

# Dossier de prensa



ASOCIACIÓN DE  
EMPRESAS DE  
VENTA DIRECTA

Última actualización: abril de 2026

## ÍNDICE

1. La AVD: Asociación de Empresas de Venta Directa
2. Qué es la Venta Directa
3. La Venta Directa en el mundo
4. La Venta Directa en España
5. La Venta Directa, oportunidad profesional abierta
6. La Venta Directa, un modelo de negocio adaptado a los nuevos tiempos
7. La Venta Directa, un sector regulado y autorregulado
8. Empresas asociadas a la AVD

### 1. La AVD: Asociación de Empresas de Venta Directa

La **Asociación de Empresas de Venta Directa (AVD)** es una entidad sin ánimo de lucro que reúne a las principales empresas que comercializan en el mercado español una amplia gama de bienes y servicios a través del sistema de Venta Directa.

Fundada en los años 70, la AVD nació con el propósito de representar y defender los intereses del sector y de sus empresas asociadas. Su labor se centra en prestigiar y reforzar la credibilidad de la Venta Directa, impulsando iniciativas que garanticen los más altos estándares comerciales en el mercado.

**Formar parte de la AVD es sinónimo de prestigio y confianza**, ya que todas las empresas asociadas comparten el compromiso de cumplir con los estándares de buenas prácticas más exigentes del sector.

#### Misión

Proteger, impulsar y dar visibilidad a la Venta Directa, a sus empresas asociadas y a los distribuidores independientes que comercializan sus productos. La AVD trabaja para consolidar este canal de distribución garantizando los más altos principios éticos empresariales.

#### Visión

Que la Venta Directa sea reconocida y respetada a nivel global como uno de los modelos de venta más beneficiosos tanto para los consumidores como para los emprendedores.

#### Objetivos

Los objetivos fundamentales de la AVD son:

- Representar los intereses del sector y de sus empresas asociadas ante instituciones nacionales y europeas.
- Reforzar la reputación de la Venta Directa frente a medios de comunicación, administraciones públicas y líderes de opinión.
- Desarrollar iniciativas que impulsen la competitividad del canal y de las empresas que operan en él.
- Promover y difundir la actividad de la AVD y sus asociados, aumentando su notoriedad a través de distintos canales de comunicación.



Las **actividades** de la AVD se estructuran en tres áreas clave:

- Representación del sector, defendiendo sus intereses ante instituciones y organismos clave.
- Divulgación y promoción, con el fin de mejorar su reputación y reconocimiento.
- Impulso de la competitividad, mediante acciones que fortalezcan el canal y las empresas asociadas.

### Estructura de Gobierno

La representación, gobierno y administración de la AVD recaen en los siguientes órganos:

- Asamblea General: integrada por todos los socios y considerada la máxima autoridad de la Asociación.
- Junta Directiva: órgano rector y ejecutivo encargado de la gestión operativa.

### Empresas asociadas a la AVD

La AVD cuenta casi una veintena de empresas asociadas que comercializan una amplia gama de bienes y servicios pertenecientes a sectores como la cosmética y el cuidado personal, la nutrición y el bienestar, el equipamiento del hogar, la moda y los accesorios, la joyería, el cuidado del hogar, servicios esenciales (telecomunicaciones, seguridad, ...) y la cultura, entre otros.



### Proyección internacional

La AVD tiene una fuerte presencia internacional a través de su participación en dos de las principales organizaciones del sector:



ASOCIACIÓN DE  
EMPRESAS DE  
VENTA DIRECTA



[La Asociación Europea de Empresas de Venta Directa \(SELDIA\)](https://www.seldia.eu/): Con sede en Bruselas, SELDIA agrupa a todas las asociaciones de Venta Directa en Europa y trabaja para promover este modelo comercial ante las instituciones de la Unión Europea. Su objetivo es destacar los beneficios y la contribución de la Venta Directa a las economías nacionales. La AVD forma parte activa de su Comité Directivo y colabora en las iniciativas que SELDIA impulsa dentro del marco institucional comunitario. <https://www.seldia.eu/>



[La Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa \(WFDSA\)](https://wfdsa.org/): Con sede en Washington, esta federación agrupa a 59 asociaciones nacionales de Venta Directa en todo el mundo, entre las que se encuentra SELDIA. Su misión es consolidar los más altos estándares de conducta ética en el mercado global de la Venta Directa, fomentar la cooperación con administraciones, consumidores y líderes académicos, y fortalecer la gestión de las asociaciones nacionales y regionales del sector. <https://wfdsa.org/>

Gracias a su participación en estas entidades, la AVD contribuye activamente al desarrollo y reconocimiento internacional de la Venta Directa, garantizando su evolución dentro de un marco ético y profesional.

