

# Agel espera facturar 55 millones de euros en España en 2012

**ESTRATEGIA.** LA COMPAÑÍA, QUE DISTRIBUYE SUS COMPUESTOS NUTRITIVOS DIRECTAMENTE, QUIERE 25.000 DISTRIBUIDORES

TERESA JIMÉNEZ  
MADRID

**A**l estilo de 'Avon llama a tu puerta', la compañía norteamericana de nutrición y bienestar Agel se ha introducido en España con unos objetivos ambiciosos: alcanzar los 55 millones de euros -80 millones de dólares- de facturación en 2012 y lograr que 25.000 profesionales se unan a su red de distribución de venta directa en 2010. De momento, según explica Sergio Rivas, portavoz de la compañía en España, Agel habrá alcanzado una facturación de 10 millones de euros -15 millones de dólares- en 2009 y una red de cerca de 10.000 distribuidores.

La estrategia de la compañía para alcanzar esta meta pasa, según explica Rivas, por ofrecer a trabajadores y personas desempleadas «una alternativa para convertirse en empresario sin asumir riesgos innecesarios, sin una inversión brutal y sin necesidad de dedicarse a tiempo completo». Así, Agel pretende conseguir hasta dos millones de clientes en España, de los cuales, 400.000 serán consumidores-distribuidores, y el resto, consumidores finales.

**MARKETING MULTINIVEL.** Según explican desde la compañía, el negocio de Agel está basado en el Network Marketing (Marketing Multinivel), un concepto que tiene su razón de ser en el consumo del producto y en su recomendación a través del boca a boca. La compañía envía directamente los productos a sus distribuidores, que los consumen y recomiendan, beneficiándose del volumen de consumo generado.

A los consumidores-distribuidores, Agel les ofrece compartir

## Los datos

<b>Nombre</b>	Agel
<b>Sector</b>	Nutrición
<b>Facturación</b>	10 mill€
<b>Distribuidores</b>	10.000
<b>Fundación</b>	2005
<b>Sede</b>	Utah (EE.UU.)

**En marzo de 2005, Glen Jensen montó Agel Enterprises LCC con el objetivo de acercar al mercado de consumo la tecnología de suspensión de gel utilizada para elaborar complementos nutritivos para deportistas. La compañía abrió simultáneamente en 12 países.**

los ingresos derivados de las ventas de los productos. En concreto, Agel propone a los prescriptores de su oferta devolverles el 5% de la facturación que generen. Según explica Rivas, este sistema permitiría ingresar a cada uno de

LA COMPAÑÍA BASA SU ESTRATEGIA DE MARKETING EN EL BOCA A BOCA

los distribuidores de Agel más de cuatro millones de euros al año -seis millones de dólares-. Eso sí, los ingresos dependerán de la dimensión de la red de clientes que cada distribuidor consiga crear y del consumo que realice cada uno de ellos. «En el modelo de distribución tradicional, el fabricante

obtiene un margen medio del 10-15%, destinando entre un 85-90% del precio final a retribuir a toda la cadena de distribución. Con el Network Marketing se puede llegar directamente al consumidor y el fabricante puede retener el 50% de las ventas generadas, repartiendo el resto entre su red de consumidores y realizando mayores inversiones en I+D».

**PRODUCTO DE GRAN CONSUMO.** Agel nació en el año 2005 de la mano de Glen Jensen, un empresario norteamericano aficionado al deporte que decidió llevar la tecnología de suspensión de gel -utilizada en productos nutritivos para deportistas profesionales- al gran consumo. Esta tecnología permite «combinar componentes activos sin anular sus propiedades». Desde entonces, la compañía ha desarrollado cuatro líneas de productos: Agel Core -productos nutritivos-, Agel Active -productos destinados al bienestar de las personas-, Agel Thrive -productos gelceúticos- y Agel Body -destinados al cuidado de la piel-. Las ventajas frente a otros productos son su absorción inmediata, ya que «empieza a asimilarse desde las glándulas salivares», y su máxima biodisponibilidad -frente a los formatos tradicionales, los productos de suspensión de gel permiten la absorción del 98% del compuesto, frente al 70% de otras soluciones-.

La compañía, que empezó simultáneamente su actividad en 12 países, se ha introducido en un total de 55 mercados, donde ha logrado crear una red de distribuidores de 500.000 personas. En tan sólo tres años, Agel alcanzó una facturación a nivel mundial de 173 millones de euros -200 millones de dólares-,



**PRESCRIPTOR.** Sergio Rivas es uno de los 10.000 distribuidores de Agel en España

AGEL ESTÁ PRESENTE EN 55 PAÍSES, CON MÁS DE 50.000 DISTRIBUIDORES

ESPAÑA ES EL MERCADO EUROPEO CON MAYOR POTENCIAL DE CRECIMIENTO

PROPONE COMPARTIR CON LOS DISTRIBUIDORES EL 5% DEL CONSUMO QUE GENEREN

y su objetivo es superar los 600 millones de euros -un billón de dólares- en los próximos tres ejercicios económicos.

En este plan estratégico, España juega un papel destacado ya que, dentro de Europa se trata «del mayor mercado y el de mayor crecimiento», indica el portavoz de la compañía.

Además, entre los planes de Agel se encuentra deslocalizar la producción, que actualmente realiza al completo en Estados Unidos. «Va a haber una parte de la producción que se desviará a Europa, aunque más que establecer una fábrica de Agel, la compañía dará licencias de fabricación. Son temas de los que se está empezando a hablar, pero no hay nada sobre el papel. Tampoco se sabe qué país será el elegido en esta línea», explica Sergio Rivas. ❧

