

Lunes 23, junio 2008

Búsqueda:



Avanzada · Tema · Ejemplares Anteriores

Contáctenos ·

Nosotros

- Inicio
- Editorial
- From the War Room
- Sin Fronteras
- Ganadores
- Agenda
- Cartón
- Travel News
- Noticias
- Reporte especial

Columnas

- Ad, Media & PR
- Amicus Certus
- Travelers & Business
- Confesiones del Tío Lolo
- Con Sabor Norteño
- Para pensar...



NOTICIAS

Lunes 23 de junio de 2008. Núm. 429

Para los negocios, ella se pinta sola

Votar: ★ ★ ★ ★ ★

Votación Global: ★ ★ ★ ★ ★

Aprovecha mercado de latinas en EU para vender sus cosméticos

[Lourdes Flores](#)

A PDA A Favoritos Comentar Imprimir Recomendar

TEXAS.- María Eugenia Bermúdez Price es una de las 10 millones de empresarias que hay en Estados Unidos, sin embargo se distingue porque supo encontrar en una necesidad, una oportunidad de negocio.

María Eugenia emigró muy joven a Estados Unidos, procedente de la Ciudad de México. Trabajó en reconocidas compañías de ventas directas como Mary Kay y Home Interiors and Gifts, donde se concentró en las iniciativas de expansión del mercado internacional, y notó que el mercado de belleza había olvidado a casi 15 millones de mujeres latinas.

“Una frustración que tuve en mis últimos trabajos fue en la segmentación de los mercados, debido a que las compañías no pueden meterse al 100% y llenar las necesidades del mercado hispano, porque no es su identidad”.

Entonces decidió hacer estudios con mujeres de diferente nivel generacional, descendientes de emigrantes, sobre cuales eran sus necesidades. “Me di cuenta que había frustración en el área de cosméticos, no había marcas con tonos apropiados al color de la piel de las latinas”.

Para llenar este vacío en el mercado, Bermúdez decidió crear Mía Mariú, una línea de productos de belleza con base en ingredientes naturales, con sombras y colores que destacan la calidez y sensualidad latina, como Tierra India, Canela, Anís.

“A las latinas nos gusta tener productos con bases naturales, con minerales puros. Nuestros productos no tienen nada artificial, no contienen talco o fragancias que dañen la piel”.

Tienen una línea de tratamiento para la piel que ha funcionado en las culturas latinas, hecho con plantas del desierto como la yuca y otras plantas que permiten regenerar las células, en la que también la empresa apuesta por el mercado de latinos que gustan de cuidar su aspecto físico y otra de suplementos nutricionales, con ingredientes naturales como papaya, mango, nopal y yuca.

“La idea es crear un conocimiento básico sobre los productos que mejoran la salud e influenciar a nuestro mercado”.



Eventos

Los más leídos

Perfil Editorial

Envíenos su artículo

Suscripciones

Noticias

Glosario

Palabra

Suscribase gratis a nuestro boletín

Su correo



DOING BUSINESS IN...

NUEVO LEON

La compañía, que tiene su sede en Dallas, Texas, empezó a operar a mediados de enero del 2008.

“Tuvimos un evento de lanzamiento en San Antonio, Texas, apenas estamos desarrollando el mercado, pero ya tenemos presencia en McAllen y después del verano tendremos presencia a nivel nacional en Estados Unidos y Puerto Rico”, comentó la empresaria.

Aunque no especificó a cuánto ascendió la inversión, dijo que cuentan con el capital necesario para soportar el desarrollo de la empresa en EU y eventualmente realizar su expansión a otros países, y a largo plazo traerán su línea a México.

Por otra parte, comentó que dado el nivel de competencia de mercado en este país, donde los estándares de servicio son muy rigurosos, la red de distribución es un asunto crítico, y tuvieron que validar sus sistemas, por ello arrancaron en mayo pasado.

El sistema de ventas cuenta con 100 asociadas, y empiezan a contactar con socias en Puerto Rico, California y Colorado, pero estimó que al terminar este año tendrían una red de 600 ó 700 asociadas.

“Mía Mariú se dedica a ayudar a las latinas a encontrar oportunidades que de otra forma serían inalcanzables a causa de las barreras del idioma y la cultura”, expresó.

Las socias pueden inscribirse al sistema por \$85 dólares y recibir \$370 dólares de productos, materiales de entrenamiento, y una página web gratis por seis meses, lo cual les permitirá optimizar su tiempo con el uso de tecnología.

“A través de la página web puede realizar transacciones on line. Los pedidos se envían a un centro de distribución en Carrollton, un suburbio de Dallas. La socia no tiene que cargar el inventario, esto agiliza el negocio, ella se concentra en comunicar el beneficio del producto, luego dejamos que la tecnología y red operativa se encargue de lo demás”.

BUSINESS to BUSINESS

MIA MARIÚ

María Eugenia Bermúdez Price

EU: (214) 9066428

contactmia@miamariu.com

www.miamariu.com

Compártelo

 [Yahoo! My Web](#)

 [Google Bookmarks](#)

 [Digg](#)

 [TechnoraTI](#)

 [Enchilame](#)

 [Menéame](#)

 [Barrapunto](#)