## 2. Qué es la Venta Directa

La Venta Directa es un modelo de comercialización de productos y servicios que se realiza fuera de un establecimiento comercial, a través de una demostración personalizada por parte de un representante de la empresa vendedora. Este sistema permite a los consumidores conocer los productos de manera más cercana y con un asesoramiento directo de la mano de un distribuidor independiente.

Este canal se diferencia del comercio minorista tradicional en dos aspectos clave:

- Para el consumidor, la compra es una experiencia personalizada, con explicaciones y demostraciones fuera de una tienda física.
- Para el vendedor, supone una oportunidad profesional para emprender y trabajar de forma independiente. Los distribuidores operan de manera autónoma, pero están afiliados a una empresa que gestiona el canal de distribución.

Dentro de la Venta Directa, muchas empresas aplican el sistema de Venta Multinivel, que consiste en la comercialización de bienes o servicios a través de una red de vendedores independientes, coordinados dentro de una misma estructura comercial.

### 3. La Venta Directa en el mundo

La industria de la Venta Directa supera los 163.900 millones de dólares de facturación a nivel global y cuenta con cerca de 104,3 millones de distribuidores en todo el mundo. Según los últimos datos de la WFDSA correspondientes al ejercicio 2024, Europa es la tercera región con mayor cuota de mercado (21,6%), por detrás de Asia-Pacífico (40,3%) y el continente americano (37,3%).

Region	2024 Retail Sales in USD (millions)	2024 Sales Share	2024 vs 2023 (2024 Constant USD)	2024 vs 2021 (2024 Constant USD)
Asia/Pacific	\$66,058	40.3%	0%	-0.3%
Africa/Middle East	\$1,265	0.8%	-5.9%	-7.8%
Americas	\$61,189	37.3%	0.8%	-2.8%
Europe	\$35,352	21.6%	-1.5%	0.2%

Tabla 1. Panorama regional: ventas minoristas

El mercado europeo de Venta Directa alcanzó ventas por valor de 35.352 millones de euros en 2024, de los cuales 31.315 millones correspondieron a la Unión Europea. Alemania lideró el ranking de los cinco países de la Unión Europea, seguido de Francia, Italia, Polonia y España. En total, más de 12,9 millones de personas trabajan como distribuidores independientes en el sector de la Venta Directa en Europa, de los cuales 5,4 millones de personas residen dentro de la Unión Europea.

Más información en <http://wfdsa.org/global-statistics/>

### 4. La Venta Directa en España

La Venta Directa con objetivos empresariales llegó a España en la década de 1920, inicialmente en el ámbito editorial. Sin embargo, no fue hasta los años 60 cuando comenzó a expandirse de manera significativa. Desde entonces, este canal ha evolucionado notablemente gracias a la llegada de marcas internacionales, la diversificación de productos y servicios, y los beneficios que ofrece tanto a distribuidores como a consumidores.

**España** es el quinto país de la UE que más factura en **Venta Directa**, con un volumen de facturación alcanzó 610,5 millones de euros en 2024, situándose en el 5º lugar en el ranking dentro de la Unión Europea, solo por detrás de Alemania, Francia, Italia y Polonia.

La Venta Directa cuenta actualmente con una penetración en el mercado del 30%. Sus principales regiones de influencia son Andalucía, Cataluña y Madrid, representando las tres Comunidades más del 53% del volumen del mercado. Este sector se caracteriza en España por una distribución de alta capilaridad, lo que redundará en el desarrollo del entorno local con independencia de si este se trata de una gran ciudad o una pequeña población.



La **venta directa** genera una oportunidad de emprendimiento y acceso al establecimiento de un negocio independiente a 193.027 profesionales, de los cuales un 78% son mujeres frente a un 22% de hombres, con una edad media en torno a los 42 años.

### **Hábitos de Consumo y Preferencias**

Los clientes de este canal destacan por su fidelidad, con un 75% de compradores recurrentes que realizan una media de seis compras al año, con un ticket medio de 82 euros.

En cuanto a las categorías más demandadas, en 2024 los consumidores de Venta Directa muestran especial interés en productos y servicios relacionadas con el bienestar (40%), la cosmética (37%), artículos para el hogar (18%), además de alimentos y bebidas, ropa y accesorios, libros, juguetes, y artículos de educación, entre otros.

Gracias a su capacidad de adaptación y a la confianza de los consumidores, la Venta Directa sigue consolidándose como un canal de distribución clave en España.

