda da inteligência artificial. Além disso, temos o Mirror Me, o Quiz da Base e o Quiz de Fragrância. São plataformas importantes para que o consumidor final possa chegar com um pedido assertivo para sua consultora de beleza ou utilizar o resultado como uma forma de ajudá-la a conhecer o seu gosto”, exemplifica.

**POINT**  
COMUNICAÇÃO E MARKETING

ANUNCIE NOS NOSSOS  
CADERNOS ESPECIAIS EM  
2024:

SAÚDE  
TECNOLOGIA  
COMPORTAMENTO  
INFRAESTRUTURA  
FINANÇAS  
AGRO  
NEGÓCIOS  
BEM-ESTAR

CONSULTE NOSSA AGENDA

(11) 3167-0821

WWW.POINTCM.COM.BR  
CADERNOESPECIAL@POINTCM.COM.BR

## Ferramentas

Os recursos mais utilizados por consultores para divulgação de produtos e serviços já são digitais.

**80%** recorrem a apps  
de mensagens

**71%** empregam também  
redes sociais



Fonte: pesquisa encomendada, em 2023, para CVA Solutions pela ABEVD

ra2studio

# MARY KAY®

A MARCA DE BASE #1 NO BRASIL\*

A BASE DA  
INDEPENDÊNCIA  
FINANCEIRA  
PARA MILHARES  
DE MULHERES



NA MARY KAY, O NÚMERO 1  
QUER DIZER MUITA COISA.

Ser reconhecida como a número #1 é a certeza de que fazer o melhor todos os dias dá resultado. A nossa maior conquista é levar beleza e independência financeira a mulheres do mundo inteiro.



COMPRE ON-LINE  
OU SEJA UMA  
CONSULTORA  
DE BELEZA  
INDEPENDENTE.



\* Share Valor, Maquiagem - 100% Base Facial/Total Brasil/Ano Móvel Julho 2022 – Junho 2023/Nielsen Homescan.

\*\* Fonte: Euromonitor International Limited, Beleza e Cuidados Pessoais, Edição 2023, vendas em valor em preços de mercado, dados de 2022.

## CONSULTORES

# Muitas oportunidades, mas nenhum milagre

**PORTAS ABERTAS A PESSOAS SEM EXPERIÊNCIA COM VENDAS E A OFERTA DE QUALIFICAÇÃO PELAS COMPANHIAS SÃO FATORES DE ATRAÇÃO PARA CONSULTORES**

“Sempre reforçamos que qualquer pessoa pode se tornar uma consultora de beleza independente. O importante é ter um perfil de quem quer fazer acontecer e estar interessada em empreender”, aponta Sérgio França, diretor geral da Mary Kay Brasil. A afirmação reforça uma das vantagens que o setor de vendas diretas oferece: a oportunidade de entrada no mercado sem exigir conhecimentos ou habilidades prévias com atividades comerciais ou similares. Mas, ao mesmo tempo, sublinha um fator que precisa ser ponderado por quem resolve enveredar nesse mercado: a necessidade de dedicação e de vontade de aprimorar-se para alcançar melhores resultados. A mensagem é clara: não existem milagres e os resultados positivos, como o alcance de uma boa renda, não surgem por acaso. Qualquer anúncio de ganho fácil e rápido feito por qualquer organização deve ser recebido com desconfiança e investigado pelo interessado. Em suma, a renda que vendedores diretos obtêm depende de fatores múltiplos, que incluem o tipo de produto, demanda do mercado, e até da disponibilidade e do objetivo do consultor, que pode, por exemplo, optar por dedicar-se em tempo integral ou não à atividade. O que não varia, é o fato de que os ganhos financeiros estão atrelados ao esforço de vendas despendido, que pode ser impulsionado, entre outras coisas, pela aquisição de novas competências, técnicas e humanas.

As empresas do setor colaboram significativamente, e cada vez mais, para contribuir com a evolução pessoal e profissional de seus consultores. Uma pesquisa encomendada pelas Associação Brasileira das Empresas de Vendas Diretas em 2023, mostrou que, apenas no primeiro semestre do ano passado, 1 milhão deles foi beneficiado com programas de formação e capacitação, com temas dos mais variados, incluindo de técnicas de negociação e finanças, a uso de ferramentas digitais e relacionamentos interpessoais.

