



**AMVD**

ASOCIACIÓN MEXICANA  
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

NOTICIAS EN DIRECTO

# CONTENIDO

3

## REGULATORIO

- Cuidado con los productos engaño



5

## NOTAS ECONÓMICAS

- ¿Cuánto creceremos en 2024?
- Inteligencia artificial: un arma de doble filo para la economía según el FMI



10

## NUESTROS SOCIOS INFORMAN

- Encuesta impulsada por Avon revela roles “invisibles” de las mujeres en México
- ¿Por qué es importante el historial crediticio para ti?
- El Arte de la Logística: Descubre el Servicio de Porteo de Estafeta
- Herbalife México y el Comité Olímpico Mexicano se unen para impulsar el deporte de alto rendimiento
- De la sustentabilidad a la regeneración
- Nu Skin, 40 años transformando vidas



23

## COMERCIAL

- Hot Sale 2024, el evento con las mejores rebajas en Internet
- El poder transformador de la mentoría



28

## LA AMVD INFORMA

- Reunión de Socios AMVD
- 10 pilares para el éxito en la Venta Directa



# REGULATORIO

## ■ CUIDADO CON LOS PRODUCTOS ENGAÑO



La Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) define a los productos engaño como “aquellos que prometen aliviar padecimientos, quitar dolores o curar enfermedades sin presentar evidencia técnico-científica, aprovechándose de la urgencia de personas y causando riesgos a la salud; antes eran incorrectamente clasificados como productos milagro”.

Los productos engaño pueden presentarse en forma de suplementos alimenticios, cosméticos, zapatos, aparatos de ejercicio, pulseras, entre muchos otros y se les atribuyen propiedades terapéuticas o preventivas que no han sido debidamente comprobadas y por lo tanto no cumplen con la regulación sanitaria aplicable, ya sea de medicamentos o remedios herbolarios o bien, dispositivos médicos.



### Los productos engaño:

- No cumplen con la regulación sanitaria aplicable.
- Su publicidad promete resultados que no corresponden a la realidad.
- Pueden contener sustancias de uso exclusivo en medicamentos.
- Por lo general tienen altos precios y crean expectativas más allá de su propia naturaleza.
- Pueden poner en riesgo la salud de quien los consuma.
- No muestran en sus etiquetas quien es el fabricante, importador o responsable de los mismos.
- Pueden poner en riesgo la salud e incluso la vida del consumidor.

Al tratarse de productos que incumplen con la regulación, los vendedores utilizan plataformas digitales para comercializarlos como sitios de subastas, marketplaces o redes sociales en donde son difíciles de identificar.

Cuando una persona desee adquirir un producto es necesario que se cerciøre de sus características, responsable del producto, ingredientes con la finalidad de cuidar su cartera, pero más importante su salud.

Fuente:

Juan Pablo Fueyo G | Director, Legal & Public Affairs

**Herbalife** 

# NOTAS ECONÓMICAS

## ■ ¿CUÁNTO CRECEREMOS EN 2024?

El año pasado, la economía mexicana tuvo un desempeño muy superior a lo previsto. Ahora, los pronósticos fluctúan entre un 2.4% y un 3%

En un artículo reciente analicé las previsiones que se habían hecho para la economía mexicana en 2023 y las comparé con las cifras observadas. Los resultados fueron muy contrastantes, ya que la economía de México tuvo, en general, un desempeño muy superior a lo previsto. En esta ocasión comentaré las previsiones que se han hecho para el crecimiento económico de México para 2024.

Los analistas económicos del sector privado prevén un crecimiento para México del 2.4% para 2024. Esta expectativa se ha ido ajustando paulatinamente al alza, ya que en junio del año pasado estos mismos analistas anticipaban un crecimiento de apenas 1.5%. Por su parte, el Banco de México prevé en su más reciente Informe Trimestral un crecimiento puntual de 3%, con un rango de variación que va del 2.3% al 3.7%. Esta estimación también se ha ido ajustando al alza, ya que pasó de un pronóstico de crecimiento puntual del 1.6% hace apenas dos informes, a 2.1% en el informe anterior y ahora lo ajusta a 3%.

Por otro lado, el pronóstico del Gobierno establecido en los Criterios Generales de Política Económica estima que el crecimiento en 2024 podría fluctuar entre un 2.5% y un 3.5%, aunque sus estimaciones de finanzas públicas se realizaron suponiendo un crecimiento de sólo 2.6%, lo que quizá podría interpretarse como que esta es en realidad la estimación puntual oficial. En cuanto a las instituciones multilaterales, la estimación de crecimiento para México en 2024 fluctúa entre 2.5% para la Comisión Económica para América Latina (Cepal), 2.6% para el Fondo Monetario Internacional y 2.7% para el Banco Mundial.