### **La Venta Directa en España en cifras**

- 5º mercado de Venta Directa en la Unión Europea
- Facturación de 610,5 millones de euros en 2024
- 27% de penetración
- 193.000 distribuidores
- Andalucía, Cataluña y Madrid, principales regiones de influencia
- El 75% de los clientes compra 6 veces al año con un ticket medio de 82€
- Sectores preferidos de los consumidores de Venta Directa: bienestar (40%), cosmética (37%), artículos para el hogar (18%)

### **5. La Venta Directa, una oportunidad profesional abierta**

La Venta Directa representa una excelente oportunidad profesional para personas con vocación comercial y espíritu emprendedor. En España, más de 193.000 profesionales desarrollan esta actividad, ya sea como ocupación principal o como una fuente de ingresos complementarios.

Elegir la Venta Directa como actividad profesional permite emprender sin barreras de entrada, ya que no exige requisitos específicos de edad, género, formación o inversión inicial. Este modelo fomenta la igualdad de oportunidades y ofrece ventajas como una mayor flexibilidad, independencia y conciliación entre la vida laboral y personal.

El 78% de los distribuidores son mujeres, aunque en los últimos 5 años ha aumentado en un 6% el porcentaje de hombres que desarrollan su actividad en este sector.

El nivel educativo de quienes trabajan en Venta Directa es cada vez más alto, pero es una actividad para todos. El 61% disponen de estudios secundarios o diplomaturas, y el 20% con estudios superiores.



Asimismo, la Venta Directa destaca por ser una actividad intergeneracional, cuyas oportunidades de emprendimiento atraen tanto a millenials, como a la generación X o a los boomers. El 11% de los distribuidores tienen entre 25 y 34 años; el 65% entre 35 y 54 años; el 15% más de 55 años y el 5% más de 64 años. La medida de edad de los emprendedores ronda los 42 años.

El sector también muestra una notable estabilidad: el 53% de los distribuidores lleva más de 4 años en esta actividad, y un 23% supera los 10 años de experiencia.

Los ingresos percibidos por los distribuidores de Venta Directa varían según su dedicación parcial o exclusiva a esta actividad: el 21% factura hasta los 400 euros; el 18% de 401 a 1.100 euros; y el 14% de 1.101 a 3.300 euros.

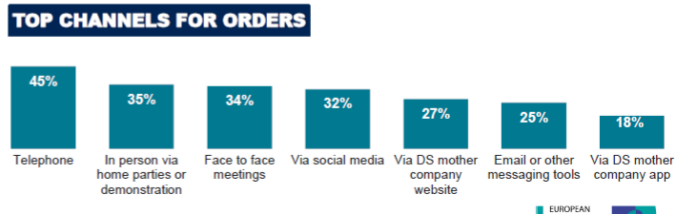
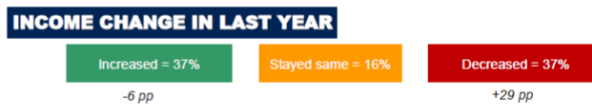
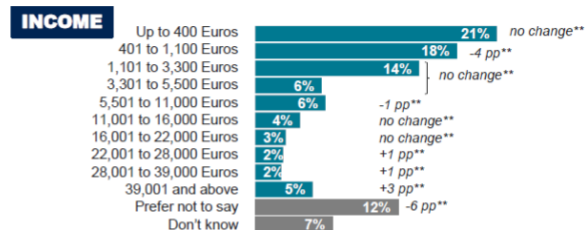
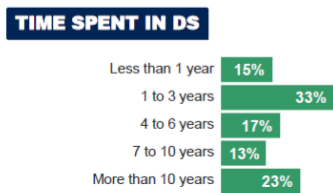
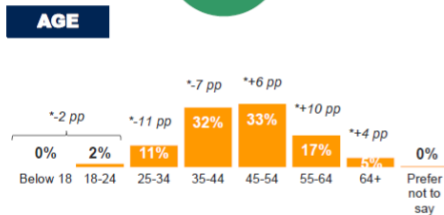
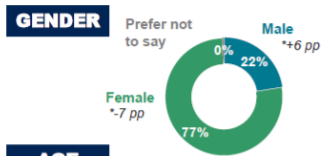
España lidera el ranking de distribuidores satisfechos con su actividad en el sector (77%) e identificados con los valores de la marca a la que representan (94%). Además, el 91% de los distribuidores españoles valora la oportunidad de emprender y convertirse en su propio jefe, y 90% la considera una buena opción para conseguir ingresos adicionales.

Gracias a sus ventajas y al alto nivel de satisfacción entre sus profesionales, la Venta Directa sigue consolidándose como una opción de emprendimiento atractiva y accesible para todos.