Jordan Rizetto, vice-presidente de marketing para Américas Central e do Sul da Herbalife, destaca a importância estratégica de investir na capacitação da força de vendas, uma vez que consultores são verdadeiros embaixadores da marca. Em linha com a digitalização que avança no setor, naturalmente as empresas intensificam cada vez mais o uso de recursos online e diferentes plataformas virtuais para levar conhecimentos aos empreendedores. “Na Herbalife proporcionamos tanto treinamentos que dizem respeito às características e performance dos produtos, quanto à administração dos negócios. Tudo de maneira prática e on demand”, diz Jordan. A companhia desenvolveu a HN Grow, solução para aprendizagem disponível em mais de 50 países e que, desde seu lançamento, já recebeu mais de 10 prêmios e reconhecimentos no Brasil e no exterior pelas suas qualidade, inovação e pertinência. A plataforma equipa os distribuidores inde-



Madhourses

**1 milhão de consultores realizou capacitações oferecidas pelas empresas do setor no primeiro semestre de 2023**

pendentes com ferramentas e acesso a módulos com conteúdos variados e em diferentes formatos, incluindo vídeos, trilhas de aprendizagem, guias e e-books. A HN Grow garante, também, flexibilidade e conveniência para que eles decidam a melhor hora e o ritmo adequado para os estudos. Segundo Jordan, ainda que as capacitações não sejam, na maior parte dos casos, obrigatórias, sua realização já faz parte da rotina de uma parcela expressiva dos consultores e, certamente, isso ajuda a impactar de maneira positiva a gestão das atividades e o relacionamento com os consumidores de cada um. Em consequência disso, há melhores condições de incrementarem as transações e a retenção de clientes.

A solução já recebeu reconhecimentos internacionais e no Brasil pela sua excelência. A aplicação equipa os distribuidores independentes da Herbalife com ferramentas e materiais educativos interativos para ajudá-los a desenvolver negócios e reunirem conhecimentos para repassarem as melhores recomendações aos clientes. Disponível em mais de 50 países, o HN Grow, desde 2020, já recebeu pelo menos 13 reconhecimentos pelas suas qualidade, inovação e pertinência.

Também a Mary Kay investe para estender às consultoras conteúdos relevantes e que contribuam com o seu êxito como empreendedoras. “Temos uma área dedicada ao suporte, desenvolvimento e orientação, online e presencial. Nosso maior objetivo é que elas cresçam profissional e pessoalmente, e por isso prezamos muito pelo apoio contínuo, além de incentivarmos, sempre, muita troca e união entre as consultoras”, detalha Rosana Bonazzi, vice-presidente de Vendas e Experiência Digital

da empresa. Em 2023, a Mary Kay foi reconhecida pela Abevd na categoria Treinamento e Capacitação, com o Projeto “Consultora e Maquiadora Pro”, que beneficiou 40 mil mulheres. “Agora, estamos com um novo projeto com foco na preparação para o emprego de ferramentas digitais, com o objetivo de capacitar 50 mil”, acrescenta a executiva.

No caso da Yakult, a companhia convida as comerciantes para treinamentos, tanto presenciais como online, incluindo os ministrados por técnicas em nutrição, que explicam sobre as características e os benefícios dos produtos da empresa. A companhia também realiza ações para passar orientações sobre técnicas de vendas, além de envolver suas consultoras em simulações de abordagem aos clientes para que, no momento real de vendas e explicação sobre as vantagens dos produtos, elas já tenham mais habilidades. Ainda, quando solicitado pelas empreendedoras, funcionários da Yakult as ajudam em campo, seja para orientar quem está começando, seja para ajudar a quem está com alguma dificuldade.

A oferta de capacitações é foco também de outra gigante do setor de vendas diretas. “A Amway foi construída em torno da ideia de empreendedorismo inclusivo e de fornecer às pessoas as ferramentas de que necessitam para construir o seu próprio negócio. O sucesso da companhia depende do sucesso dos empresários”, define Gabriela Takano, Chief Marketing Officer da companhia para a América Latina. Dessa maneira, segundo ela, todas as competências para atuar com a companhia podem ser conquistadas por meio da plataforma online de treinamentos 100% gratuita, em que os consultores têm à disposição capacitações sobre produtos, mas também sobre temas como técnicas de vendas no ambiente digital.