En resumen, podría decirse que las estimaciones puntuales de crecimiento para México en 2024 fluctúan en un rango relativamente acotado de entre un 2.4% y un 3%, con los analistas del sector privado siendo los menos optimistas y el Banco de México siendo el más optimista. Además, tanto el Banco de México como el Gobierno actual no descartan un crecimiento que podría ser hasta del 3.5%. De cumplirse estos pronósticos, el crecimiento de la economía mexicana excedería por cuarto año consecutivo el crecimiento promedio de 2% que la ha caracterizado desde hace ya varias décadas.

Ahora bien, ¿cuáles son los fundamentos económicos de estas estimaciones relativamente optimistas? En mi opinión, esto se debe al menos a cuatro factores. Primero, al dinamismo mostrado por la economía mexicana en los dos años previos. En ambos casos, los resultados superaron ampliamente a las expectativas, lo que parece sugerir una relativa fortaleza de la economía interna. Segundo, por las expectativas asociadas a la relocalización de actividades (nearshoring) y al posible impulso que le pueda dar a la economía mexicana una mayor inversión extranjera. Tercero, porque podría haber un mayor gasto asociado al proceso electoral de 2024. Cuarto, por el impulso que le podría dar a la economía un mayor déficit público como el aprobado para este año.

Si bien es cierto que todos estos factores podrían operar para favorecer un mayor crecimiento en este año, también se debe tomar en cuenta que hay otros factores que están actuando en la dirección contraria. Entre otros, podemos mencionar a los siguientes cuatro factores: la relativa desaceleración de la economía norteamericana, la fuerte apreciación del peso mexicano que empieza a restar competitividad a algunos sectores económicos, una elevada tasa de interés real y el término de algunos mega proyectos de inversión.

¿Qué factores dominarán? ¿Los positivos, que le podrían dar un impulso adicional a la economía mexicana en 2024? ¿O los negativos, que contribuirán a desacelerarla y quizá hacerla regresar a niveles de crecimiento más cercanos a su tasa histórica? En mi opinión, existe un riesgo no menor de que ocurra lo segundo. Esto se debe a que hay ya varios indicadores que comienzan a mostrar una cierta desaceleración de la actividad económica en el país.



En particular, debe mencionarse que la información más reciente revela que la actividad industrial en México cayó por segundo mes consecutivo en diciembre de 2023. Así, mientras que en diciembre la industria se contrajo en un 0.7%, en noviembre ya lo había hecho en un 1%. Más preocupante aún es el hecho de que la industria manufacturera en su conjunto lleva ya tres meses consecutivos con contracciones: -0.5% en octubre y noviembre y -1.2% en diciembre. Estas caídas, para ser mensuales, no son nada pequeñas. De hecho, la producción de la industria manufacturera en diciembre de 2023 ya es 2.3% inferior a la que se tenía en diciembre del año previo. Esto da una mejor idea de la magnitud de la desaceleración que se ha comenzado a observar en el país. Otro impacto de este fenómeno se observa en la contracción que ya se ha empezado a observar en el empleo formal en la zona fronteriza del norte del país. Estas cifras implican que el punto de partida para el año es menor del que se anticipaba, por lo que el crecimiento económico posiblemente sea más bajo de lo previsto hasta hace unas semanas.

Todo lo anterior implica que los pronósticos más optimistas de crecimiento quizá deberán ser pronto revisados a la baja. En particular, los del Banco de México. Lo que además tiene otra implicación, ya que esto posiblemente incida también, indirectamente al menos, en sus decisiones de política monetaria. En general, sin embargo, no deja de ser preocupante el inicio de una desaceleración económica en un contexto políticamente complejo, tanto por las elecciones internas como por las de Estados Unidos. Todo lo cual podría añadir una dosis innecesaria de incertidumbre a un contexto económico en lo que más se requiere es precisamente lo contrario. Así, lo mejor que podemos hacer internamente, si queremos que el país crezca más en 2024 y en los años venideros, es definir con mayor claridad y sin ambigüedades las políticas que se planean implementar durante los próximos años.

