EDICIÓN 07

17 OCTUBRE 2022

AMVD

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

NOTICIAS EN DIRECTO

CONTENIDO

3

REGULATORIO

- Guía para el etiquetado de Suplementos Alimenticios

4

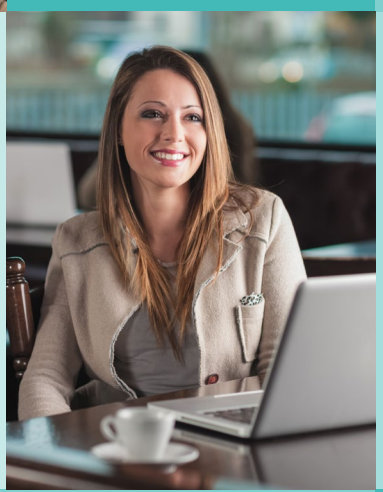
NOTAS LEGALES

- Paquete Económico / Reforma Fiscal 2023

5

NUESTROS SOCIOS INFORMAN

- Urgente tomar medidas para la inclusión laboral y la disminución de la brecha salarial de género en el país
- Movilidad sostenible para reducir nuestro impacto ambiental
- Rajneesh Chopra, nuevo Director Comercial Immunotec
- Bebidas funcionales: nueva tendencia
- Mexicanos aspiran a la libertad y mejoría financiera del emprendimiento
- La Prosperidad Omnilife: Rally 2022



14

CÓDIGO DE ÉTICA

- Una industria ética es una industria fuerte

15

SEMINARIO ASSOCIATION PERFORMANCE PROGRAM WFDSA

- México, gran anfitrión
- Compartiendo conocimientos y experiencias
- Agradecimiento especial a Grupo Posadas y a Travel Ex

18

LA AMVD INFORMA

- Por el gusto de volvernos a reunir

REGULATORIO

GUÍA PARA EL ETIQUETADO DE SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS

Recientemente, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) emitió la guía para el etiquetado para suplementos alimenticios. A continuación incluimos la información más relevante:

1. La etiqueta del producto debe contar con denominación, por lo tanto, indicará que es un **suplemento alimenticio.**

2. No se debe atribuir propiedades al producto, es decir, no debe contener leyendas como: preventivas, rehabilitadoras, terapéuticas, previene, cura, ayuda, fortalece, rejuvenece, alivia enfermedades o padecimientos, etc. **No debe contener información que confunda, exagere o engañe en cuanto a su composición, origen, efectos y otras propiedades del producto.**

3. No debe contar con **imágenes** relacionadas con órganos o partes del cuerpo.

4. El **nombre** del producto no debe hacer referencia a partes del cuerpo o padecimientos.

5. No debe contener **leyendas** que afirmen que el producto cubre los requerimientos nutrimentales o que puede sustituir alguna comida.

6. Debe contar con **lista de ingredientes.** En los productos que incluyan en su formulación hierbas -se trate o no de mezclas- deberá incluirse el nombre usual o común, así como el nombre botánico correspondiente, señalando género y especie.

7. No debe contener **ingredientes prohibidos.**

8. El producto debe contar con las siguientes leyendas:

   El consumo de este producto es responsabilidad de quien lo recomienda y de quien lo usa.

   Los invitamos a conocer más acerca del etiquetado en el siguiente enlace:

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/726572/032822_Gu_a_SuplementosAlimenticios_FINAL_final_V3-1_compressed.pdf

Fuente: Comité de Salud AMVD.

NOTAS LEGALES

PAQUETE ECONÓMICO / REFORMA FISCAL 2023

El pasado 8 de septiembre del presente, el Ejecutivo Federal presentó ante la Cámara de Diputados el Paquete Económico para el año 2023; el cual consistió básicamente en la Ley de Ingresos para el 2023, el Presupuesto de Egresos, los Criterios Generales de Política Económica y modificaciones a la Ley Federal de Derechos.

Como se había anticipado, no se presentó ninguna iniciativa de reformas fiscales (Miscelánea Fiscal), por lo que no hay modificaciones ni se establece un incremento en las contribuciones federales, entiéndase el impuesto sobre la renta (ISR), impuesto al valor agregado (IVA), impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS), entre otras.

