



## COMPARACIÓN VENTA PUERTA A PUERTA MARKETING MULTINIVEL CON VENTA PIRAMIDAL



Documento presentado por la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA) ante la Comisión Europea.

**Antecedentes de la WFDSA:** fundada en 1978, la WFDSA es una federación sin fines de lucro formada por asociaciones de venta directa nacionales (DSAs) de 52 países y una federación regional que representa a las asociaciones europeas.

**La Misión de la WFDSA es apoyar a las asociaciones de venta directa en las áreas de gobierno, educación, comunicaciones, protección del consumidor y ética en el mercado y promover la interacción personal entre ejecutivos de la venta directa en relación con temas de importancia para la industria.**

Panorama de la Industria: Aunque nos referimos a la “venta directa” como una industria, en realidad se describe con mayor exactitud **como un método de distribución de productos y servicios al consumidor**. Las ventas minoristas estimadas para 1999 exceden los U\$S 83 mil millones. La industria opera en más de 130 países a través de más de 34 mil millones de vendedores/as. La mayoría de estos últimos son mujeres (aproximadamente 80%) y trabaja a tiempo parcial y no todo el año.

### Venta directa

**la venta de un producto de consumo o servicio, cara a cara, fuera de un local minorista determinado.**

### Marketing multinivel o marketing de red

**el marketing multinivel es una forma de compensación dentro de una compañía de venta directa e la cual el vendedor/a puede ganar dinero no sólo sobre sus propias ventas minoristas personales sino también sobre las ventas de gente que el/ella haya incorporado personalmente al negocio por las ventas de gente incorporada por aquellos a quienes hubiera reclutado.**

**Tipos de Vendedores:** Hay básicamente siete perfiles de vendedores en la industria, que están basados en las motivaciones individuales para incorporarse y mantenerse relacionado con una empresa de venta directa. Los individuos pueden pertenecer a más de un perfil al mismo tiempo y pueden cambiar de uno a otro.

- 1. Comprador a Precio Descontado:** Estos individuos -aunque técnicamente vendedores- ya que se incorporan como tales, en realidad lo hacen para comprar los productos de la compañía al precio descontado que ella esta brinda a su fuerza de ventas. No venden y no reclutan.
- 2. Corto Plazo/Objetivos Específicos:** Son individuos que se incorporan para ganar dinero extra para un objetivo específico: Un ejemplo son las mujeres que se incorporan en muchas de nuestras empresas un mes antes de Navidad para ganar dinero extra para gastar en regalos de navidad para sus familias, o para ganar dinero para reemplazar algún electrodoméstico.
- 3. Mejora en la Calidad de Vida:** Son gente con ingreso familiar insuficiente para permitirse la calidad de vida que desean, aún en casos en que ambos cónyuges trabajan fuera de la casa.
- 4. Vendedores/as de Carrera:** Son gente que trabaja tiempo completo en su negocio de venta directa. Son micro-emprendedores con su pequeño negocio propio, relacionados con una empresa de venta directa.
- 5. Contactos Sociales:** En algunos países mujeres que se han encontrado solas en su hogar, como consecuencia de la disminución de integrantes de la familia que viven juntos, se incorporan en empresas de venta directa por el contacto social que dicha forma de venta facilita, tanto con clientes como con colegas.



6. **Reconocimiento:** En algunos países, la gente, especialmente mujeres se incorporan por el tratamiento respetuoso y el reconocimiento que recibe por sus esfuerzos.
7. **Creencia en los productos:** Algunas personas se incorporan en nuestras compañías porque creen fervientemente en los atributos de los productos hasta el extremo que quieren compartirlos con sus amigos, vecinos y con el público en general.

**Tipos de Compañías de Venta Directa:** Dado que la venta directa es un canal de distribución prácticamente todo tipo de producto de consumo es vendido por una de nuestras compañías en algún lugar del mundo. Las compañías pueden ser descritas de varias maneras, estas son algunas de las principales categorizaciones.

1. Sistema de Venta
  - a. Persona a Persona
  - b. Demostración en grupos/ reuniones
  - c. Combinación de ambos
  
2. Estructuras de Compensación
  - a. Nivel Único/Tradicional
  - b. Multinivel/Red
  
3. Fuente de la Compensación
  - a. Margen
  - b. Comisión
  - c. Ganancias Adicionales/Bonos sobre Volumen Total (Individual o de Grupo)
  
4. Sistemas de Distribución de Productos
  - a. La compañía vende a precio mayorista a su primer nivel de distribuidores, que a su vez revenden al mismo precio mayorista al siguiente nivel de distribuidores, quienes a su vez revenden al mismo precio al siguiente nivel etc.
  - b. La compañía vende directamente a precio mayorista a todos los distribuidores en todos los niveles al mismo precio.
  - c. La compañía vende a precio mayorista a un único nivel de vendedores que revenden como minoristas a los consumidores.
  - d. La compañía paga una comisión de un porcentaje establecido sobre las ventas hechas a su nombre por el vendedor al consumidor.
  