# Investimento inicial baixo, flexibilidade e resultados

**F**ernanda de Carvalho, 39 anos, moradora do bairro da Penha, na Zona Leste da capital paulista, é uma entre as 3,5 milhões de pessoas que, no Brasil, optaram por trabalhar com vendas diretas. Hoje profissional autônoma que se dedica a comercializar os produtos da Yakult, antes ela atuava na área administrativa, mas foi atraída especialmente pela flexibilidade de horário proporcionada pela modalidade de negócios. “A decisão foi positiva, melhorou a minha vida financeira e consegui conciliar o trabalho com a rotina de mãe e o horário da escola dos meus filhos”, descreve Fernanda, que, diariamente, dedica cerca de seis horas para organizar o carrinho (com produtos) e a agenda com calma, vender e realizar o controle financeiro. Apesar de fazer uso do Whastapp, ela gosta de apresentar pessoalmente a linha de produtos a novos fregueses, bem como de visitar semanalmente àqueles já frequentes. “Participo, sempre, das palestras oferecidas pela Yakult, e acre-

dito que simpatia, empenho, persistência, honestidade, higiene e comportamento adequado são características essenciais para ter sucesso com as vendas diretas”, diz a consultora, que não esperava ter o lucro expressivo que está conseguindo e, além dele e da já citada flexibilidade de horário, identifica como vantagens da modalidade a possibilidade de oferecer produtos de qualidade, atingir a realização pessoal e, no seu caso, exercitar-se. “Não preciso ir para a academia”, garante.

Outro aspecto que estimula o trabalho com vendas diretas é o fato de que, para começar a atuar no setor, o investimento por parte do futuro consultor é ínfimo. Não à toa, a modalidade é requerida por pessoas de todas as classes sociais, incluindo as de classes C, D e E, segundo levantamento divulgado pela Abevd. “Ela permite iniciar com poucos recursos financeiros uma atividade empreendedora, que pode proporcionar autonomia, flexibilidade etc., e praticamente

sem riscos”, avalia Adriana Colloca, presidente executiva da entidade. Ademais, vendas diretas dispensam a necessidade, como acontece em outras alternativas, os consultores de mobilizarem recursos financeiros e lidarem com toda uma parte burocrática, bem como com etapas de testes/avaliação de produtos ou serviços. Todas essas tarefas são encampadas pelas empresas do setor. Ou seja, consultores oferecerão soluções que já foram testadas, desenvolvidas e experimentadas.

Segundo Gabriela Takano, da Amway, a empresa averiguou, em pesquisas feitas para o seu Relatório de Empreendedorismo Global, que a maior barreira para iniciar um negócio diz respeito justamente à capacidade de levantar recursos financeiros. “Nossa oportunidade de negócio de venda direta de baixo custo e baixo risco surge como uma

opção atrativa ao removê-la”, realça a executiva. NA Amway é possível iniciar as atividades com um investimento de apenas R\$ 205,00, valor que inclui kit de produtos e ferramentas para ajudar no desempenho dos negócios e treinamentos gratuitos, entre outros benefícios que um modelo de negócio “tradicional” pode não oferecer.

Também no caso da Herbalife é viável começar a vender com apenas R\$ 150,00, o que dá aos novos consultores acesso a recursos como os treinamentos. A companhia oferece, ainda, garantias como as de 100% de reembolso do seu Kit de Início se houver o cancelamento do contrato de distribuidor em até 90 dias após sua assinatura.



Peopleimages.com

## A outra ponta

**S**e as razões para consultores optarem pelas vendas diretas são bastante evidentes e comprovadas, que particularidades cativam os consumidores e fazem deles fiéis? Confira algumas:

### ● A tendência personalizada:

As vendas diretas costumam possibilitar a interação dos clientes com os vendedores para eliminar dúvidas, buscar orientações para fazer a melhor escolha e/ou potencializar as qualidades dos produtos e serviços, e chegar àquelas soluções que atendam exigências e/ou aspirações particulares.

### ● Proximidade:

Apesar de a internet ter ampliado a área de abrangência dos consultores se eles assim quiserem, é comum que sejam pessoas de um bairro ou comunidade próximos do cliente, ou ainda, participantes de um mesmo ciclo de amizade. Isso reforça a interação e a confiança, seja nas transações, seja

em relação ao que está sendo oferecido. Ainda, a convivência pode ser benéfica em caso de necessidade de assistência o pós-venda.

### ● Variedade e exclusividade:

Há empresas de vendas diretas que disponibilizam seus produtos e serviços exclusivamente por esse canal. Há soluções que são amplamente conhecidas e reconhecidas por consumidores que só poderão ser adquiridas por meio de um consultor.