#### **Perfil del distribuidor de Venta Directa en España**

- Mayor presencia femenina: El 78% de los distribuidores son mujeres, aunque en los últimos cinco años la participación masculina ha aumentado en un 6%.
- Formación académica: El 61% tiene estudios secundarios. El 20%, superiores.
- Diversidad generacional:
  - 25 a 34 años: 11%
  - 35 a 54 años: 65%
  - Más de 55 años: 15%
  - Más de 64 años: 5%
- Edad media del distribuidor: 42 años
- Ingresos dispares en función del nivel de dedicación:
  - El 21% factura hasta los 400 euros
  - el 18% de 401 a 1.100 euros
  - el 14% de 1.101 a 3.300 euros.
- España lidera el ranking de distribuidores satisfechos con su actividad en el sector:
  - 77% está contento con su trabajo en Venta Directa.
  - 94% se identifica con los valores de la marca que representa.
  - 91% valora la oportunidad de emprender y ser su propio jefe.
  - 90% considera la Venta Directa una buena opción para obtener ingresos adicionales.

## COUNTRY SNAPSHOT – SPAIN



## 6. La Venta Directa, un modelo de negocio adaptado a los nuevos tiempos

Uno de los factores clave en el éxito de la Venta Directa es su capacidad de mantener su identidad mientras evoluciona y se adapta a las nuevas tendencias del mercado.

### Omnicanalidad para facilitar el proceso de compra

En un entorno donde la omnicanalidad se ha convertido en el presente y futuro del comercio, la Venta Directa destaca por la experiencia de venta personalizada, donde el cliente tiene la oportunidad de conocer a fondo el producto mediante reuniones presenciales y demostraciones, y al mismo tiempo, utilizar canales online que facilitan su proceso de toma de decisiones de compra. Este enfoque híbrido se ha consolidado como una de las claves del éxito del sector.

Los distribuidores de Venta Directa emplean una variedad de canales para gestionar sus ventas, entre los que destacan la utilización de redes de contacto (64%) la organización de reuniones y demostraciones de producto (53%) y la utilización de instrumentos como el correo electrónico, las redes de mensajería (51%) y las redes sociales (46%). Esta combinación de herramientas permite mantener la esencia del contacto directo con el cliente, adaptándolo a las nuevas formas de comunicación.

### Garantías para el consumidor

La Venta Directa no solo se distingue por su trato personalizado, sino también por las garantías y la seguridad que ofrece al comprador. En virtud del Real Decreto-Ley 24/2021, de 2 de noviembre, los clientes tienen un derecho de desistimiento de 14 días desde la entrega del producto.

Además, el Código Europeo de Venta Directa, dirigido tanto a consumidores como a distribuidores, establece los más altos estándares éticos para asegurar la protección del cliente y reforzar la confianza en este modelo de negocio.



Gracias a su capacidad de adaptación y a su sólido compromiso con la transparencia y la satisfacción del consumidor, la Venta Directa sigue consolidándose como una opción innovadora y de confianza en el mercado actual.

## **7. La Venta Directa, un sector regulado y autorregulado**

### **7.1 Marco jurídico de la Venta Directa y Multinivel**

En España, la Venta Directa se rige por la Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por la que se adapta la normativa en materia de consumo a la Directiva 2011/83/UE y que entró en vigor el 29 de marzo de 2014. Una de las principales ventajas de esta normativa para los consumidores españoles es que garantiza el derecho de desistimiento, que deberá ser debidamente comunicado.

Asimismo, le es de aplicación la **Ley 7/1996**, de 15 de enero, de ordenación del comercio minorista. A efectos de lo dispuesto en este artículo, los comerciantes y los agentes distribuidores independientes se considerarán en todo caso empresarios a los efectos previstos en el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

Por su parte, la Venta Multinivel es un sistema aplicado por la mayoría de las empresas de Venta Directa y regulado en España de acuerdo con la **Ley 7/1996** de Ordenación del Comercio Minorista.

#### Marco Jurídico General de la Venta Directa

- Código Civil
- Código de Comercio
- Ley 3/2014, de 27 de marzo, por la que se modifica el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios
- Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias
- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista

#### Marco jurídico Venta Multinivel:

- Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista. Artículo 22 sobre Venta Multinivel

### **7.2 Autorregulación**

#### **Código Ético de la AVD**

La AVD suscribe el Código Europeo de Venta Directa, dirigido a consumidores y distribuidores. El Código Ético es el resultado del compromiso de la industria con las prácticas comerciales éticas y la protección de los consumidores, así como su determinación de garantizar la igualdad y consistencia de los códigos



en toda la Unión Europea. Su función es la de velar por las relaciones entre las compañías de Venta Directa y los consumidores ofreciendo al público la máxima satisfacción y seguridad en sus compras. La AVD es garante de su cumplimiento, ya que la adhesión al mismo es un requisito para formar parte de la Asociación.

