

Venda direta não ocorre mais porta a porta

Depois de faturar R\$ 21,8 bilhões em 2009, setor avança 21,2% no primeiro semestre deste ano

Françoise Terzian

fterzian@brasileconomico.com.br

O Brasil é um paradoxo quando o assunto é o consumo. Ao mesmo tempo em que as vendas de artigos de higiene pessoal e beleza apresentam alto giro nas gôndolas dos supermercados, drogarias e perfumarias, o consumidor também avança nas

compras por catálogos.

Como anda o mercado de porta a porta?

Na verdade, o conceito de porta a porta não existe mais, porque ninguém mais abre as portas de casa para um desconhecido. Ele migrou para venda direta, feita por familiares, colegas de trabalho e por profissionais que trabalham em locais como cabeleireiro, esteticista, etc. No Brasil, o mercado de vendas diretas tem um histórico muito

Divulgação



“Hoje, os produtos de venda direta brasileira são comparáveis aos melhores cosméticos do mundo”

bom, com crescimento de mais de dois dígitos nos últimos 10 anos. O crescimento consecutivo é forte e sustentado em três pontos: relacionamento, produtos de qualidade e conveniência.

Quanto o brasileiro compra por ano via venda direta?

Somente no primeiro semestre, as vendas diretas cresceram 21,2% sobre o mesmo período de 2009 e atingiram R\$ 11,8 bilhões. Em número de revendedores, o crescimento foi de

17%, chegando a um total de 2,2 milhões de pessoas.

Quais as classes sociais que mais compram itens de vendas diretas e o que preferem?

As empresas de vendas diretas atingem todos os públicos, de A a D, e embora cosméticos e produtos de higiene pessoal e perfumaria respondam por 90% do volume de vendas, as empresas do segmento comercializam de bijouterias e lingerie até pacotes de viagens. ■