### ● Apresentações:

São recorrentes os encontros para demonstrações e esclarecimentos sobre produtos e serviços entre vendedores a clientes. Com isso, consumidores podem ver na prática como um item funciona e analisar os materiais de que é feito, por exemplo. Essas reuniões ainda acontecem, muitas vezes, presencialmente, em domicílios, empresas ou eventos, mas a internet é cada vez mais usada para a promoção de eventos virtuais.

Levar bem-estar é o nosso sonho e pode ser o meio de realizar o seu.

Aponte a câmera do celular e leve saúde conosco!



Yakult promovendo saúde, bem-estar e oportunidades

A Yakult conquista clientes ao redor do mundo há 90 anos e vem fazendo o mesmo no Brasil, ao lado de Comerciantes de Produtos Yakult, que compartilham conosco o objetivo de crescer proporcionando benefícios à saúde das pessoas.

Seja Comerciante de Produtos Yakult

SEJA INVESTIMENTO INICIAL HORÁRIO FLEXÍVEL PRODUTOS DE QUALIDADE



**Yakult**

## RESPONSABILIDADES

## Setor contribui com pautas fundamentais

**TEMAS COMO DIVERSIDADE, EMPODERAMENTO, EDUCAÇÃO E MEIO AMBIENTE PERMEIAM O DIA A DIA DE ORGANIZAÇÕES E CONSULTORES**

**P**autas socioeconômicas e socioambientais em evidência no Brasil e no planeta permeiam e são impactadas pelo setor de vendas diretas. Por exemplo, há muito uma das características que sobressaem na modalidade é o alto grau de adesão do – e receptividade ao – público feminino que, nacionalmente, responde por aproximadamente 60% dos consultores em atividade. A ampla participação delas contribui, por exemplo, para incrementar as condições de existir mais igualdade de gênero e de empoderamento de mulheres, temas que figuram entre Os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas. “A Mary Kay nasceu de uma das maiores empreendedoras de todos os tempos, a Mary Kay Ash, que também era mãe. Já são mais de 60 anos com a empresa empoderando mulheres, defendendo o empreendedorismo feminino e a sororidade”, exemplifica Rosana Bonazzi, vice-presidente de Vendas e Experiência Digital da marca no Brasil. A executiva destaca que a atuação da companhia, com seu modelo de vendas diretas, ajudou a mudar a vida de muitas consultoras nos mais de 35 países em que ela está presente, ao abrir portas para que milhões delas tivessem chances de trilharem seus próprios caminhos, com controle sobre seus futuros e mais tempo com suas famílias. A marca tem, atualmente, compromisso, descrito em seu relatório de sustentabilidade e impacto social, de capacitar 5 milhões de mulheres em todo o mundo em habilidades para os negócios até 2030. “A Mary Kay também aderiu aos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPS) na região Ásia-Pacífico, que promove um ambiente de trabalho solidário e cooperativo para a comunidade, por meio de suas iniciativas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), e é parceira da ONU Mulheres no Women’s Entrepreneurship Accelerator, iniciativa para estimular o trabalho de empreendedoras em todo o mundo. No Brasil, criou o Instituto Mary Kay, que tem como foco principal o combate à violência contra a mulher e visa a proporcionar o bem-estar a elas em todas as fases da vida, com ações apoio a vítima e divulgação sobre for-

mas para denunciar casos de abusos”, amplia Rosana.

Na Yakult, por sua vez, mais de 90% das revendedoras são mulheres. “Acreditamos que é importante estimulá-las à independência financeira, e iniciamos esse projeto no Brasil há 55 anos, quando não era tão comum a elas trabalhar fora de casa”, ressalta o presidente da organização no país, Atsushi Nemoto. Já naquele momento, e até hoje, a empresa oferecia ao público feminino treinamentos e orientações sobre técnicas de vendas, atendimento a clientes, controle financeiro, entre outros, com o intuito de que as revendedoras, independentemente de terem experiência com vendas ou não, pudessem tornar-se empreendedoras.

As vendas diretas têm como característica quase inata o acolhimento, não apenas ao público feminino, mas à diversidade de maneira geral. É bastante possível que os indicadores em relação ao tema sejam melhores dentro do setor do que na sociedade. “Na Herbalife, por exemplo, temos políticas inclusivas para mulheres e pessoas de grupos minorizados, mas a própria modalidade tem a característica de ser inclusiva”, diz Jordan Rizetto, vice-presidente de Marketing para as Américas Central e do Sul da Herbalife. Isso porque perfis ou orientações pessoais não interferem nas possibilidades de acesso ao trabalho como consultor ou consultora.