Resulta destacable en el Paquete Económico, aun cuando no se prevé modificaciones o incrementos de impuestos, **sí se prevé un incremento en la recaudación de los mismos en la iniciativa de Ley de Ingresos,** ya que se proyecta un incremento del 17.22% en la recaudación, básicamente dicho incremento se generará en materia del ISR, IVA y operaciones de comercio exterior.

Por ello, suponemos que las facultades de fiscalización serán las herramientas que permitan al Ejecutivo llegar al pronóstico de lo esperado en la Ley de Ingresos; esperamos que dichas facultades de comprobación sean apegadas a las disposiciones legales.

Por otra parte, hemos detectado el inicio de facultades de comprobación o cartas invitación por parte de las autoridades recaudatorias, tanto Servicio de Administración Tributaria como Instituto Mexicano del Seguro Social, mismas que han tenido incidencia en la Industria de la Venta Directa, por lo que recomendamos que sean atendidas dichas visitas, con la importancia y diligencia que merece, con el fin de evitar contingencias fiscales.

Regresando al tema de los cambios tributarios que se presentan en la iniciativa de la Ley de Ingresos para 2023, se destaca el incremento en la tasa de retención de ISR por intereses que paga el sistema financiero, ya que durante 2022 la tasa es del 0.08% y se propone un incremento del 0.15%, lo que podría impactar a los contribuyentes.

Fuente: Despacho Turanzas, Bravo & Ambrosi

https://www.turanzas.com.mx

NUESTROS SOCIOS INFORMAN

URGENTE TOMAR MEDIDAS PARA LA INCLUSIÓN LABORAL Y LA DISMINUCIÓN DE LA BRECHA SALARIAL DE GÉNERO EN EL PAÍS

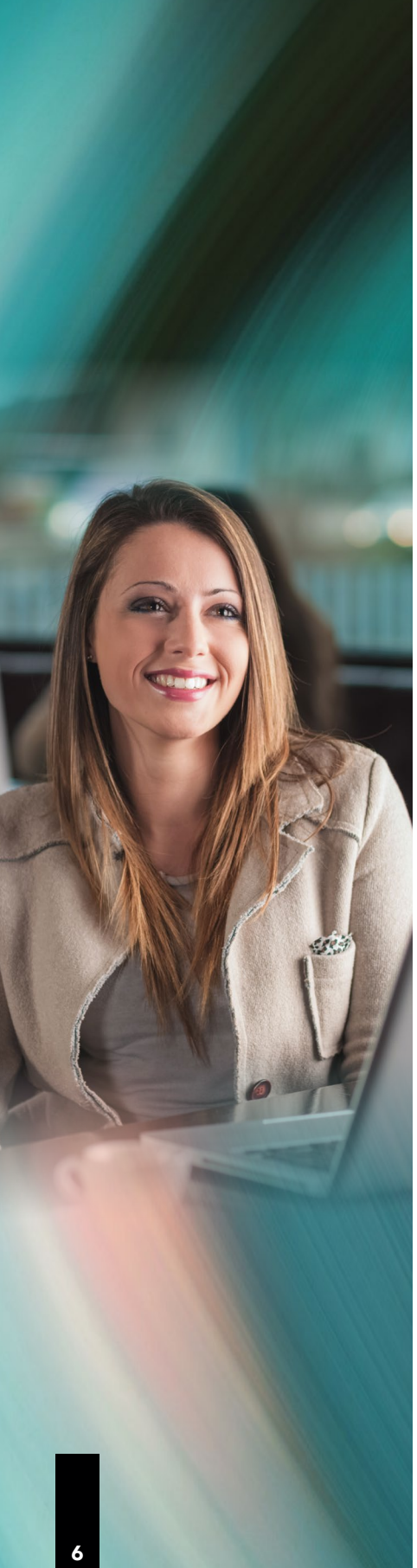
En México, si un hombre gana 100 pesos, una mujer -que hace el mismo trabajo- gana 86.5 pesos.

Hoy por hoy las mujeres de este país y de gran parte del mundo obtienen un salario menor que los hombres por el mismo tipo de trabajo, según estudios de la Organización de Naciones Unidas que estima esta brecha salarial en un 20% [1]. Al final del primer trimestre de 2022, en México se registró una brecha de alrededor del 13.5% con relación a los hombres, eso significa que, si un hombre gana 100 pesos, una mujer -que hace exactamente el mismo trabajo- gana 86.5 pesos.

