Redação e edição de textos: Editora Contadino. Editoração eletrônica: Multi Propaganda.

AVON

A gente conversa, a gente se entende.

Sinônimo de beleza há 120 anos

Empresa comemora a data com o título de líder mundial em vendas diretas

Desde que o fundador da Avon, o norte-americano David McConnell, começou a produzir seus primeiros perfumes, em 1886, a companhia nunca parou de inovar. Foi a primeira a utilizar o método de venda porta-a-porta – apostando no potencial das mulheres e contribuindo para os seus avanços no mercado de trabalho –, a adotar a política "sua satisfação garantida ou o dinheiro de volta", a estabilizar o ingrediente antiidade retinol, a introduzir a vitamina C como ativadora da produção de colágeno, além de ter sido também a pioneira do setor de cosméticos a anunciar o fim dos testes de produtos em animais. Não por acaso, a Avon é líder mundial em vendas diretas e, no Brasil, distribui a cada 19 dias 6 milhões de folhetos de produtos.

PIONEIRISMO

Avon tem a tradição de ser empresa moderna

Marca adota, há mais de um século, conceitos hoje difundidos em outras organizações

Se nos dias de hoje é comum empresas ressaltarem a importância da cidadania corporativa, do bem-estar da sociedade, da celebração da felicidade das pessoas, da preservação ambiental, da valorização dos funcionários, dos investimentos em qualificação, da formação de rede e do bom relacionamento com os clientes, esses conceitos permeiam a atuação da Avon há 120 anos. Visionário, o fundador da companhia, David McConnell, já adotava todos eles no século XIX, quando formulou os princípios que norteiam as atividades da empresa. Essa capacidade de antever as necessidades e responsabilidades de uma corporação inserida e comprometida com a sociedade ajuda a entender a razão pela qual a Avon Products Inc. é a líder mundial de vendas diretas de cosméticos e um sucesso no Brasil.

A trajetória da empresa no País começou no mesmo ano em que o povo comemorava a conquista do primeiro campeonato mundial de futebol. Foi em 1958 que se instalou, na rua Boa Vista, em São Paulo, o primeiro escritório nacional da Avon. Apenas um ano depois, já era inaugurada a primeira fábrica em São Paulo, na Avenida João Dias, que empregava 35 pessoas em 25 mil metros quadrados. Passados mais 11 anos, a Avon já mudava de endereço, com a inauguração de uma fábrica em Interlagos, que abrigou também a área administrativa. Em 1972, a marca chegava, por meio das revendedoras, ao nordeste brasileiro, onde, em 1997, foi inaugurada a unidade Ceará e, em 2003, na Bahia. A aposta no País também fez com que a empresa criasse aqui o seu maior centro de distribuição mundial, localizado em Osasco (SP).

Paralelamente a todo esse desenvolvimento, a Avon contribuiu, como já fizera em outros países, para que as mulheres mudassem sua atuação e imagem na sociedade. "A história da Avon Brasil é o resultado da vitória das mulheres e, conseqüentemente, da sociedade brasileira", define o presidente da empresa no País, Luis Felipe Miranda.

A Avon Brasil empenhou-se para regulamentar a profissão de revendedora varejista autônoma e criou uma rede que hoje é integrada por mais de 1 milhão de trabalhadoras autônomas, que encontraram na proposta de venda porta-a-porta uma oportunidade de inserir-se no mercado de trabalho e obter renda.

Com a maior rede de revendedoras da empresa, o Brasil se tornou, também, um de seus principais mercados. A cada 19 dias a Avon lança nada menos que 6 milhões de folhetos, que chegam a milhões de consumidores.

Não bastassem as oportunidades de trabalho, a companhia também contribui com o País ao manter uma fábrica e três centros de distribuição, em que emprega mais de 4 mil funcionários, sendo 60% deles mulheres. E mais: é uma das principais contribuintes de ICMS do País.

A isso se soma ainda uma destacada atuação no incentivo ao desenvolvimento cultural e à cidadania, por meio da realização de vários projetos.

Fabiano Cerchiari

Empresa se tornou sinônimo de produtos de beleza de alta qualidade e preços acessíveis

Diversidade

A Avon é sinônimo de produtos de beleza de alta qualidade a preços acessíveis. Mas, além desses produtos, que ajudam a mulher a cuidar da sua beleza e saúde, a empresa leva a elas outras oportunidades de consumo.