Tanto en 2023 como en 2024, La Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA) ha concedido a la AVD el Estatus Oro en el Programa de Reconocimiento del Código Ético” por su labor en la divulgación, defensa y aplicación del Código Ético.

### **Sello AVD**

El sector de la Venta Directa en España ha experimentado en los últimos años un crecimiento sostenido que ha impulsado su profesionalización y modernización.

Este avance ha reforzado la necesidad de visibilizar con claridad y coherencia los valores éticos y de calidad que caracterizan a AVD y a sus empresas asociadas.

En un sector donde la relación personal con el cliente es clave, principios como la confianza, la calidad y la excelencia son fundamentales. Con el objetivo de reforzar estos pilares, surge el Sello AVD, una declaración de principios compartidos que identifica a las empresas que aplican buenas prácticas, ética profesional y transparencia en todas sus operaciones.

El Sello AVD se consolida como una herramienta clave para reforzar la identidad colectiva del sector, generar confianza y proyectar el compromiso real de la industria con la excelencia.

### **Sistema Arbitral de Consumo**

En España, el Sistema Arbitral de Consumo es el instrumento que el Ministerio de Consumo pone a disposición de los ciudadanos para resolver eficazmente los conflictos y reclamaciones surgidas en materia de consumo.

La adhesión al Sistema Arbitral de Consumo es voluntaria para las empresas, pero obligatoria para los socios de la AVD, según establecen sus estatutos sociales.

Anualmente, la entidad responsable del Sistema Arbitral de Consumo emite un informe estadístico oficial sobre la Actividad de las Juntas Arbitrales de Consumo. En estos informes no aparece ningún caso relacionado con la Venta Directa, lo que implica que el sector cuenta en España con unos altos estándares de calidad y ética.



## 8. Empresas asociadas a la AVD



### 4 LIFE RESEARCH SPAIN, S.L.U.

4Life es una compañía de investigación y desarrollo de productos con Transfer Factor™ comercializados entre los clientes finales a través de una organización de distribuidores independientes basada en un sistema de Venta Directa multinivel. Es pionera en el desarrollo de productos con Factores de Transferencia y ofrece por medio de estos una oportunidad de negocio para aquellos que quieran convertirse en distribuidores independientes de la marca.

4Life fue fundada en 1998 en los Estados Unidos por David y Bianca Lisonbee. Actualmente la compañía cuenta con más de 500 empleados distribuidos en 22 oficinas alrededor del mundo y opera en más de 50 países gracias a su red de distribuidores independientes.

La oficina de 4Life en España, inaugurada en 2007, fue la primera que abrió sus puertas en Europa y sirve como sede central de las operaciones realizadas por 4Life en este mercado. La compañía basa todas sus acciones en el lema "Together, Building People" (Juntos, Edificando Vidas) a través de tres pilares que tienen como objetivo el bienestar de las personas: Ciencia: Productos innovadores con resultados comprobados, Éxito: Una oportunidad de negocio que supone la mejora de los ingresos, Servicio: Una compañía nacida con la vocación de ayudar a los demás.

[spain.4life.com](http://spain.4life.com)



### AKEO

Akeo es el primer grupo francés de Venta Relacional a Domicilio. Comercializa, a través de una red de distribuidores independientes, más de 2.500 referencias de productos de uso cotidiano, renovables, en los universos del bienestar y de la tecnología. Creada en Francia en 2001 actualmente cuenta con 70 millones de euros de volumen de ventas, 10 millones de euros de capital propio, sin endeudamiento y 12.000 m2 de locales.

Presente en Francia, España, Bélgica, Marruecos, Guadalupe, La Martinica, La Reunión y La Guyana, su plantilla es de 18.000 distribuidores y 120 empleados (logística, gestión comercial, atención al cliente, informática, contabilidad, marketing, comunicación...) y su objetivo es proponer a cada uno una forma diferente de emprender, en total libertad.

[akeo.fr/Store/Index.aspx#fDZ8](http://akeo.fr/Store/Index.aspx#fDZ8)



## **AMWAY IBERIA**

Amway es una empresa de bienes de consumo de salud y bienestar con sede en Ada, Michigan. Su misión es ayudar a las personas a llevar una vida mejor y más saludable.

La compañía fue fundada en 1959 por Rich DeVos y Jay Van Andel y actualmente está presente en más de 100 países y territorios en todo el mundo generando unas ventas de 8.900 millones de dólares en 2021. Recientemente, ha sido nombrada la compañía nº1 en el sector de la Venta Directa por décimotercer año consecutivo según la lista Global 100 de Direct Selling News de 2025.