En el segundo trimestre de 2020, junto con la pandemia de COVID-19, la brecha se redujo hasta el 8%, la menor cifra registrada desde el 2010, pero desde entonces y a la fecha comenzó a crecer nuevamente.

En este contexto **¿por qué es importante señalar, recordar y dar visibilidad a este tema con la conmemoración del Día Internacional de la Igualdad Salarial?** Porque esta diferencia económica por género ocasiona que las mujeres vean truncados sus proyectos de vida y muchas veces los de sus familias, por la persistencia de desigualdades históricas y estructurales en las relaciones de poder en la sociedad y los trabajos.

Aun cuando el 51% de la población mexicana se compone por mujeres, **el género femenino representa apenas el 40.1% de la fuerza de trabajo, según datos actualizados en enero del 2022 del INEGI [2].**



¿Y cuáles son los tipos de trabajo ocupados más comúnmente por mujeres? Durante el último trimestre de 2021, el sector terciario (bienes y servicios), como trabajos en tiendas, labores de limpieza, ventas, servicios de reparación o de comida, entre otros, acapararon el mayor porcentaje de fuerza laboral femenina, concretamente el 48.21%. Desafortunadamente, el sector terciario fue el más afectado por la crisis sanitaria y los establecimientos de comercio minorista, fueron, entre muchos otros, considerados como labores no esenciales por el gobierno mexicano y tuvieron un duro retroceso. Como consecuencia, el porcentaje de la población ocupada en el sector informal va en aumento. De hecho, durante el cuarto trimestre de 2021, **la tasa de ocupación informal femenina fue casi dos puntos porcentuales superior a la de su contraparte masculina.**

Ante esta realidad en nuestro país, muchas mujeres han encontrado una opción para aumentar sus ingresos, para emprender y desarrollar su espíritu empresarial a través de las actividades de la Venta Directa. De acuerdo con datos de la AMVD, **el 80% de los vendedores independientes son mujeres y 7 de cada 10 son amas de casa.**

Es por ello que los especialistas consideran que la inclusión laboral y la disminución de la brecha salarial se debe convertir en una de las prioridades del país, con el fin de fomentar el crecimiento económico y garantizar un desarrollo sostenible.

1 ONU, Día Internacional de la Igualdad Salarial 18 de septiembre. Disponible en:

https://www.un.org/es/observances/equal-pay-day

2 Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Mujer, 5 de marzo. Disponible en:

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2021/mujer2021_nal.pdf

Fuente: AVON

MOVILIDAD SOSTENIBLE PARA REDUCIR NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL

En los últimos dos años, debido al confinamiento por COVID-19, las compras en línea a través del teléfono celular se han incrementado de manera importante. La industria de Venta Directa se ha adaptado ágilmente y cada vez son más las marcas y distribuidores que construyen sus redes de venta con base en herramientas móviles.

Vender en línea, acordar un envío a domicilio y la experiencia de recibir los productos que tanto nos gustan en la puerta, cuanto antes, nos complace a todos, sin embargo, es necesario reflexionar sobre el impacto ambiental que el incremento en el volumen de estos envíos está generando.

35% de las emisiones de gases de efecto invernadero -causantes del calentamiento global- relacionadas con los combustibles fósiles, proviene del transporte*.

En Estafeta creemos que es posible ofrecer experiencias de usuario extraordinarias al tiempo que disminuimos la huella de carbono para las entregas.

Hemos asumido el compromiso de medir permanentemente nuestro impacto ambiental con el fin de disminuirlo.

Tenemos programas puntuales de eficiencia operativa para incrementar el número de kilómetros recorridos por litro de combustible, recolección y uso de agua de lluvia, generación de energía eólica, reciclaje y correcta disposición de residuos, reforestaciones, entre otras acciones.

Para impulsar la movilidad eléctrica en México y reducir sustancialmente el impacto de nuestra operación de entregas última milla (las que más presión están ejerciendo en el medio ambiente), hemos recibido nuestras primeras unidades 100% eléctricas con baterías de hierro-litio fabricadas con la mejor tecnología, gran capacidad de suministro, recarga rápida y ciclo de vida prolongado que representa hasta un 60% menos emisiones contaminantes; al cierre de 2022 contaremos con 35 unidades de este tipo.