**60%**  
**dos consultores independentes de vendas diretas no Brasil são mulheres**

#### Suporte

“A nossa atuação coloca a Consultora no centro do nosso negócio”. Como exemplo, Agenor Leão, vice-presidente de Negócios de Natura &Co América Latina, cita o lançamento da plataforma de serviços financeiros Emaná Pay, solução que tem demonstrado incremento de produtividade, renda e – consequentemente – de impacto social. “Com o Emaná Pay, elas gerenciam suas finanças com mais eficiência. Nosso modelo de negócios se fundamenta no microcrédito, pois fornecemos financiamento para a consultora e ela reembolsa posteriormente. Isso nos permite fornecer não apenas facilidades de pagamento à empresa, mas também capaci-



annas.stills@gmail.com

ta as consultoras a cobrarem de seus clientes, reduzindo assim sua exposição ao risco”, sintetiza Agenor.

O executivo conta ainda sobre a crença da empresa de que a vida é uma cadeia de relacionamentos, em que tudo é interdependente, e que o valor e a longevidade da empresa estão ligados à sua capacidade de contribuir para seu desenvolvimento sustentável. Isso se traduz também no fato de a Natura ter incorporado a conservação da floresta amazônica ao seu modelo de negócios há mais de 20 anos. “Naquela época, lançamos nossa marca Ekos e começamos a usar ingredientes da biodiversidade brasileira em nossos cosméticos. Intensificamos nossa presença na região lançando o Programa Natura Amazônia, com o principal objetivo de criar negócios sustentáveis e promover o desenvolvimento local com base em ciência, inovação e empreendedorismo, valorizando os bioativos, o conhecimento tradicional e a cultura local. Nossa atividade vai além da compra de insumos por meio do comércio justo. Ela contribui para a conservação da floresta, gera mais renda e melhora a qualidade de vida para as pessoas”, descreve Agenor.

A mesma crença molda a relação da companhia com as mais de 2 milhões de consultoras de beleza da Natura e da Avon no Brasil. A elas, a Natura &Co estende medidas que ajudam a reforçar o empreendedorismo, a maximizar a geração de valor – por meio de renda, educa-

ção e saúde –, a combater a violência de gênero e a promover a igualdade de gênero e racial. Com relação à instrução das Consultoras, por exemplo, há mais de 500 líderes estudando com bolsas de ensino superior 100% financiadas por Natura Crer para Ver. “Também entendemos que a cidadania é um instrumento de regeneração. Aqui na América Latina, em que temos assistido um aumento da polarização política, da abstenção eleitoral, com o afastamento sistêmico entre pessoas e vida pública, entendemos que, como empresa, temos a responsabilidade de agir em relação a isso. Temos um modelo de financiamento coletivo que mobiliza milhões de consultoras para a transformação da educação por meio das políticas públicas. Em 2022 e em 2023, criamos campanhas em prol do voto consciente nas eleições no Brasil e na Argentina. Hoje temos cerca de 350 consultoras vereadoras em nosso país. Isso nos ajuda a enxergar o quanto a Natura tem como vocação atuar como uma ponte, conectando diferentes pontos de vista, evocando a importância da vida em comunidade, encurtando a distância entre uma pessoa e a política pública que pode transformar o seu entorno”, amplia Agenor, que destaca, por fim, a celebração de uma década da medição do IDH das Consultoras de Beleza, o índice de desenvolvimento humano das Consultoras Natura e Avon. “Ele mede a qualidade do desenvolvimento delas em relação a conhecimento, saúde, cidadania e trabalho, e endossa a atuação de agente de transformação do modelo”, explica.

## RESPONSABILIDADES

# Portfólio variado e em crescimento

## EMPRESAS ASSOCIADAS À ABEVD OFERECEM ALTERNATIVAS PARA ATUAR COM VENDAS DIRETAS EM VÁRIOS SEGMENTOS

**A** Abevd reúne, entre as suas associadas, empresas regulamentadas, de diferentes portes, origens e segmentos, reconhecidas por – e preocupadas com – oferecer produtos e serviços de qualidade e com adotar e disseminar as melhores práticas e condutas nos negócios. Para quem deseja atuar com vendas diretas no Brasil, o leque de opções é amplo e crescente. “Você pode acessar desde os tradicionais cosméticos e produtos de cuidados pessoais, até portas, por exemplo, por meio da modalidade”, diz a presidente da entidade, Adriana Colloca. Conheça algumas companhias do segmento de vendas diretas no Brasil.