5. Línea principal de Productos
  - a. Alto precio/Bienes Durables
  - b. Bajo Precio/Bienes de Consumo
  
6. Principal Característica de la Fuerza de Ventas: Tiempo Trabajado
  - a. Tiempo Completo
  - b. Tiempo Parcial
  
7. Principal Característica de la Fuerza de Ventas: Sexo
  - a. Masculino
  - b. Femenino
  - c. Equipos de marido y mujer



**Niveles de Rotación:** Usamos la definición norteamericana de niveles de rotación, o sea la cantidad de vendedores que se incorporan y dejan una compañía durante el curso de un año. Algunas empresas de venta directa tienen una rotación baja, como por ejemplo el 20 %, mientras otras exceden el 100 % por año. Para entender los niveles de rotación debemos volver a los siete perfiles de vendedores.

**Esquemas Piramidales, un simple test:** Al igual que las definiciones de la venta directa y el marketing multinivel, las definiciones de los esquemas piramidales varían entre países. La WFDSA y nuestras asociaciones nacionales hacen todas referencia a los esquemas piramidales como fraudes ilegales. Nosotros, en nuestra comunicación con el pública, gobierno, medios y asociaciones de consumidores usamos una simple prueba de dos preguntas para determinar la diferencia entre compañías legítimas de venta directa multinivel y esquemas piramidales fraudulentos. La **primera pregunta** es.

**¿Arriesga usted pérdidas financieras al relacionarse con esta empresa?**

Si la respuesta a esta pregunta es **Sí**, le decimos “tenga cuidado”. Puede ser legítima pero la mayoría de las empresas de venta directa no requieren ninguna inversión sustancial ni tomar riesgos de pérdidas financieras. La **segunda pregunta es la crítica:**

**¿El dinero que usted ganará provendrá principalmente de la venta de los productos o servicios al consumidor final de los mismos?**

Si la respuesta a esta pregunta es **No** y el dinero ganado proviene de alguna otra fuente (ejemplo: compensación por reclutamiento o búsqueda de gente, obligación de comprar inventarios excesivos, equipos iniciales de venta y auxiliares), Usted está ante un esquema piramidal ilegal y le recomendamos que se mantenga al margen. Es así de simple. Téngase en cuenta que incluimos en nuestras definiciones a las ventas a revendedores para su uso personal o familiar como ventas al consumidor final. No hay nada anti ético o ilegal en dar compensación basada en el consumo personal o familiar, siempre que la cantidad comprada para dicho consumo sea razonable y los productos tengan un precio razonable.

**Esquemas piramidales; Principales Abusos:** Los abusos más comunes en los esquemas piramidales que quieren simular que son compañías legítimas de venta directa multinivel son:

**1. Pagos por búsquedas o reclutamiento:** Se trata de pagos hechos por el reclutado a los organizadores del esquema en los cuales participa posteriormente el reclutador por el mero acto de hacer ingresar a un participante en el esquema. Estos pagos son por lo general ilegales en todos los países que han legislado el problema.

**2. Sobre “STOCK” de inventario:** se trata de una compra de inventarios excesivos (o elementos auxiliares de ventas) por parte de un reclutado, por requerimiento o coercitivamente. (Nota: todos los miembros de todas la DSA del mundo entero deben reintegrar por lo menos un 90 % del costo neto de todo el inventario (y elementos auxiliares de venta) comprados en los 12 meses anteriores al momento en el cual una persona de vetas manifiesta su deseo de dejar el negocio, eliminando de esta manera la posibilidad de “clavarse” con inventarios excesivos como producto de su relación con una empresa miembro de la DSA. Tales reintegros son requeridos por los códigos de la WFDSA y FEDSA.)

**3. Presentación exagerada de ganancias potenciales:** Para atraer reclutas al negocio y lograr que hagan grandes pagos o que compren grandes cantidades de inventarios no retornables, frecuentemente se hacen argumentos exagerados, ejemplo: “gane U\$S por mes trabajando part-time sin tener que realizar ventas minoristas”. (Nota: Expresiones como estas están también prohibidas bajo códigos de la WFDSA y FEDSA.)