Fuente:

**EL PAÍS**

Gerardo Esquivel

<https://elpais.com/mexico/opinion/2024-02-11/cuanto-creceremos-en-2024.html>





## ■ **INTELIGENCIA ARTIFICIAL: UN ARMA DE DOBLE FILO PARA LA ECONOMÍA SEGÚN EL FMI**

Según un informe del Fondo Monetario Internacional (FMI), casi el 40% del empleo mundial está expuesto a la IA, lo que podría resultar en una mayor productividad y cambios en el mercado laboral.

La inteligencia artificial (IA) plantea riesgos para la seguridad laboral en todo el mundo, pero también ofrece una “tremenda oportunidad” para impulsar los decaídos niveles de productividad y alimentar el crecimiento mundial, declaró la directora del FMI, Kristalina Georgieva.

### **Impacto de la IA en el empleo mundial**

“Las economías avanzadas y algunos mercados emergentes se verán afectados en un 60 por ciento de sus puestos de trabajo”, dijo en una entrevista en Washington, al citar un nuevo informe del Fondo Monetario Internacional (FMI) sobre el tema.

“Y luego baja al 40 por ciento para los mercados emergentes, al 26 por ciento para los países de bajos ingresos”, añadió, haciendo referencia al informe del FMI, que señala que, en conjunto, casi el 40% del empleo mundial está expuesto a la IA.

### **Dualidad del efecto de la IA en los trabajos**

El reporte señala que la mitad de los puestos de trabajo afectados por la IA se verán afectados negativamente, mientras que el resto puede beneficiarse en realidad del aumento de la productividad debido a la IA.

“Puede que tu trabajo desaparezca por completo, lo cual no es bueno, o que la inteligencia artificial mejore tu trabajo, de modo que seas más productivo y tu nivel de ingresos aumente”, explicó Georgieva.



## Disparidad digital

Aunque en un principio la IA tendrá un menor impacto en los mercados emergentes y las economías en desarrollo, también es menos probable que se beneficien de las ventajas de la novedosa tecnología, según el FMI.

**“Esto podría exacerbar la brecha digital y la disparidad de ingresos entre países”**, continuó el informe, que añade que los trabajadores de más edad serán probablemente más vulnerables al cambio que supondrá la IA.

El FMI ve una oportunidad importante para que las recetas políticas ayuden a abordar estas preocupaciones, dijo Georgieva. “Debemos enfocarnos en ayudar a los países de bajos ingresos, en particular, a moverse más rápido para poder aprovechar las oportunidades que presentará la inteligencia artificial”, dijo.

“En otras palabras, abrácenla, está llegando”, añadió. “Así que la inteligencia artificial, sí, asusta un poco. Pero también es una tremenda oportunidad para todos”.

Fuente:

 **EL ECONOMISTA**

<https://www.economista.com.mx/economia/Inteligencia-artificial-un-arma-de-doble-filo-para-la-economia-segun-el-FMI-20240114-0041.html>

# NUESTROS SOCIOS INFORMAN

## ENCUESTA IMPULSADA POR AVON REVELA ROLES "INVISIBLES" DE LAS MUJERES EN MÉXICO

Como parte de las iniciativas para promover la equidad de género y reconocer el valor de las mujeres en todos los ámbitos de la sociedad, **Avon**, empresa que apoya causas a favor de la población femenina, realizó una encuesta regional que identificó las diferencias perceptuales entre géneros cuando se trata de la distribución de las actividades en el hogar, en especial aquellas que suelen pasar desapercibidas.

"En Avon año con año buscamos crear conciencia sobre la construcción de sociedades más equitativas. Creemos que este tipo de iniciativas suman esfuerzos para generar sensibilización sobre las oportunidades que tenemos actualmente para lograrlo. Queremos que las mujeres se sientan apoyadas en sus hogares en el plano personal y laboral" resaltó Sara Peredo, directora de Reputación y Comunicación Corporativa de Avon.

El estudio que lleva por nombre "Sácate la duda: las tareas en el hogar", por primera vez incluyó al género masculino para comparar su opinión y desempeño desde dos ejes: cómo se distribuyen cada una de las labores y quién lleva la voz cantante. En México se contemplaron 428 encuestados (50% mujeres y 50% hombres) y destacó su abismal percepción alrededor de la carga mental.