La inversión de 42 millones de pesos es parte de los 2,108 millones de pesos anunciados por la empresa a inicio de este año.

https://blogs.worldbank.org/es/latinamerica/cuatro-claves-para-abordar-la-crisis-climatica-desde-el-sector-de-transporte#:~:text=El%20sector%20del%20transporte%20está,se%20sitúa%20en%20el%2022%25

Fuente: estafeta
atencionventadirecta@estafeta.com

RAJNEESH CHOPRA,
NUEVO DIRECTOR COMERCIAL DE IMMUNOTEC

Immunotec está orgulloso y honrado de anunciar a **Rajneesh Chopra** como nuevo Director Comercial.

"Raj se une a nuestro equipo para ayudar a implementar mejoras en marketing, ventas y expansión para nuestros consultores y clientes, quienes son nuestra prioridad número uno. Cada decisión que tomamos está inspirada en ellos." dijo Mauricio Domenzain, CEO de Immunotec.

La pasión de Raj por este campo es indiscutible. Llega a Immunotec con una amplia experiencia en construir, transformar, empoderar y liderar diversos equipos de gestión en diferentes países y culturas para acelerar la expansión. Se une luego de formar parte de una de las compañías de Venta Directa más grandes en el mundo, donde logró impulsar un desempeño rentable en materia de negocios en mercados globales. **Trabajará en Immunotec difundiendo la Revolución del Bienestar como una de las pautas principales de la compañía.**

"No temo desafiar el statu quo. Siempre me conduzco de acuerdo con mis principios de liderazgo: mantener integridad como persona, una profunda obsesión por el cliente, hacer propio el desempeño del equipo y mejorar, contratar y desarrollar a los mejores; ganándome su confianza y constantemente generando resultados favorables", dijo Raj sobre este anuncio.

Este es el siguiente de varios pasos a través de los que Immunotec continúa progresando hasta convertirse en una compañía de verdadera transformación en la industria, basada en su valor central: la felicidad.

Raj liderará todas las iniciativas comerciales para obtener mayor retención en este campo, construyendo las plataformas de entrenamiento y soporte en línea, y a la vez, continuar ofreciendo productos innovadores. También estará a cargo de la adquisición y retención de consumidores para impulsar a la compañía a través de la transformación digital, y así facilitar la atracción y retención de clientes.

Le deseamos mucho éxito en este nuevo desafío que está emprendiendo.

Fuente: Immunotec®

BEBIDAS FUNCIONALES: NUEVA TENDENCIA

Especialista recomienda el consumo durante el día, acompañado de una alimentación saludable y balanceada.

La nueva normalidad ha despertado nuevos hábitos de consumo saludable en la población con el objetivo de mejorar su bienestar físico y mental. Hoy, el consumidor está en constante búsqueda de alimentos y complementos nutricionales que le permita fortalecer su sistema inmunológico y además le aporten energía sin excederse en calorías.

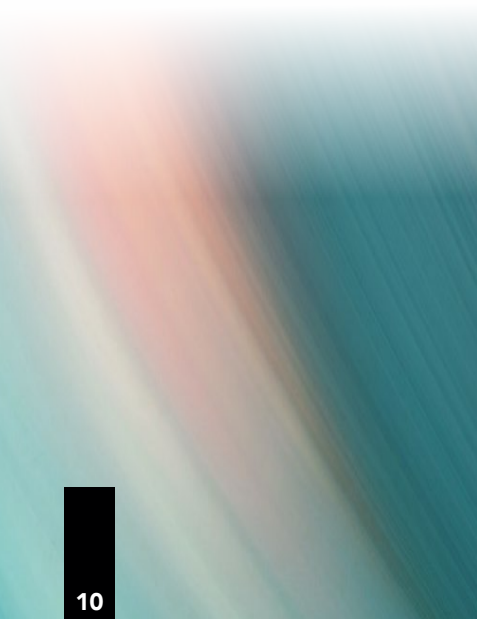
Bajo esta premisa, las bebidas funcionales nacen como una alternativa que ayuda a estimular el cuerpo y la mente otorgando distintos beneficios. De hecho, este segmento viene creciendo a gran escala dentro de la región, se prevé que solo el mercado global genere más de $212.000 millones para 2028, según Research Dive.

Al respecto, Luis Martínez, médico especialista en medicina regenerativa y terapia de células -quien además hace parte del consejo de asesores de la compañía de Venta Directa Jeunesse- precisó que, dependiendo del tipo de bebidas funcionales, estas por lo general otorgan grandes beneficios al cuerpo.