Amway Iberia comenzó a operar en España en 1986 y en Portugal en 1992. Inmediatamente dio un gran impulso a la industria de la Venta Directa en ambos mercados, transformándola en la sólida realidad económica y laboral que es hoy. Con más de 400 productos en su catálogo, Amway Iberia ha creado una comunidad de miles de empresarios Amway tanto en España como en Portugal.

[www.amway.es](http://www.amway.es)

[www.amway.com](http://www.amway.com)



## **CORAL CLUB**

Coral Club es una empresa internacional de bienestar que lleva 25 años creando productos tecnológicos y packs para el cuidado de salud e inspira a millones de personas a vivir una vida intensa y activa. A lo largo de los años de nuestro apasionante viaje, ha creado una comunidad global de distribuidores con ideas afines, unidos por la idea de hacer del mundo un lugar mejor. Hoy la empresa tiene oficinas en 31 países, alrededor de 28 mil socios en todo el mundo y unas modernas instalaciones de producción en EE.UU., Europa y Asia. Los productos de alta calidad son siempre una prioridad, por lo que sus soluciones se basan en ingredientes procedentes de plantas, frutas y bayas. Al obtener lo mejor de la naturaleza, nos comprometemos a cuidar el medio ambiente.

[es.coral.club](http://es.coral.club)



## **FOREVER LIVING**

Fundada en 1978, FOREVER LIVING PRODUCTS es hoy la empresa líder mundial en Aloe Vera, con sede en Scottsdale, Arizona, que fabrica y distribuye productos para la salud, el bienestar y belleza de millones de personas en el mundo. Sus distribuidores independientes son gente como tú que gracias a los productos de FOREVER gozan de una vida mejor y de la oportunidad de ser dueños de su propio



negocio, asegurando su futuro financiero con un generoso plan de bonificaciones.

Con más de diez millones de FBO's en más de 150 países, FOREVER LIVING PRODUCTS ofrece sin duda la oportunidad de tu vida: un futuro brillante de bienestar y de éxito.

[www.foreverliving.es](http://www.foreverliving.es)



## HERBALIFE

**Herbalife** es la marca nº1 del mundo en nutrición para el bienestar y estilo de vida activo\*.

Es la compañía, comunidad y plataforma líder en salud y bienestar que ha estado cambiando la vida de las personas con excelentes productos de nutrición y una oportunidad de negocio para sus distribuidores independientes desde 1980.

Sus productos de alta calidad en nutrición, control de peso, deporte y cuidado personal están disponibles exclusivamente a través de distribuidores independientes de Herbalife en más de 90 países, quienes trabajan con el cliente para crear un plan personalizado, programas de bienestar y recursos. Gracias a su orientación, motivación y compromiso, crearán una base de hábitos saludables para seguir avanzando en el viaje hacia el bienestar.

Apoya a la Herbalife Family Foundation (HFF) y su programa Casa Herbalife, desde hace más de 30 años, para llevar la buena nutrición a niños necesitados. También patrocina a más de 150 atletas de élite, equipos y eventos por todo el mundo, incluyendo a Cristiano Ronaldo, el Atlético de Madrid Femenino, el LA Galaxy o cinco Comités Olímpicos Nacionales, entre muchos otros.

La compañía cuenta con más de 8.000 empleados en el mundo y cotiza en la New York Stock Exchange (NYSE: HLF)

*(\*) Fuente: Euromonitor; CHed2024, nutrición para el bienestar y estilo de vida activo según definiciones de control de peso y bienestar, nutrición deportiva y vitaminas y suplementos dietéticos; % combinado RSP share GBO de 2023.*



## IMMUNOTEC

Immunotec es una empresa de health-tech que lleva investigando sobre la salud más de 45 años desarrollando complementos alimenticios.

Immunotec cuenta con 78 patentes internacionales y más 80 estudios de investigación publicados en más de 50 revistas médicas. Por el momento se han vendido 500 millones de sobres y actualmente se consumen mensualmente 9 millones de sobres en los 14 países en los que opera Immunotec. Ya son alrededor de 125 instituciones médicas y educativas las que han colaborado y siguen colaborando con Immunotec en diferentes estudios alrededor del mundo.

[www.Immunotec.com](http://www.Immunotec.com)



## JUST IBERIA

Desde 2016, Just Iberia distribuye en todo el territorio nacional los cosméticos naturales suizos Just a través de la Venta Directa a domicilio mediante demostraciones. La gamma Just, presente en más de 30 países y en España, con más de 70 productos para el bienestar y la higiene personal y la limpieza de la casa, se formula en Suiza siguiendo los principios que estableció su fundador, Ulrich Jüstrich, en 1930:

- Alta presencia de ingredientes naturales.
- Rigurosa selección de los mejores aceites esenciales y extractos vegetales.
- Formulaciones que ofrecen el máximo beneficio, gracias a un patrimonio de conocimiento que aúna la tradición del método galénico con la cosmetología moderna.