En dicho rubro se retomaron actividades "invisibles" como planificar lo que se debe hacer para comer cada día, armar la lista de compras, saber cuándo hay que pagar las cuentas del hogar (servicios, renta), decidir qué y cuándo hay que limpiar, contratar a las personas que realizan mantenimiento o reparaciones en casa (electricistas, plomeros, pintores, albañiles, etc.), estar pendiente de lo que sucede en la escuela, tener presentes las citas médicas de la familia y participar activamente del chat de la escuela, entre otras.

En este caso, 6 de cada 10 mujeres declararon que recaen en ellas estas acciones, pero apenas el 11% de los hombres atribuyó el crédito de esos deberes "invisibles" a su pareja.



## TIPOLOGIA DE LOS HOGARES

		CARGA MENTAL		
		Siempre/casi siempre <b>MUJER</b>	AMBOS	Siempre/casi siempre <b>HOMBRE</b>
CARGA OPERATIVA	Siempre/casi siempre <b>MUJER</b>	Patriarcal	Tradicional doméstico	Tradicional doméstico
	AMBOS	Patriarcal	Equilibrado	Nuevas Masculinidades
	Siempre/casi siempre <b>HOMBRE</b>	Moderno Gerencial	Nuevas Masculinidades	Deconstruido

### Otras tareas que hacen del hogar un entorno funcional

El análisis también profundizó en la carga operativa, la cual engloba todas las responsabilidades “visibles”: preparar la comida, hacer las compras, pagar las cuentas, mantener o hacer limpieza de los espacios, recibir a las personas que realizan mantenimiento o reparaciones, ayudar en los deberes escolares, llevarlos al médico y estar en el chat de la escuela, por mencionar algunas.

El 88% de los hombres mexicanos aseguró que la carga operativa doméstica recae de manera equitativa, el 3% declaró que están en cancha de las mujeres y el resto (9%), en la de ellos. En cambio, el 53% de ellas consideró que estas actividades son su responsabilidad, el resto (47%), que se reparten de manera equitativa. Esta conducta se reflejó de manera similar en el resto de los países encuestados (Argentina, Chile, Colombia y Perú).



## ¿Corresponsabilidad o un “yo te ayudo”?

A nivel regional, todas las tareas operativas mostraron una brecha hacia el género femenino, con excepción del pago de las cuentas y recibir a quienes hacen el mantenimiento/reparación del hogar, pues el género masculino se autoproclama “dueño” de dichos aspectos. Sin embargo, en el resto de las tareas ellos consideraron que hay una distribución predominantemente equitativa, exceptuando el vínculo con la escuela, que le asignan a su pareja.

## Dime sobre quién recae la carga y te diré qué hogar tienes

En general el estudio determinó que en México el 36% de los encuestados vive bajo un esquema patriarcal. En estos hogares, tanto la carga operativa como la mental recaen casi siempre en la mujer. Por otro lado, el 56% de los participantes perciben convivir en una modalidad equilibrada y el resto se divide entre nuevas masculinidades y hogares deconstruidos.

“Cerrar las brechas no es cosa fácil, pero reflexionar y deconstruir actitudes patriarcales es una decisión de todos y todas para lograr una convivencia más equitativa y correlacionada” concluyó Sara Peredo.

Fuente:



## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL HISTORIAL CREDITICIO PARA TI?

*Conocer tu historia con los créditos es una ventana para llegar a mejores ofertas financieras y elevar tu calidad de vida.*

Todas aquellas personas que han solicitado créditos, o gozan de un servicio a su nombre con cargo en su tarjeta de crédito como: plan telefónico, televisión por cable, pagos a meses sin intereses, etc., se encuentran en **Círculo de Crédito**. Si buscas préstamos, deberás tener un historial crediticio sano para obtener la aprobación de éste.

Círculo de Crédito proporciona al usuario, brokers (intermediarios) y bancos, una recopilación, manejo y entrega de información relativa al historial crediticio de personas físicas y morales, así como operaciones crediticias y otras de naturaleza análoga que dichas personas mantengan con entidades financieras (bancos, uniones de crédito, sociedades de ahorro y préstamo, etc.) así como con empresas comerciales (tiendas departamentales) y Sofomes, E.N.R.

Las entidades financieras que dan préstamos usan los registros de las personas físicas y morales en el buró para evaluar y determinar (junto con otros factores como la edad e ingresos) si eres apto para un crédito o no.

Las instituciones dadas de alta en el portal reportan mensualmente la forma como se pagan tus créditos, por lo que no es posible ser aprobado sin que antes revisen tu historial y comportamiento de pago.

