

Herbalife desmonta las falsas creencias en torno a la venta directa

La campaña "Herbalife: Desmitificando Falsos Mitos sobre la Venta Directa" quiere informar al público y a los posibles distribuidores sobre cómo es la venta directa, eliminando mitos y barreras de acceso. Según el informe "Estudio de percepciones que rompen mitos", elaborado por Herbalife, un 40% de los españoles desconoce qué es la venta directa y el 44% de los mismos cree que los distribuidores obtienen ingresos por la incorporación de otras personas

En los últimos años, la venta directa ha sido objeto de creencias y conceptos erróneos que han generado confusión tanto entre los consumidores como entre los posibles distribuidores acerca de qué es este sector y su aportación a la economía del país.

Herbalife es la primera marca del mundo en nutrición para el bienestar (Fuente: Euromonitor International 2023, edición Consumer Health). A través de esta campaña divulgativa, Herbalife quiere trasladar una información veraz y transparente sobre la venta directa y el impacto positivo que tiene en la vida de millones de distribuidores independientes en todo el mundo, dado que, según el informe "Estudio de percepciones que rompen mitos", elaborado por Herbalife, un 40% de los españoles desconoce qué es la venta directa y el 44% de los mismos cree que los distribuidores generan ingresos por la incorporación de otras personas.

A través de una campaña informativa en sus redes sociales, "Herbalife: Desmitificando Falsos Mitos sobre la Venta Directa" se centra en explicar a la opinión pública y a los posibles futuros distribuidores cómo funciona la venta directa, cómo ser distribuidor, el acceso a una forma de negocio independiente, formación, recursos necesarios y se da respuesta a los posibles frenos relativos al tiempo, inversión necesaria y forma de obtener ingresos.

Desmitificando falsos mitos

La Campaña "Desmitificando Falsos Mitos sobre la Venta Directa", aborda los malentendidos más comunes que rodean a la venta directa, centrándose en los siguientes aspectos:

La venta directa es un modelo de venta consolidado. En España, persiste un notable desconocimiento sobre lo que realmente implica la venta directa como modelo de negocio. Muchas personas confunden este método legítimo y estructurado de comercialización con otras prácticas ilegales que no cuentan con ninguna regulación profesional. De hecho, según el reciente estudio de Herbalife sobre la venta directa, un 40% de los encuestados afirman no saber qué es la venta directa.

Los ingresos se generan a través de la venta de productos y servicios, no del reclutamiento.- Los

distribuidores independientes de Herbalife obtienen ingresos de las ventas de producto que realizan a sus clientes, un factor desconocido por el 44% de los españoles.

Solo pocos pueden tener éxito.- El modelo de venta de Herbalife, gracias a la flexibilidad que ofrecen a su red comercial, permite el desarrollo profesional y el control sobre su negocio, pues son los propios emprendedores, quienes establecen qué tiempo le dedican a esta tarea. Según el informe de Seldia sobre la venta directa en Europa 2023, en España hay más de 190.428 profesionales que ejercen la venta directa, ya sea como dedicación profesional total o como fórmula de ingresos complementarios, de los cuales el 77% son mujeres y un 65% tiene entre 35 y 54 años. Además, el 53% de los distribuidores en España lleva dedicado a esta actividad más de 4 años, llegando un 23% a superar los 10 años de experiencia. Un 90% valora la oportunidad de emprender y convertirse en su propio jefe, y la considera una buena opción para conseguir ingresos adicionales. En la red actual de distribuidores independientes de Herbalife se encuentran perfiles a tiempo parcial, completo, estudiantes, etc. que se dedican a este negocio según su disponibilidad.

Riesgo financiero.- Otro de los puntos que recoge el "Estudio de percepciones que rompen mitos" es la creencia de la existencia de riesgo financiero a la hora de emprender de la mano de una empresa de venta directa, afirmación refrendada por el 57% de los españoles encuestados. Una de las principales motivaciones para convertirse en distribuidor independiente de Herbalife son los bajos costes iniciales y la total ausencia de riesgo financiero (el 88% de los distribuidores que participaron en una encuesta realizada en toda Europa afirmaron que el bajo riesgo de pérdidas financieras fue clave para iniciar su actividad en venta directa).

Compromiso con la calidad de los productos.- Herbalife es desde hace más de 40 años una empresa de nutrición orientada hacia la calidad y eficacia de sus productos. Desde el concepto hasta la viabilidad y desde el prototipo a la fórmula final, los productos Herbalife se someten a estrictos controles y pruebas que aseguran su calidad y responden a los que el consumidor demanda. Herbalife cuenta con cinco centros de innovación y fabricación en todo el mundo. Equipados con tecnología avanzada, como microscopios electrónicos, laboratorios de desarrollo de productos y líneas automatizadas de envasado y distribución, Herbalife entrega sus productos con la máxima calidad por todo el mundo. Un ejemplo de la infraestructura de producción es Fine Foods, fabricante de última generación situado en Bérgamo (Italia), que elabora muchos de los productos de Herbalife a nivel mundial.

Sobre el estudio

El "Estudio de percepciones que rompe mitos" ha sido promovido y realizado por Herbalife con la finalidad de conocer la percepción de los consumidores en torno a la venta directa.

La encuesta ha sido realizada durante el mes de marzo de 2024 a un total de 9.000 personas de Reino Unido, Turquía, Croacia, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Rumanía y España, con un rango de

edad de entre 18 y 60 años.

Datos de contacto:

Laura Hermida Ballesteros

Alana Consultores

917818090

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nutrición](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Bienestar](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>