¿QUÉ SON LAS BEBIDAS FUNCIONALES?

"Son aquellas que ofrecen algún beneficio a la salud. Algunas bebidas son naturalmente funcionales mientras que a otras se les añaden nutracéuticos para convertirlas en funcionales. Sirven para apoyar múltiples aspectos de la salud", precisó.

Pero, ¿todas las bebidas funcionales deben pasar por un procedimiento previo? Según Martínez, la respuesta es no, pues "algunas bebidas son naturalmente funcionales, como tés, cafés y extractos de jugos; sin embargo, muchas veces a estas bebidas se les añaden nutracéuticos adicionales para aumentar su funcionalidad. En otros casos se generan bebidas funcionales a base de agua, simplemente con la adición de nutracéuticos".



CONSEJOS PARA CONSUMIR BEBIDAS FUNCIONALES

1. Todos los adultos pueden consumir estas bebidas, siempre y cuando no tengan alguna restricción en torno al total de cafeína por día. Se recomienda a las mujeres embarazadas no ingerirlas sin antes haber consultado con su médico.

2. Su consumo debe ser durante el día antes de las 6: 00 p.m. ya que más tarde podría afectar el sueño.

3. No previenen ni curan enfermedades, solo refuerzan ciertos sistemas y funciones del organismo.

4. Seguir una alimentación balanceada es ideal para el mayor provecho de las bebidas funcionales.

En esa línea, Jeunesse, una empresa de origen americano dedicada al cuidado personal, de la piel y el bienestar cuenta dentro de su portafolio con bebidas funcionales, productos elaborados con nutrientes cultivados cuidadosamente como el café arábica, uno de los más preciados del mundo, por ser una fuente rica de antioxidantes; la maca, que contiene propiedades adaptógenas y flavonoides. Al respecto, el doctor Martínez precisó que estas bebidas son de fácil consumo y combinan varios nutracéuticos para maximizar sus beneficios como el de ofrecer energía con bajas calorías.

Fuente: JEUNESSE®

MEXICANOS ASPIRAN A LA LIBERTAD Y MEJORÍA FINANCIERA DEL EMPRENDIMIENTO

En México, 5 de cada 10 personas que hoy no tienen un trabajo fijo consideran que los principales obstáculos para emprender son no contar con un presupuesto o asesoría financiera y las principales desventajas son no tener sueldo fijo, prestaciones y el riesgo de pérdidas económicas, de acuerdo con la **Primera Encuesta Nacional de Emprendimiento en Ventas Directas.**

El estudio fue realizado por OdelaRoquette para Natura, multinacional brasileña de productos de higiene y cosmética, que en el país es la segunda empresa de Venta Directa.

"Sabemos que México es un país de emprendedores, que están en la búsqueda constante de oportunidades. Acudimos con OdelaRoquette para hacer un estudio en 8 ciudades clave, cuyo propósito es detectar qué obstáculos, ventajas y motivadores ven los mexicanos en el sector de la Venta Directa para considerarlo una opción o alternativa de emprendimiento", explicó **Hans Werner, Director General de Natura México.**

De acuerdo con el estudio, aunque la seguridad financiera tradicional es un ancla que cuesta trabajo soltar, 5 de cada 10 mexicanos consideran que emprender significa ser su **propio jefe** y tener un negocio propio y 1 de cada 2 menciona que lograr **independencia económica** es el mayor motivador para iniciar un emprendimiento. De igual forma, 6 de cada 10 considera que hacer lo que les gusta, generar más que con su sueldo fijo y aportar a la sociedad son las principales ventajas del emprendimiento.

Por otro lado, aunque el 46% considera que un incentivo importante para emprender en la Venta Directa es la posibilidad de ser sus propios jefes, así como ofrecer productos y servicios de calidad, tienen reticencias para acercarse a las empresas del sector, pues persiste el desconocimiento del modelo y la percepción de que se convertirán en simples vendedores o que pueden ser víctimas de una compañía fantasma.

Sin embargo, no solo se trata de querer emprender, acceder a formación u obtener una oportunidad. El estudio mostró que quienes quieren emprender deben sobreponerse al desánimo que sorprendentemente propician más frecuentemente sus allegados, pues les envían mensajes como que van a fracasar, están dejando algo seguro, se van a arrepentir o no van a ganar lo suficiente.