As revendedoras Avon também representam a própria diversidade do povo brasileiro devido à capilaridade de distribuição de mais de 1 milhão de mulheres por todo o Brasil. Acredita-se que cerca de 50 milhões de pessoas estejam ligadas à vida delas, se forem considerados parentes, clientes, amigos e comunidade.

REVENDEDORAS

Uma oportunidade de trabalho e renda no País

Avon tem 1 milhão de revendedoras no Brasil, que fazem conexão com 50 milhões de pessoas

A Avon busca a auto-realização das mulheres – intenção expressa inclusive em sua Visão – não apenas ao oferecer a elas produtos e serviços que realcem sua beleza e ampliem a auto-estima, mas também ao proporcionar oportunidades de trabalho, obtenção de renda, saúde integral e desenvolvimento humano. "Ao buscar atender às necessidades das mulheres, a empresa não somente investe em tecnologia e desenvolvimento de produtos, em logística e serviços, mas também aprende muito com elas", diz o presidente da Avon Brasil, Luis Felipe Miranda.

Além de contar com 2,7 mil mulheres em seu quadro de colaboradores internos – 60% do total –, conta com 1 milhão de revendedoras autônomas em todo o Brasil. Esse número representa o maior corpo de vendas da empresa no mundo, que possui 5 milhões de mulheres atuando em mais de 100 mercados.

A empresa foi a pioneira no sistema de venda direta no País, o que acelerou a regulamentação da atividade comercial e tem contribuído para o avanço da mulher no mercado de trabalho e a ampliação de sua participação no orçamento familiar. Mais do que isso, ao consolidar a rede de revendedoras, a empresa criou uma forma de as mulheres reforçarem, por meio de suas relações com as comunidades em que estão inseridas, um jeito feminino de constituir o amanhã, uma cultura de paz, de promoção dos direitos humanos, solidariedade e de respeito aos outros.

Além disso, a empresa possibilita o aperfeiçoamento das revendedoras por diversos meios. Elas realizam nas mais de 3 mil reuniões pelo País treinamentos de técnicas comerciais, vendas e produtos, o que amplia ainda mais a profissionalização do atendimento e, conseqüentemente, a possibilidade de ganhos para aquelas empreendedoras que enxergam na venda direta uma possibilidade real de desenvolvimento.

Iniciativas como essas fortalecem o relacionamento interpessoal, que é a essência da Avon. Ele se traduz também no fato de as gerentes de setor, funcionárias da empresa, atuarem como elo entre a marca e as revendedoras autônomas, o que possibilita o acesso pleno a informações, o esclarecimento de dúvidas e a troca de experiência entre mulheres – uma verdadeira rede de conversações e de saberes. O exercício cotidiano do diálogo entre pessoas transforma a empresa num autêntico projeto socioeconômico criador e distribuidor de renda, saúde e valores positivos em rede.

Roberta Dabdab

Revendedoras levam a cultura da Avon a mais de 50 milhões de mulheres em todo o Brasil

Testemunhas da identidade da empresa

"Tudo o que a Avon vende está voltado para a transformação. Você não vende batom, cremes, fragrância. Você vende beleza, saúde. É um processo de transformação que envolve o interior e o exterior."
Gerente de Setor – Maranhão

"Elas gostam de elogio, de abraço, de carinho, ou seja, estímulo emocional. Mas isso é claro; afinal somos seres humanos. Quando toco a revendedora, ela fica mais calma. As pessoas querem o carinho. Por isso a Avon é a potência que é."
Gerente de Setor – Santa Catarina

"Eu já cheguei para vender e percebi que a cliente não estava bem, com o filho muito doente. É quando a revendedora sai de campo e entra a amiga. Têm lágrimas nessas relações; não é só negócio."
Revendedora autônoma – São Paulo

"Eu tenho prazer em levar meu filho na escola. Minha mãe nunca me levou. Eu pensei: eu tenho que arranjar uma atividade que me permita estar junto do meu filho. A Avon me permite isso. Da reunião de colégio eu não podia participar. Agora posso."
Revendedora Autônoma – Minas Gerais