**Akmos** - empresa de saúde e bem-estar, 100% brasileira, oferece mais de 300 produtos e serviços nas categorias nutrição, suplementação, cosmética, vestuário, tecnologia e perfumaria.  
Saiba mais: [akmos.com.br](http://akmos.com.br)

**Amway** - conta com mais de 3 milhões de consultores em pelo menos 100 países. Oferece produtos de

nutrição, beleza, cuidados pessoais e cuidados com a casa.

Saiba mais: [amway.com.br](http://amway.com.br)

**Cacau Show** - a maior rede de chocolates finos do mundo está em constante inovação e oferece uma variedade de produtos para todos os gostos e momentos.

Saiba mais: [revendedor.cacaushow.com.br/revendedor](http://revendedor.cacaushow.com.br/revendedor)

**DeMillus** - líder em vendas de lingerie no Brasil, oferece mais de 400 modelos para mulheres de todas as idades e perfis. Oferece também cuecas e acessórios para homens e meninos, e produtos especiais pós-cirúrgicos e para gestantes.

Saiba mais: [demillus.com.br](http://demillus.com.br)

**Herbalife** - empresa global que comercializa produtos de controle de peso, nutrição e cuidados pessoais para um estilo de vida saudável.

Saiba mais: [herbalife.com.br](http://herbalife.com.br)

**Mary Kay** - é uma das principais marcas de beleza e reconhecida pela qualidade dos produtos e pelo incentivo ao empreendedorismo e empoderamento femininos.

Saiba mais: [marykay.com.br](http://marykay.com.br)

**Pormade Portas** - referência nacional na

produção de portas de madeira, sendo uma das principais fornecedoras da construção civil em tecnologia e sistemas em acabamentos.

Saiba mais: [pormade.com.br](http://pormade.com.br)

**Produce** - a Produce, criada em Chapecó (SC), conta com milhares consultores cadastrados em praticamente do território brasileiro, que se dedicam a comercializar sementes e outros insumos agropecuários.

Saiba mais: [www.produce.agr.br](http://www.produce.agr.br)

**Royal Prestige** - oferece utensílios culinários de alta qualidade, de panelas a facas, que permitem preparar refeições deliciosas e saudáveis de maneira eficiente.

Saiba mais: [royalprestige.com.br](http://royalprestige.com.br)

**Tupperware** - atua em 86 países e conta com cerca de 3,2 milhões de consultores, a quem oferece um portfólio de mais de 8,5 mil itens de qualidade e design diferenciados.

Saiba mais: [tupperware.com.br](http://tupperware.com.br)

**Yakult** - marca pioneira em probióticos, preocupa-se em desenvolver alimentos que beneficiem a saúde das pessoas. Seu carro-chefe é o leite fermentado com o exclusivo *Lactobacillus casei*.

Saiba mais: [yakult.com.br](http://yakult.com.br)

**Herbalife,**  
uma empresa global  
que transforma vidas com  
oportunidade de negócio e  
**BOA NUTRIÇÃO**



Conheça mais sobre a oportunidade de negócio

Herbalife



**Viver melhor e de forma mais saudável é o coração do nosso negócio**

Aponte seu celular e conheça os melhores produtos para **ter uma vida mais saudável**



\*De acordo com a DSN Global 100, edição de 2023, com base no faturamento de 2022.

A

# Sabe qual é o crescimento que mais importa pra maior Consultoria de Beleza do Brasil\*? O seu.

Crescer com a maior Consultoria de Beleza do Brasil\* é muito mais negócio. Aqui você tem muitas possibilidades para se desenvolver como empreendedora: uma rede acolhedora que está sempre pronta pra te apoiar, sem contar os mais de 2.000 produtos de beleza e duas grandes marcas em parceria com você: Natura e Avon. Uma grande oportunidade de somar pedidos e multiplicar seus resultados.

\*Kantar, divisão Worldpanel, PNC, share valor, total Cesta CFT, total Brasil. Período: Anos móveis, até Março 2023.

  
natura  
AVON

consultoria  
de beleza

#MuitoMaisNegócio