Para contrarrestar esas percepciones erróneas, Natura basa su modelo de negocios en una Red de Relaciones Sustentables que hoy impacta a más de 320 mil personas en el país como una alternativa de emprendimiento confiable, ofreciendo una oportunidad de desarrollo a través de la consultoría con base en un programa de crecimiento que genera beneficios por las ventas acumuladas y por las cuales obtienen descuentos diferenciados que van del 30 al 40%.

De acuerdo con la encuesta, el emprendedor ideal cuenta con ciertos rasgos de personalidad y actitudes como autoconfianza, valentía, proactividad, búsqueda continua del aprendizaje, vocación de servicio, organización, resiliencia, paciencia y amabilidad, entre otras. Por ello, busca dar mucho más que solo una venta. Cree que tener cualidades únicas dentro de su proyecto es la clave para tener más éxito y, en ese sentido, pensar en un modelo de negocio que apoye su libertad/ independencia + seguridad puede ser una opción atractiva para ellos.

Fuente: natura

LA PROSPERIDAD OMNILIFE: RALLY 2022

Es una tradición para Omnilife celebrar cada verano el evento Rally. Esta gran reunión recorre siete países en su edición 2022 desde el 6 de agosto al 15 de octubre. En México tuvo lugar en Veracruz, el 3 de septiembre. Como en ediciones anteriores, se verificó una muy nutrida afluencia de miles de entusiastas empresarios que acudieron a la segunda gran cita anual (la otra es Extravaganas) llegados desde todos los países donde la empresa tiene presencia.

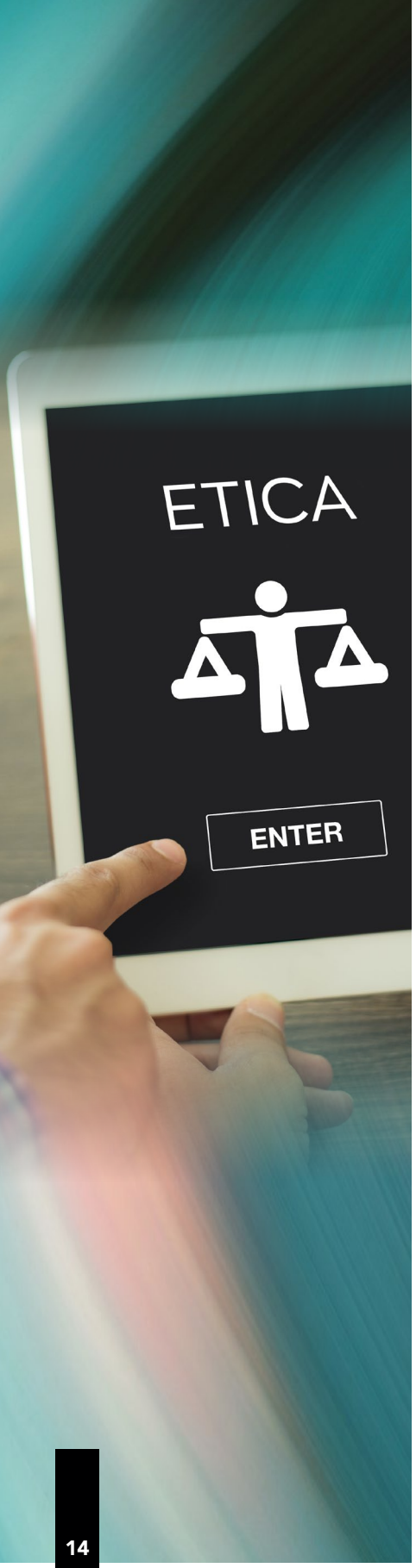
En este evento de impresionantes dimensiones fue posible asistir a diversas sesiones de entrenamiento de alto nivel, presenciar valiosos testimonios de crecimiento y vivir la emoción de sus asistentes con nuevos lanzamientos de producto. Además, es una ocasión de cierre de los objetivos que se proyectaron al inicio del año y permitió conocer los grandes resultados obtenidos gracias a la labor incansable de la red de Distribuidores Independientes.

Especialmente para la ocasión en Veracruz, los asistentes han podido visitar el Centro de Distribución ubicado en la emblemática ciudad portuaria, el primero que ha sido diseñado bajo un concepto innovador que ofrece una experiencia de compra inmersiva y que representa el futuro en el modelo de servicio y comercial que Omnilife ofrece a sus Empresarios.