En dicho documento, aparece cuántos créditos has tenido, si fuiste puntual en tus pagos e incluso, los esfuerzos de cobranza que la institución aplicó para que un crédito concluyera, brindando de esa forma una calificación automática visible para los otorgantes de crédito.

### ¿Por qué es importante un historial sano?

De acuerdo con la revista Forbes, si no existieran los historiales crediticios o si la información dentro de ellos fuera limitada, no tendríamos un documento lo suficientemente exhaustivo que nos respaldara ante los otorgantes de crédito.

El historial crediticio sirve para solucionar la incertidumbre a la hora de originar un crédito. Por un lado, si tenemos un historial sano, estamos mostrando que sabemos manejar un crédito de forma responsable y por el otro, el otorgante sentirá mayor confianza a la hora de prestar y podría otorgarnos un mayor monto y plazo, a menor tasa de interés.

## ¿De qué me sirve tener un buen historial crediticio?

Tener un buen historial crediticio puede ayudarte mucho más de lo que imaginas. Si aún no sabes de lo que hablamos, aquí te decimos algunos objetivos que podrías cumplir al tener un alto score.

### **Comprar un auto**

Tener un carro no es tan difícil como crees y si consigues un buen financiamiento hasta puedes pagarlo a meses para no afectar a tu economía.

### **Irte de vacaciones**

Ahora que el aumento de días vacacionales es un hecho podrías aprovechar para viajar a ese lugar del mundo que siempre has querido conocer.

### **Pagar tus estudios**

La educación es lo más importante, de eso no hay duda. ¿Te imaginas estudiar la carrera que siempre quisiste en la universidad de tus sueños?

### **Emprender un negocio**

El espíritu emprendedor no podría estar más presente que en la actualidad y afortunadamente cada vez hay más herramientas para lograr vivir este sueño.

### **Comprar una casa**

Podríamos decir que uno de los mayores logros en la adultez es tener una casa propia. ¿Te gustaría cumplir ese sueño?

Seguramente te identificaste con al menos uno de estos objetivos y ahora te estás preguntando cómo es que tener un alto score crediticio te ayudaría a lograrlos.

Sencillo, para impulsarlos es necesario solicitar un crédito en alguna institución financiera y cuyos detalles dependerán de tu historial crediticio. Por ejemplo, si tu calificación es alta podrás acceder a montos y tasas de interés mucho mejores que aquellas personas que tienen un puntaje bajo. De ser este último tu caso, en Círculo de Crédito podemos darte tips personalizados, recomendaciones e incluso la posibilidad de iniciar un plan de acción para mejorar tu calificación.

Si quieres conocer tu score crediticio no dudes en contactarnos para obtener tu reporte de crédito especial y poner manos a la obra para lograr tus objetivos.

Visítanos en [www.circulodecredito.com.mx](http://www.circulodecredito.com.mx) y en todas nuestras redes para obtener más información.

Fuente:



## EL ARTE DE LA LOGÍSTICA: **DESCUBRE EL SERVICIO DE PORTEO DE ESTAFETA**

En la dinámica actual de la industria de Venta Directa, donde cada detalle cuenta, **Estafeta** ofrece una gama de servicios especializados que incluye la ejecución de un efectivo servicio de porteo diseñado para cumplir con las expectativas de entrega.

Este servicio es una solución con operación dedicada, que se alinea a las fechas de cierre y pago de campañas de ventas.

Gracias a la optimización de rutas en tiempo real con un software de enrutamiento podemos acelerar el proceso desde el almacén del cliente o en el centro de distribución de Estafeta.

El conocimiento detallado del territorio nacional por parte de Estafeta permite ofrecer una experiencia de entrega eficiente. Cada operador es un experto en su ruta lo que incrementa no solo la rapidez sino también la sensibilidad ante los detalles que marcan la diferencia en la entrega.

La implementación de tecnología de punta para la gestión de rutas y la entrega basada en evidencia digital o en papel son testimonio de un servicio que busca constantemente superar los estándares de la industria.

Para las empresas de Venta Directa, este servicio significa tener un aliado logístico que entiende la importancia de la precisión en el seguimiento y la seguridad en el manejo de los productos. Algunos indicadores relevantes son:

- ✓ First attempt del 99.7%
- ✓ Cumplimiento a la garantía para entregas Venta Directa mínimo 98%
- ✓ Rango de entregas por unidad de 65 a 120.
- ✓ Operación dedicada.
- ✓ Análisis de datos de venta para optimizar la operación y lograr ahorros para el cliente. Rebalanceo de campañas y los recursos que requieren.