"O afeto aparece até na forma de dizer: minhas revendedoras, minhas mulheres, minhas gerentes, minhas crias. Acredito que o papel de mãe é mais importante que o papel de mulher apenas. Somos mulheres porque podemos gerar uma cria e criar."
Revendedora Autônoma – Rio de Janeiro

HISTÓRIA

Tudo começou com as obras da literatura

Empreendedorismo transformou idéias em negócio que movimenta US$ 8 bilhões anuais

Há 120 anos o universo feminino começou a mudar e o mundo a ficar mais charmoso. Em 1886, em Nova York, o vendedor de livros David McConnell, então com 31 anos, criou a Companhia de Perfumes Califórnia. A idéia surgiu depois que ele passou a presentear os compradores das obras literárias que vendia porta-a-porta com um frasco de perfume. Como as fragrâncias começaram a fazer mais sucesso do que os próprios livros, ele não teve dúvida em fazer delas o seu negócio.

Ao mudar de produto, McConnell começou, também, a mudar o papel das mulheres na sociedade. Chamou para trabalhar com ele Florence Albee, uma atitude inovadora para o século XIX, quando o ofício do sexo feminino limitava-se, praticamente, a cuidar da casa. Florence deu continuidade a essa transformação em favor das mulheres ao articular uma rede de revendedoras porta-a-porta. Eram os primeiros passos em direção a um objetivo que ainda é perseguido pela Avon em todo o mundo: oferecer às mulheres oportunidade de se desenvolverem e serem mais felizes. "O desenvolvimento das mulheres é tema intrinsicamente ligado aos 120 anos da história da Avon, sendo que todos os dias nos desafiamos a cumprir a missão de sermos uma empresa voltada para elas", diz Andrea Jung, *chairman* e CEO da Avon no mundo.

INÍCIO

"Comecei com o negócio de perfumes em um espaço não maior do que uma despensa de cozinha normal" descreveu o fundador da empresa. Ele próprio produzia os perfumes, era o caixa, o correspondente, o despachante e o *office boy*. Durante seis meses, Florence foi sua única funcionária, e vagava de trem ou a cavalo para vender os produtos. Seu entusiasmo e sua lealdade a fizeram capaz de superar obstáculos e se tornar uma figura legendária, que ainda hoje inspira muitas das revendedoras da empresa em todo o mundo.

Trajetória da empresa confunde-se com a das conquistas femininas ao longo de 120 anos

A Avon conquistou todo o mundo

Se em 1914 a Avon já chegara ao Canadá, nos anos de 1950 a marca ganhou o mundo com o lançamento da divisão internacional da empresa, que promoveu o seu ingresso, primeiro, em países da América Latina e Europa. A qualidade dos produtos conquistou consumidores de diferentes perfis. Tanto que a Avon detém a liderança mundial na venda direta de cosméticos e produtos de beleza.

O sucesso se justifica pelo elevado nível de qualidade e pela tecnologia empregada na fabricação dos produtos, que incluem perfumes, cremes, loções, maquiagem, itens para o cabelo, pele e cuidados diários. A empresa mantém mais de 300 cientistas em um dos mais avançados laboratórios do mundo e cumpre as regras do *Food and Drugs Administration* (FDA), órgão oficial de controle de qualidade dos EUA, e de órgãos governamentais, como o Ministério da Saúde brasileiro, sempre respeitando a cultura de cada país. Hoje, a empresa – cuja sede permanece em Nova York – registra um faturamento líquido de US$ 8 bilhões ao ano, número que a coloca entre as principais fabricantes do segmento, e conta com mais de 5 milhões de revendedoras em mais de 100 mercados.

PIONEIRISMO

A história da Avon não existiria sem a venda direta, assim como a venda direta não existiria sem a Avon. Foi transpondo a experiência com a venda de livros porta-a-porta que McConnell abriu um novo e amplo campo de trabalho para as mulheres. A bem-sucedida experiência da Avon serviu como estímulo para que outras companhias apostassem no modelo, ampliando as oportunidades. Além disso, a Avon contribuiu para regulamentar a categoria de revendedora autônoma na legislação brasileira

GARANTIA

A visão empreendedora e socialmente responsável do fundador da Avon revela-se em inúmeras inovações. Uma delas foi a política do "sua satisfação garantida ou o dinheiro de volta", que até hoje é praticada pela empresa e revela o conceito de que o sucesso passa por estabelecer o compromisso com a felicidade dos consumidores.