La excelencia de los productos, la venta a domicilio, una red de profesionales capaces de establecer relaciones de valor, y el compromiso en una actividad de responsabilidad social y ambiental son las claves de un desarrollo que ha consolidado la marca y la reputación de la empresa.

[www.justiberia.es](http://www.justiberia.es)

MARY KAY®

## MARY KAY COSMETICS

Mary Kay es una de las empresas de Venta Directa más grandes del mundo con más de 4.000 millones de dólares en ventas anuales en todo el mundo. Mary Kay fue fundada en 1963 por Mary Kay Ash con el objetivo de ayudar a las mujeres a alcanzar su crecimiento personal y éxito profesional. Mary Kay sigue comprometida en enriquecer la vida de las mujeres, y hoy en día más de 3,5 millones de personas son Consultores de Belleza Independientes de Mary Kay. Los productos de Mary Kay se venden en más de 35 mercados en todo el mundo.

[www.marykay.es](http://www.marykay.es)  
[www.marykay.com](http://www.marykay.com)

juice  
plus+

## THE JUICE PLUS+® COMPANY

Desde su fundación en 1970, NSA, ahora THE JUICE PLUS+ COMPANY, ha estado siempre enfocada a nuevos e innovadores productos destinados a mejorar la salud y el bienestar de las personas, con la misión de forjar una empresa estable y duradera que ayude al mayor número posible de personas a llevar a cabo sus sueños. Desde 1993, comercializa la línea de productos Juice PLUS+: Cápsulas Juice PLUS+ mezcla de frutas, mezcla vegetal y mezcla bayas, Juice PLUS+ Complete que se presenta en dos sabores: chocolate y vainilla, Juice PLUS+ Soft para pequeños y grandes. Juice PLUS+ ha sido sometido



a numerosas pruebas en instituciones y universidades prestigiosas de varios países para constatar la calidad de sus ingredientes, su biodisponibilidad y otros efectos beneficiosos.

La Franquicia Personal de THE JUICE PLUS+ COMPANY está diseñada para quienes deseen abrir su propio negocio y controlar su futuro económico, pero evitando el coste y el riesgo que suponen las empresas más tradicionales. Al igual que otras franquicias, THE JUICE PLUS+ COMPANY permite construir un negocio rentable con el respaldo de un producto de marca y mediante un sistema de eficacia comprobada. Después, se comparte con otros ese sistema, y recibiendo a cambio una parte de sus beneficios, con el apoyo de una importante y estable empresa matriz.

[www.juiceplusonline.eu](http://www.juiceplusonline.eu)



## **NU SKIN ENTERPRISES**

Nu Skin es una compañía internacional de Venta Directa que produce y distribuye productos globalmente a través de sus divisiones Nu Skin y Pharmanex. Durante más de 25 años, Nu Skin ha difundido su modelo de negocio, productos y servicios entre gente de todo el mundo. Su Nuestra facturación anual es de más de mil millones de dólares.

Como empresa global de Venta Directa, Nu Skin opera en 52 mercados de todo el mundo y cuenta con más de 825,000 distribuidores independientes en Asia, Europa y América. Nu Skin Enterprises cotiza en la Bolsa de Nueva York con la denominación "NUS".

El arrollador éxito de Nu Skin Enterprises es resultado directo de la misión de la compañía: permitir a la gente mejorar su vida con excelentes oportunidades de negocio, innovadores productos y una cultura estimulante y enriquecedora.

[www.nuskin.com](http://www.nuskin.com)



## **OMNILIFE ESPAÑA**

En 1991 se fundó OMNITRITION de México, con seis distribuidores, tres empleados y un solo producto. Gracias al coraje, compromiso y perseverancia este sueño se fue transmitiendo a las personas cercanas que a su vez compartieron su emoción a otras, así hasta convertirse en lo que es hoy: Grupo OMNILIFE, una empresa multinacional dedicada a la fabricación y comercialización de productos nutricionales y cosméticos, mediante un novedoso sistema de multidesarrollo donde se prioriza el crecimiento integral de sus empresarios.

Actualmente, además de ser considerada una de las empresas más importantes de México y América Latina, cuenta con la Planta de Manufactura de productos nutricionales más grande del continente en su tipo, ubicada en la Zona Metropolitana de Guadalajara (Jalisco, México), además de otra en Cali,



Colombia, en donde se elaboran productos para América del Sur.

Cuenta con presencia en 20 países y más de 500 empleados. La empresa llegó a España en 1992 en Madrid, siendo la sede administrativa y operativa central de Europa.

Su filosofía se centra en ser “Gente que Cuida a la Gente”.