El formato de este evento expone como sus grandes pilares los **temas de nutrición, negocio y línea de belleza.** Como cada año los asistentes tienen la oportunidad de fortalecer sus ganas de tener éxito y transformar su vida presente y futura. En Rally se desarrolla un deseo colectivo e individual entre los empresarios por el crecimiento y el reconocimiento de sus estrategias y alcances. Sin duda, el sentido de pertenencia que genera esta celebración se introduce fuerte en la mente y el corazón de los empresarios de esta gran familia morada.

La expectativa para Rally ha visto cumplimiento al destacar el liderazgo de Omnilife en los ámbitos de la nutrición y belleza dentro de la Industria de la Venta Directa, desarrollando el más alto nivel de liderazgo comercial y estratégico entre sus empresarios, e incentivando su dedicación incondicional para mejorar la nutrición, cuidado personal y el estilo de vida de miles de personas, siempre guiados por sus valores y el objetivo firme de ser Gente que Cuida a la Gente.

Fuente: OMNILIFE GENTE QUE CUIDA A LA GENTE



CÓDIGO DE ÉTICA

UNA INDUSTRIA ÉTICA ES UNA INDUSTRIA FUERTE

El comportamiento ético es un factor determinante para el éxito de las empresas que conlleva al compromiso social con el medio ambiente, trabajadores, clientes, proveedores, competidores y todo su entorno.

La ética es la clave y el pilar en que se sostiene el sistema de Venta Directa, por lo que todas las empresas afiliadas a una Asociación de Ventas Directas se comprometen a conducirse de acuerdo con los lineamientos del Código de Ética de cada asociación.

Sin embargo, no basta contar con códigos de ética, es necesario conocerlos, comunicarlos y aplicarlos en todas las actividades de las compañías, por lo que la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa instituyó el **Programa de Certificación en el Código de Ética** otorgando un reconocimiento especial a aquellas empresas que difundan el Código entre sus empleados, distribuidores independientes y clientes.

Este año la AMVD inició el programa en México y a la fecha 16 Socios Activos ya se han adherido a esta iniciativa.

Invitamos a todas las empresas de Venta Directa AMVD que todavía no se inscriben en el programa a que lo evalúen y se unan a fin de lograr la certificación de todas las empresas AMVD.

Fuente: AMVD ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

SEMINARIO ASSOCIATION PERFORMANCE PROGRAM WFDSA

México, gran anfitrión

Del 18 al 20 de septiembre, México fue el anfitrión de la 17° edición del Seminario APP WFDSA, donde tuvimos el gusto de recibir a los representantes de las Asociaciones de Venta Directa de la región latinoamericana y de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa.

Tuvimos el honor de contar con la representación de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala y Perú, así como de Estados Unidos.

Por parte de México, Adelfo Enríquez como Presidente de la AMVD; Priscila Marín, Secretaria del Consejo Directivo; Cecilia Carranza, Directora Administrativa, y Graciela Labra, Asistente de la AMVD, fueron los encargados de recibir a nuestros invitados y brindarles una experiencia inolvidable durante su estancia en la Ciudad de México, uno de los más bellos destinos del mundo.

Nuestros visitantes pudieron disfrutar de la cultura, tradiciones, música y sitios emblemáticos de la Ciudad de México y por supuesto también de la comida mexicana considerada una de las mejores a nivel internacional.

Para que su experiencia fuera completa tuvimos la oportunidad de visitar las instalaciones de Zermat, empresa 100% mexicana en donde pudieron constatar el profesionalismo, la dedicación y la entrega de los trabajadores mexicanos, así como los altos estándares de calidad de la compañía. Además, para cerrar con broche de oro la visita, Adelfo Enríquez, Presidente de Zermat ofreció un convivio en donde se disfrutó de la gastronomía mexicana al son del mariachi.

Como siempre nuestro país se distinguió por su calidez y hospitalidad.

Fuente: AMVD ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

COMPARTIENDO CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIAS

Además de fomentar la integración de la región, el Seminario APP WFDSA tiene el objetivo de compartir experiencias y buenas prácticas, así como conocer las acciones que la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas está implementando a fin de enfrentar los desafíos actuales de nuestra industria.

El seminario dio inicio con unas palabras de bienvenida de Tamuna Gabilaia, Directora Ejecutiva y COO de la WFDSA, quien presentó un resumen de las iniciativas de la Federación.