Inicialmente, os produtos podiam ser provados pelas consumidoras. Mas dez anos após o início da companhia, o primeiro livreto foi lançado, com a descrição dos perfumes, como eram feitos e de que maneira deveriam ser utilizados. E mais: trazia cartas de consumidoras satisfeitas.

O sucesso era absoluto. Dez anos após o início da Companhia de Perfumes Califórnia, ela já contava com um catálogo vasto, contemplando, além dos perfumes, sabonetes, pó-de-arroz, cremes para a pele, *shampoos*, creme de barbear, entre outros. Foram sucessivas mudanças de endereço, ampliações de espaço e aprimoramento na fabricação, sempre com o intuito de fazer o melhor e deixar os clientes felizes.

Com essas qualidades, em 1928 a empresa já estava presente em 48 estados norte-americanos, o que fazia com que a denominação Companhia de Perfumes Califórnia parecesse regional demais. O nome Avon surgiu em 1929, para uma linha de produtos. Era uma homenagem a William Shakespeare, escritor nascido na cidade inglesa de Stratford-on Avon, de quem McConnell era grande fã. Dez anos mais tarde, em 1939, o nome foi adotado para toda a companhia.

Mesmo durante a depressão que assolou os Estados Unidos nos primeiros anos da década de 1930, a Avon continuou a crescer, embalada pela idéia de que as mulheres poderiam mudar seus próprios destinos e colaborar com as despesas domésticas. Só para se ter uma idéia do avanço, 27 escritórios de vendas foram abertos em novas cidades.

TECNOLOGIA

Experiência que é sinônimo de qualidade

História da Avon é incrementada por investimentos em pesquisa e avanços tecnológicos

Avon Divulgação

Investimentos constantes em tecnologia permitem acesso a produtos de alta qualidade, como os desenvolvidos no laboratório de Nova York

Pioneirismo é um dos atributos que não podem deixar de ser vinculados ao nome da Avon. Como missão, a empresa assume o compromisso de constituir um portfolio sem precedentes de marcas relacionadas à beleza, de maneira a oferecer sempre às consumidoras novidades, inovação e valor, o que está traduzido no constante investimento em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos.

Se no início da empresa, em 1886, era o próprio fundador, David McConnell, que despendia tempo com pesquisa, preparo e formulação de perfumes em uma pequena sala, hoje a Avon mantém um novo complexo de laboratórios, o Centro Mundial de Pesquisa e Desenvolvimento, em Nova York, envolvendo 300 profissionais em várias áreas do conhecimento científico, como fisiologia, ciências clínicas e do consumo e toxicologia. "Além do centro nos Estados Unidos há outros seis, sendo um no Brasil, o que beneficia as mulheres de todo o mundo, pois com isso elas podem adquirir produtos de última geração a preços acessíveis. Assim, democratizamos a beleza", diz o presidente da Avon no Brasil, Luis Felipe Miranda.

Com o propósito de sempre atender às necessidades das mulheres, a Avon tem sido pioneira em soluções científicas, inspirando a própria indústria cosmética. Foi, por exemplo, a primeira grande companhia de produtos de beleza a estabilizar o ingrediente antiidade retinol, a mais pura forma da vitamina A, para ser utilizada em tratamentos de beleza. Também foi a primeira grande empresa de cosméticos a anunciar o fim do uso de testes de produtos em animais.

Sua inovação mais importante foi a introdução do AHA – alfa-hidroxi-ácido – no mercado de massa, o que ocorreu em 1993 com o lançamento da linha Renew Perfecting Complex for Face, que, ao tornar-se um sucesso comercial, ajudou a criar a categoria de produtos antiidade no mundo.

O histórico de novas tecnologias no cuidado da pele tem beneficiado as mulheres com fórmulas portadoras de sistemas inteligentes, auto-ajustáveis às suas necessidades de tratamento, para diversas idades e diferentes tipos peles. A empresa continua aprimorando linhas que são sucesso mundial, como a Avon Color, de maquiagem. Tanto que a cada dois batons vendidos no País, um é da Avon. As fragrâncias também são desenvolvidas em parceria com as principais casas mundiais, e perfumistas renomados têm criado para os Laboratórios Avon uma gama de perfis olfativos para diversas personalidades e estilos. No último trimestre de cada ano, a Avon faz um grande lançamento mundial de perfume. Entre as inovações está a trilogia de fragrâncias Today, Tomorrow, Always, cuja campanha internacional tem como estrela a atriz Salma Hayek.