[portal.omnilife.com](http://portal.omnilife.com)



### **ORIFLAME COSMÉTICOS, S.A.**

Oriflame es la Compañía Europea Número 1 en Venta Directa de Productos de Belleza. Fundada en Suecia en 1967 por los hermanos Af Jochnick, está presente en España desde 1978 y desarrolla una importante expansión internacional estando presente en la actualidad en más de 60 países, contando además con más de 3,6 Millones de socios en todo el mundo y cerca de 7.500 empleados. Cotiza en la bolsa de Estocolmo desde marzo de 2004 (Nasdaq OMX Nordic Exchange).

Por otro lado, cuenta con 6 fábricas propias en Suecia, Polonia, China, Rusia e India y con un Departamento de I+D Global en el que trabajan alrededor de 100 científicos. Su portfolio comprende más de 1.000 productos de diferentes gamas que van desde líneas de cuidado facial, fragancias, maquillaje, cuidado corporal y accesorios.

Contamos además con una línea propia de nutrición y bienestar, Wellness by Oriflame. Todos ellos desarrollados con las tecnologías más innovadoras y una importante presencia de ingredientes naturales en sus formulaciones.

Oriflame tiene además un gran compromiso con las causas sociales, es Co-Fundador de la Fundación para la infancia World Chilhood, presidida por su Majestad la Reina Silvia de Suecia y en España colabora con la ONG Aldeas Infantiles SOS.

[es.oriflame.com](http://es.oriflame.com)



### **ONE Telecom**

One Telecom es una empresa con más de 20 años de experiencia en el sector de las Telecomunicaciones que distribuyen sus servicios a través de empresarios independientes que analizan las necesidades tecnológicas y de comunicaciones de los clientes y se encargan de proveer dichas soluciones con la garantía y el soporte otorgado por One Telecom. Constituyendo así una estructura comercial independiente que se apoya en la solidez de una gestión eficiente y flexible.

[www.onetelecom.es](http://www.onetelecom.es)



### **PM-INTERNATIONAL ESPAÑA**

P.M-INTERNACIONAL fue fundada en 1993 por el presidente del consejo ejecutivo Sr. Rolf Sorg. Distribuye en más de 35 países sus productos nutricionales (de la serie de FitLine) y cosméticos (de la serie BeautyLine). Está presente en más de 40 lugares en Europa y cuenta con más de 400 empleados actualmente, aproximadamente 170 de ellos en el Centro Logístico europeo en Speyer, Alemania.

[www.pm-international.com](http://www.pm-international.com)



### **QN-EUROPE**

QN Europe es una empresa de Venta Directa con oficinas operativas en Irlanda, Alemania y Francia desde donde gestiona todos los países de la Unión Europea. Desde Alemania, todos los países europeos cuentan con un servicio de atención al cliente multilingüe. Son miembros de la DSA francesa (FVD) desde marzo de 2021.

QN Europe es la subsidiaria de QNet, que ha sido una empresa de Venta Directa de renombre en Asia durante más de 20 años. QN Europe distribuye artículos de lujo, complementos alimenticios, cosméticos, filtros de aire y agua, y otros productos. QN Europe está comprometida con la sostenibilidad y un estilo de vida saludable.

[www.qneurope.com](http://www.qneurope.com)



### **RINGANA**

Ringana es una empresa austríaca que desde hace 20 años produce cosmética y suplementos alimenticios frescos. Apuesta de manera constante por la eficacia de la naturaleza y trabaja exclusivamente con materias primas naturales y regenerables. En sus productos no encontrará conservantes artificiales ni sustancias genéticamente modificadas o químicas.

[www.ringana.com](http://www.ringana.com)



## **WAKE UP SERVICIOS**

Wake Up Servicios es una empresa española que ofrece una amplia gama de servicios esenciales tanto para particulares como para empresas, con el objetivo principal de ayudar a los clientes a ahorrar en servicios que ya utilizan.

Servicios ofrecidos:

- Energía: Suministro de electricidad y gas.
- Telecomunicaciones: Servicios de fibra óptica, telefonía fija y móvil.
- Seguridad: Sistemas de seguridad y alarmas.
- Seguros: Coberturas para hogar, auto, moto, vida, decesos, salud, dental, comercio y pymes.
- Hipotecas: Asesoramiento en nuevas hipotecas, refinanciaciones y tasaciones.
- Además, Wake Up Servicios ofrece la oportunidad de convertirse en distribuidor independiente, permitiendo a cualquier persona generar ingresos al comercializar estos servicios esenciales. Para ello, la empresa pone a disposición un sistema de formación que proporciona las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar esta actividad con éxito.

[wakeupservicios.com](http://wakeupservicios.com)

\*\*\*\*\*