Posteriormente, Adelfo Enríquez, Presidente de la AMVD, dio una visión general del **mercado en México,** sus retos y oportunidades para las empresas de Venta Directa.

En una sesión interactiva donde todos los participantes tuvieron la oportunidad de expresar sus opiniones, se analizaron los problemas clave relacionados con el comportamiento ético de las empresas y distribuidores independientes que pueden crear una percepción negativa de la industria, así como las acciones que cada país desarrolla para monitorear estos problemas.

Se abordó el tema de los **esquemas piramidales** y su impacto en la imagen de la Venta Directa.

También se trató el avance del **Programa de Certificación en el Código de Ética WFDSA** en la región y su valor para las empresas y asociaciones.

Así mismo, se discutieron temas muy interesantes como el **crecimiento del e-commerce, el estatus legal del distribuidor independiente, las leyes de competencia económica** en la región y en la necesidad de cambiar la percepción de la industria ante las nuevas generaciones para su inclusión en la Venta Directa.

Adicionalmente se abrió un espacio para que los Directores Ejecutivos de las Asociaciones expusieran diversos temas que afectan a sus agrupaciones, proyectos y experiencias de cada país.

Los trabajos del Seminario APP WFDSA fueron muy intensos y enriquecedores dejando en cada uno de los participantes un gran aprendizaje y la motivación de seguir aportando nuevas ideas y proyectos en sus respectivas asociaciones.

Fuente: AMVD ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

AGRADECIMIENTO ESPECIAL A GRUPO POSADAS Y A TRAVEL EX

El hotel Grand Fiesta Americana Chapultepec del **Grupo Posadas,** Socio Colaborador AMVD, fue parte importante en la realización del Seminario APP WFDSA en la Ciudad de México, siendo la sede de la reunión.

Grupo Posadas es la operadora hotelera mexicana más grande e importante del país con un amplio reconocimiento a nivel internacional y se distingue por la excelencia en su servicio, trato humano, cálido y cordial a todos sus huéspedes. El hotel Grand Fiesta Americana Chapultepec nos recibió con los brazos abiertos haciendo que la estancia de cada uno de los asistentes al evento fuera inolvidable.

También tuvimos la valiosa participación del Socio Colaborador AMVD desde hace más de 10 años **Travel Ex,** agencia "Meeting Planner" conformada por un equipo especializado y dedicado a la organización y manejo de grupos, convenciones, congresos y eventos en general.

Su profesionalismo y compromiso fueron determinantes para el éxito de la reunión, a la cual imprimieron su experiencia en el control de la logística y apoyo en todos los detalles que hicieron de este evento un acontecimiento sobresaliente.

Nos sentimos muy honrados de contar con el apoyo de Socios como **Grupo Posadas y Travel Ex.**

Fuente: AMVD Asociación Mexicana de Ventas Directas, A.C.

LA AMVD INFORMA

POR EL GUSTO DE VOLVERNOS A REUNIR

Se acercan las fechas de fin de año, momentos de reflexión, de hacer balances entre lo logrado y lo pendiente, de establecer nuevas metas, pero también es tiempo de estar más unidos, de encontrarse con amigos y colegas.

Este año, la AMVD consciente de la importancia de la interacción personal está organizando una Reunión Navideña donde tendremos oportunidad de vernos y saludarnos en persona.

Sabemos que el mes de diciembre es complicado para todas las empresas debido a la saturación de eventos de las mismas compañías, por lo que celebraremos nuestra reunión el próximo 30 de noviembre para contar con la presencia de todos nuestros Socios.

Esperamos nos puedan acompañar porque estamos convencidos de que las reuniones presenciales estrechan más los lazos entre los Socios y construyen relaciones más sólidas.

Fuente: AMVD ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

SOCIOS ACTIVOS AMVD

SOCIOS COLABORADORES AMVD

NOTICIAS EN DIRECTO

TODOS SOMOS AMVD
SÍGUENOS Y ÚNETE A LA CONVERSACIÓN

@asociacionmexicanadeventasdirectas

Asociación Mexicana de Ventas Directas AC

@amvdmx

@amvdmexico

Asociación Mexicana de Ventas Directas

Si tienes alguna propuesta o comentario sobre los temas de **Noticias en Directo**, por favor, escríbenos al correo amvd@amvd.com.mx

www.amvd.org.mx

AMVD
ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

NOTICIAS EN DIRECTO