PERFIL

Um dos segredos do sucesso da marca em diferentes países é a conduta responsável e de respeito às particularidades locais. Como o desenvolvimento dos produtos globais é feito nos Estados Unidos, antes de eles chegarem ao mercado brasileiro, por exemplo, a empresa expõe a fórmula ao rigor da legislação nacional e, mais do que isso, investiga se a textura, as cores ou fragrâncias estão adaptadas ao clima do País e ao gosto das brasileiras.

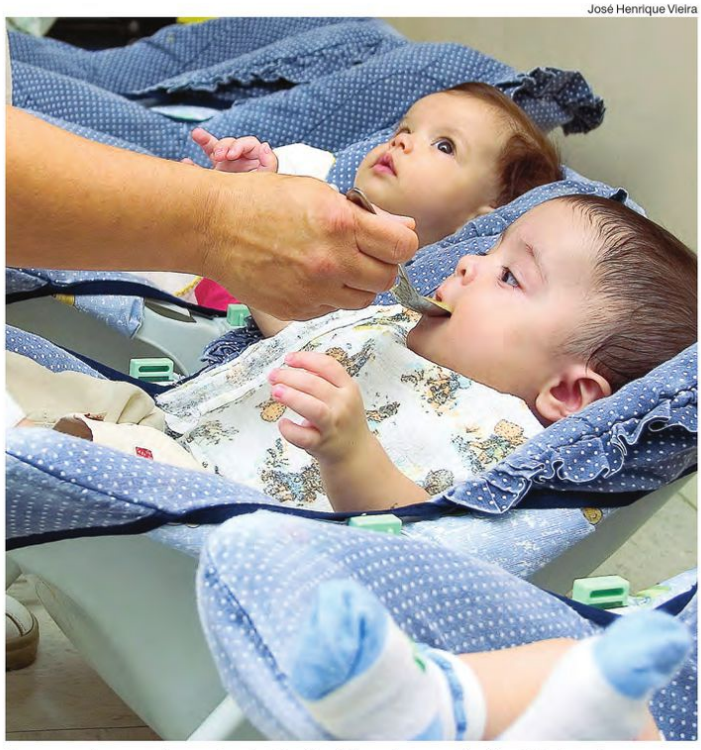
Segue, ainda, especificações para garantir a segurança, a qualidade e a eficiência dos produtos. E investe na certificação dos fornecedores, por meio de diversos programas – como a SA 8000 – e de excelência industrial. Isso assegura mais qualidade e menor preço já que a queda na rejeição de insumos promove, conseqüentemente, a redução dos custos finais, o que favorece o consumidor. Além disso, as empresas parceiras sentem-se motivadas a melhorar a qualidade do material fornecido e a incrementar a produtividade.

COLABORADORES

Foco nos crescimentos pessoal e profissional

Empresa investe em iniciativas que asseguram o bem-estar de seus funcionários

José Henrique Vieira



Preocupação com o bem-estar dos funcionários e das suas famílias é destacada

Como o bom exemplo nasce em casa, a Avon preocupa-se em formar profissionais preparados, que encontrem no ambiente de trabalho condições para se desenvolverem pessoal e tecnicamente, além de assegurar seu bem-estar e o de suas famílias. Contando mundialmente com mais de 40 mil funcionários, a empresa tem recebido reconhecimento pelo constante zêlo pelos colaboradores e estímulo à diversidade.

Por sete anos consecutivos é a número um no Top 30 das Melhores Companhias para Mulheres Executivas, segundo a *National Association for Female Executives* (Nafe); desde 2000, figura na lista da revista *Fortune 50* entre as Melhores Companhias para Minorias; e, desde 1998, está entre as 50 Melhores Companhias para as Latinas, da revista *Latina Style*. A esses reconhecimentos somam-se mais de uma dezena de outros. No Brasil são mais de 4 mil funcionários – 60% mulheres –, que vivem a missão, os princípios e valores da companhia.

