

La venta directa prevé un incremento del 5% del negocio en 2020, según la AVD

España, sexta entre los países europeos, facturó 751 millones en 2019. Ocho de cada 10 emprendedores de la venta directa en España son mujeres. La transformación digital está generando cambios en el negocio y genera atracción entre los emprendedores jóvenes. A falta de conocer los datos del último cuatrimestre de 2020, la previsión de cierre estima un incremento de facturación del sector del 5% impulsado por el crecimiento de categorías como el bienestar, cuidado personal y la limpieza del hogar

España vuelve a colocarse en la sexta posición de los países europeos que más facturan en el sector de la venta directa, ingresando 751 millones de euros en 2019. Estas cifras- reflejadas por la Asociación de empresas de Venta Directa (AVD) en su más reciente Informe Sectorial- muestran un leve decrecimiento del -1,8% respecto a la cantidad facturada en 2018.

A lo largo del 2019 se entregaron en el país cerca de 5.4 millones de pedidos a un total de 9.2 millones de compradores o consumidores finales, logrando una representación de mercado de casi el 30%.

Al separar la distribución de venta al público por comunidad autónoma, ocupan los primeros lugares Cataluña (17,1%), Madrid (16.6), Andalucía (16%) y Comunidad Valenciana, con el 9,9% de las ventas.

Crecimiento en 2020

En cierre de 2020 prevé un crecimiento del 5% del sector en España con respecto a las cifras del 2019. Este buen desempeño, en un año caracterizado por grandes cambios, responde a varios factores como la implementación de modelos y prácticas de transformación digital y el incremento de las ventas en categorías relacionadas con el bienestar y cuidado personal y artículos y servicios para el hogar.

El mercado de la venta directa se caracteriza por su omnicanalidad y por su capacidad de adaptación rápida a las incidencias del mercado. Si bien el reforzamiento de los canales digitales, el big data y gestión de datos, las formaciones virtuales y el contacto con los clientes a través de las redes sociales y las aplicaciones de videoconferencia y mensajería instantánea eran ya una realidad en la venta directa, este año se han visto reforzados. La atención y el seguimiento personalizados -sellos distintivos de la venta directa- se realizan ahora en gran medida a través de los canales digitales.

Hoy, más del 80% de los clientes de la venta directa llegan a los distribuidores a través de las redes sociales y se han creado comunidades de distribuidores que dedican más tiempo a ampliar su red de contactos gracias a las mismas. Todo indica que el futuro del sector pasará por un modelo híbrido de interacción con los clientes en el que coexistirán los modelos presencial y digital.

Una opción de incorporación al mercado laboral

La venta directa se ha convertido en una opción para el desarrollo personal y profesional de amplios sectores de la sociedad, como los jóvenes, las mujeres, los estudiantes o personas en búsqueda activa. Con la venta directa pueden desarrollar una actividad independiente, dedicarle un tiempo a medida y tener control sobre sus ganancias en un entorno seguro y con muy bajo riesgo de inversión.

En España, 251.000 personas se dedican a esta actividad, de forma total o parcial. Se trata de profesionales especializados en el producto/servicio que venden y además priman una atención personalizada a sus clientes. Los emprendedores de la venta directa en España son en su mayoría mujeres (83%), de entre 43 y 45 años, que se dedican a la actividad a tiempo parcial (81%).

Durante el 2019 y parte del 2020 se ha acelerado el proceso de transformación digital del sector y el empleo de herramientas colaborativas y de interacción como las redes sociales, facilitando una incorporación mayor del segmento joven (menores de 30 años) y generando una renovación de la red de distribuidores a futuro.

Europa factura más del 20% de los ingresos mundiales de venta directa

El consumo de productos de venta directa en Europa en 2019 llegó a facturar 34.371 millones de euros, de los cuales 30.332 millones corresponden a países pertenecientes a la Unión Europea. Este dato refleja un ligero crecimiento de 0,8% en la actividad, tras el decrecimiento del -2,3% experimentado en el 2018.

Europa factura el 21% del total de los ingresos por venta directa en el mundo, manteniendo las mismas posiciones entre los países de la región que en el año anterior. Por encima de España se alzan en la región Alemania (15.590 millones de facturación), Francia (4.630 millones), Reino Unido (2.956 millones), Italia (2.646 millones) y Polonia (994 millones), lo que pone de manifiesto el gran potencial de mercado que aún tiene España.

Un total de 15.2 millones de personas (6.3% más que en 2018) se dedican a la venta directa en Europa, de los cuales casi la mitad -7 millones de personas- lo hacen en países de la Unión Europea. Se estima además que ocho de cada 10 emprendedores de la venta directa en Europa son mujeres.

En 2019 las categorías más populares de la venta directa en Europa han sido: productos del sector de la nutrición y el bienestar (32% del mercado), cosmética y cuidado personal (26%), artículos para el hogar y bienes duraderos (14%), artículos para efectuar reparaciones del hogar (10%), y ropa y accesorios (6%). El resto (14%) está representado por cuidado del hogar, alimentos y bebidas, libros, juguetes, material didáctico, entre otros.

Datos de contacto:

Laura Hermida

917818090

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

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Finanzas](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Hogar](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>