NU SKIN, un futuro para los emprendedores

Hoy en día, más de 63.000 personas desarrollan su carrera profesional de la mano de Nu Skin. Desde su fundación, la compañía ha invertido más de 12 mil millones de dólares en compensaciones de ventas totales e incentivos de ventas. El sector de belleza es uno de los más fuertes del mundo, sólo durante 2017 generó algo más de 200.000 millones de euros, un 4 % más que el ejercicio anterior. En España, el consumo de perfumes y cosméticos creció un 2,15% durante 2017, lo que supuso 6.820 millones de euros

En 1984, Nu Skin, empresa líder en desarrollo y distribución de productos de belleza y nutrición, supo cómo dar un enfoque único y novedoso a su modelo de negocio, basándose en tres pilares fundamentales: productos de muy alta calidad, un concepto innovador de venta y una oportunidad de comercio global nunca vista.

Gracias a esta forma de trabajar, la compañía, que cotiza en la bolsa de Nueva York desde 1996, ha generado a través de sus operaciones más de 2,28 mil millones de dólares en ingresos durante 2017. A día de hoy, más de 63.000 personas de todo el mundo han desarrollado junto a Nu Skin una exitosa carrera profesional haciendo real el posicionamiento estratégico de la marca, "DESCUBRE LO MEJOR DE TI". La razón de ser de la compañía se basa en potenciar la capacidad de la persona para encontrar lo mejor de sí misma a través de la cultura del emprendimiento y la oportunidad de negocio convirtiéndose en asesoras de belleza y bienestar.

El crecimiento y éxito de este modelo tiene un porqué. Nu Skin se adelanta a las tendencias del mercado actual. El sector de cosmética y belleza es uno de los más fuertes del mundo, con una facturación en 2017 que superó los 200.000 millones de euros. La lucha contra el envejecimiento y el deseo de mejorar las condiciones en que se llega a una edad madura son el objetivo primordial para las empresas del sector.

Por ello, Nu Skin no deja de innovar e investigar. La compañía cuenta con más de 75 científicos, responsables del desarrollo de cada producto. Sus diez laboratorios desarrollan fórmulas, texturas y productos únicos para hacer frente a los signos de envejecimiento de la piel basándose en el análisis genético. En 2017 la inversión en I+D superó los 22 millones de dólares destinados a la investigación científica gracias a lo cual ha realizado importantes descubrimientos para saber cómo mejorar la calidad de la piel y tratar los signos del envejecimiento. Los resultados clínicos, los análisis genómicos y la investigación contrastada han llevado a los científicos de Nu Skin a identificar genes que tienen características comunes asociadas con la juventud pudiendo llevar estos conocimientos al desarrollo de productos altamente eficaces en el cuidado de la piel y la lucha contra los signos del envejecimiento.

El porfolio de Nu Skin está compuesto por más de 250 productos innovadores y exclusivos diferenciados en las categorías de cosmética y nutrición. Su distribución a través de la venta directa proporciona a la compañía una ventaja competitiva en comparación con otras empresas del sector.

Flexibilidad e independencia

Nu Skin es una empresa de venta directa, que se dedica al desarrollo y distribución de productos de cosmética y nutrición, mostrados directamente al consumidor a través del contacto personal.

Esta fórmula es una buena opción para aquellos que buscan seguridad económica, el acceso a un ingreso extra para el hogar, desarrollar su potencial a través de una carrera profesional en la que prime la flexibilidad y la independencia, o incluso a aquellos que buscan una oportunidad de negocio centrada, con particular énfasis, en productos innovadores y eficaces. Y todo ello, de la mano de una organización comercial experta, moderna y altamente cualificada.

La compañía es consciente de la importancia que tiene la labor de los distribuidores de Nu Skin. Por ello, su Plan de Compensación de Ventas es sencillo y recompensa al trabajador por su liderazgo, trabajo duro y ventas a medida que va construyendo una organización estable y próspera. De hecho, más del 40 % de los ingresos abonados son por compensación de ventas. La compañía ha pagado más de 12 mil millones de dólares en compensaciones de ventas totales e incentivos de ventas desde su fundación, cifra que consideran esencial para motivar adecuadamente a su Fuerza de Ventas y seguir siendo un modelo ejemplar de innovación e integridad a través de las personas, los productos innovadores y la oportunidad de desarrollo de negocio.

Datos de contacto:

Laura Esteban Cores

InfluenceSuite - Gabinete de Prensa Nu Skin España

649069684

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

Categorías: [Moda Madrid](#) [Emprendedores](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>