QUALIFICAÇÃO

Entre as iniciativas no País, um dos destaques é o Avon Aprender, cujo objetivo é atualizar o ensino dos funcionários da fábrica e erradicar o analfabetismo funcional na empresa, assegurando que todos tenham o ensino médio. Em 2005, 440 pessoas foram beneficiadas pelo programa, que é aprovado pelo Ministério da Educação e vale-se de uma equipe multidisciplinar de professores cuja metodologia faz uso de acontecimentos do dia-a-dia dos participantes para ensinar.

Outro benefício para os funcionários – que contribui para complementar a educação oferecida na empresa – é o Espaço Avon, criado em 2003, que dispõe de biblioteca, videoteca, computadores com acesso à Internet e cursos de informática e línguas em CD-Rom. Mensalmente são atendidas em média mil pessoas em todas as unidades.

Como forma de reconhecimento aos profissionais, a Avon realiza uma série de iniciativas, como o Programa de Incremento à Produtividade (PIP), que valoriza indivíduos e equipes com os resultados estabelecidos e atingidos de forma participativa – envolvendo comitês multidisciplinares de gestão e até mesmo o sindicato da categoria. Uma série de prêmios e troféus é concedida ao longo do ano para funcionários dos mais diversos níveis que mais se destacaram nos países ou regiões continentais onde a empresa está presente. Tudo isso garantiu em 2002 a certificação SA 8000 – norma Internacional de Responsabilidade Social –, sendo a sétima empresa no Brasil a recebê-la. Em 2003, a empresa recebeu também o VIII Prêmio Nacional de Qualidade de Vida da Associação Brasileira de Qualidade de Vida (ABQV).

VIDA

O pioneirismo da Avon global é percebido no Brasil em diversas áreas. A empresa criou há mais de duas décadas um berçário com cuidado pediátrico, berçaristas, e incentivo ao aleitamento, o que proporciona tranqüilidade às mamães enquanto estão dentro da empresa. As funcionárias da Avon também contam com Curso de Gestantes na própria companhia que, desde 1997, já beneficiou mais de 300 mulheres e envolve uma equipe médica composta por odontopediatra, psicóloga, nutricionista, obstetra, pediatra e assistente social. Os bebês dispõem ainda de massagem *shantala*.

A preocupação com o bem-estar dos funcionários também se traduz em ações como o Programa Qualidade de Vida, que engloba, por exemplo, a ginástica laboral, prática que já faz parte da rotina da Avon desde 1994, e o Clube do Shiatsu, em funcionamento desde 1997 e que oferece terapias alternativas como auriculoterapia, reflexologia, além de drenagem linfática, e, é claro, *shiatsu*.

A Avon também foi uma das primeiras a lançar um programa de Apoio a Dependentes Químicos, que integra esses profissionais, orienta seus gestores e, quando é o caso, encaminha-os para entidades especializadas, assegurando seu retorno após o tratamento, além de prestar apoio às famílias durante o período de recuperação.

Quando funcionários apresentam doença grave ou terminal eles e suas famílias recebem suporte da Avon, que oferece, por meio do Serviço Social, apoio psicológico durante o tratamento, garantindo a continuidade de suas atividades com tranqüilidade, no convívio com os demais colegas.

Há, ainda, nos ambulatórios de São Paulo e Osasco – que oferecem inclusive tratamento dentário –, o diferencial de consultas ginecológicas para prevenção de doenças que podem acometer as mulheres, como câncer de mama. Esse benefício se estende também à unidade da Bahia.

Mantém também o Grupo de Fisioterapia Preventiva e campanhas para conscientizar sobre hipertensão, diabetes, obesidade, Aids, etc. Para contribuir com a saúde dos profissionais, desenvolve, ainda, o Programa Viver Bem, que estimula a adoção de uma vida saudável e inclusive coloca à disposição um nutricionista.

FAMÍLIA

Para ampliar a integração com as famílias, a empresa promove constantemente visitas delas às suas sedes. Além disto, envolve todos os funcionários, investindo em comunicação ampla dos resultados e das ações da companhia em murais, *newsletters*, jornais e revistas, promovendo sua participação ativa, e de seus familiares, também nas ações culturais da empresa.