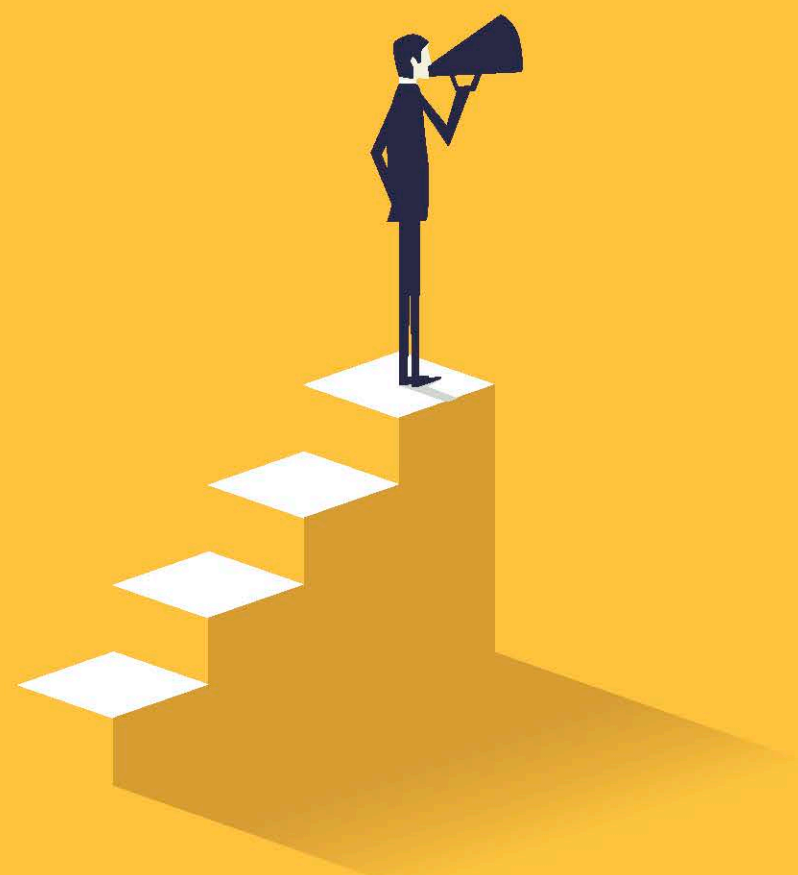


Em busca de um plano B

De porta em porta, vendas diretas se fortalecem com a adesão de novas empresas e deixam de ser simples alternativa ao desemprego, consolidando-se como opção de empreendimento para quem não tem muito dinheiro para investir

texto RACHEL CARDOSO • fotos CHRISTIAN PARENTE



AS CRISES FINANCEIRAS vão e vêm. E o segmento de vendas diretas tem passado ao largo das oscilações cíclicas da economia. Assim, se o Brasil ainda registra a triste marca de mais de 13 milhões de desempregados, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), as empresas desse setor caminham atraindo quem deseja uma oportunidade de recomeçar.

Mas essa antiga modalidade de venda se tornou uma atividade que vai muito além de alternativa para quem foi demitido ou precisa de um extra para complementar o rendimento. Na prática, é hoje o plano B num mercado de trabalho em transformação, no qual nem sequer a carreira pública é garantia de estabilidade.

Caso do servidor David de Araújo Duarte, de 36 anos, de Guarulhos, na Grande São Paulo. Há dois anos e meio à frente de uma equipe de vendas da norte-americana Amway – que comercializa produtos de saúde e beleza –, ele pretende se dedicar integralmente ao negócio. Sua esposa, Eliane Ferreira de Souza, de 32 anos, foi a primeira a tomar a decisão. “Ela atuava em uma instituição financeira e negociou a demissão”, conta Duarte, que segue o mesmo caminho. Os ganhos foram além do novo caminho profissional, já que, independentemente do retorno financeiro imediato, o sistema de treinamento oferecido aprimorou seu desenvolvimento pessoal para outras atividades. “Tive inúmeras dificuldades e foi preciso aprender a melhorar a comunicação,



DAVID DE ARAÚJO DUARTE

se prepara para abandonar
carreira dos servidores públicos para
se dedicar em tempo integral
às vendas diretas, assim como
já fez a esposa Eliane Ferreira
de Souza, empreendedora
da Amway do Brasil.

pois, como empregado, você se habitua a não questionar as ordens recebidas, e isso não existe numa equipe em que todos são empreendedores", analisa.

A Amway, maior companhia de vendas diretas do mundo, com faturamento de US\$ 8,8 bilhões, "patinou" um pouco no mercado brasileiro, mas nos últimos anos conseguiu reverter esse quadro: há quatro anos, contabiliza média anual de crescimento de 40%. Em 2016, o faturamento foi de R\$ 290 milhões, e as projeções para este ano são de R\$ 300 milhões. Desde 2013, a companhia saltou de uma base de 15 mil para 165 mil distribuidores. E prevê fechar 2017 com 200 mil empreendedores, como são chamados seus consultores. Esse tratamento não se restringe mais somente à Amway, conforme

MUITO UTILIZADO PELO SETOR DE COSMÉTICOS NO PASSADO, SETOR DE VENDAS DIRETAS TEM ATRAÍDO MARCAS DE OUTROS SEGMENTOS COM ATUAÇÃO MULTICANAL



explica a presidente-executiva da Associação Brasileira de Vendas Diretas (ABVD), Valéria Rossi. De acordo com ela, há um movimento de empreendedorismo nas vendas diretas porque é uma alternativa de baixo investimento. "Muitas pessoas não têm capital para investir, por exemplo, numa franquia e acabam migrando para esse tipo de negócio", avalia.

O cenário hoje, explica, é muito mais amplo e tem atraído empresas de todos os setores que precisam ser multicanais. "Mais do que nunca, o varejo precisa ir aonde o consumidor está, e a venda direta é um desses caminhos", diz. Não à toa, marcas de alimentos e serviços têm aderido ao formato, antes predominantemente utilizado por cosméticos.

4 COISAS QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE MARKETING MULTINÍVEL

#1.

Funciona como uma rede, que ganha uma comissão em cada venda feita pelos distribuidores independentes que consegue recrutar.

#2.

Não confunda com esquema de pirâmide (ou Ponzi). Isso é ilegal.

#3.

A remuneração não é sobre o capital investido, mas sobre a força de venda.

#4.

É preciso ter em mente que se trata do próprio negócio.

Fonte: Segredos do multinível – 161 dias de sucesso no marketing multinível, de Edmundo Rossi