Estafeta no solo se enfoca en la logística; se dedica a construir confianza entre las marcas y sus consumidores finales, asegurando que cada producto llegue a su destino no solo a tiempo, sino en perfecto estado. Esta es la promesa de Estafeta: una solución de porteo que va más allá del transporte, creando experiencias memorables para todos los involucrados.

Si deseas explorar las posibilidades logísticas de tus entregas contacta a:

[atencionventadirecta@estafeta.com](mailto:atencionventadirecta@estafeta.com)



Fuente:

**estafeta**<sup>®</sup>



## HERBALIFE MÉXICO Y EL COMITÉ OLÍMPICO MEXICANO **SE UNEN PARA IMPULSAR EL DEPORTE DE ALTO RENDIMIENTO**

- **Herbalife** anuncia patrocinio al Comité Olímpico Mexicano para los siguientes 5 años.
- **El recurso otorgado** se utilizará para cubrir las necesidades de alimentación, hospedaje, transporte, equipamiento, mejora de instalaciones y atención médica que se ofrece a los atletas.



Herbalife, la compañía global líder en bienestar y nutrición, y el Comité Olímpico Mexicano (COM), anunciaron una alianza estratégica por los próximos cinco años a través de un patrocinio, que incluye los Juegos Olímpicos de París 2024, Panamericanos 2027 hasta los Ángeles 2028.

El objetivo es fortalecer los programas de entrenamiento y las instalaciones del Comité que están al servicio de los atletas mexicanos en su preparación a las competencias olímpicas nacionales e internacionales.

La alianza se consolidó en un evento en las instalaciones del COM en la Ciudad de México, a través de una firma entre Jesús Álvarez, Vicepresidente Sr. y Director General de Herbalife México y María José Alcalá, Presidenta del COM, frente a invitados especiales, Distribuidores Independientes Herbalife, entrenadores y atletas olímpicos.

Los recursos del patrocinio se utilizarán para cubrir las necesidades del día a día de los atletas mexicanos, en el que incluye alimentación, hospedaje, transporte, equipamiento, mejora de instalaciones deportivas y atención médica. Además, se realizarán mejoras a las instalaciones para contar con nuevas tecnologías sostenibles que disminuyan el impacto al medio ambiente.



“Este patrocinio, que logramos entregar gracias al trabajo diario de nuestros distribuidores independientes, es para apoyar al Comité que impulsa a los atletas que representan a México”, comentó Jesús Álvarez. “El Comité Olímpico Mexicano comparte valores como la excelencia, la pasión, la perseverancia, el esfuerzo, con nuestra compañía y muestra de ello es el compromiso que ambos tenemos todos los días para impulsar a los mexicanos a cumplir sus metas”, continuó.

Por su parte, María José Alcalá agradeció la oportunidad de trabajar de la mano de Herbalife, “Es un paso importante para el Comité Olímpico Mexicano ya que, sumando su experiencia y valores, lograremos conseguir mayores logros y reconocimientos del deporte mexicano a nivel internacional”.

Con esta importante acción se unen dos campañas que buscan fortalecer, apoyar e inspirar comunidades en nuestro país: “Estoy Contigo” de Herbalife, en donde los distribuidores independientes acompañan a cada uno de sus clientes a cumplir y crecer sus metas de bienestar y negocio y “Todos somos Olímpicos” donde se invita a los mexicanos a unirse a los atletas en el camino a las competencias olímpicas.

Dentro de la presentación, Jesús comentó que durante estos cinco años se invitarán a los atletas a involucrarse directamente con los niños y jóvenes que se benefician todos los días en las Casas Herbalife en México. “Buscamos inspirar a todos, y qué mejor manera de hacerlo que acercar a los atletas consolidados a niños que inician sus sueños y así puedan verse en ellos e imaginar su propio camino”.

Adicional al patrocinio, y alineado al bienestar de los atletas, Herbalife se ha comprometido a mejorar el comedor de las instalaciones del COM que brinda una alimentación completa y saludable.

Con esta alianza, Herbalife México y el Comité Olímpico Mexicano reafirman su compromiso con el deporte en el país y con el desarrollo de las nuevas generaciones de atletas que representarán a México.

Fuente:

**Herbalife**

## ■ DE LA SUSTENTABILIDAD **A LA REGENERACIÓN**

El concepto de regeneración como eje de la estrategia empresarial, yendo más allá de la sustentabilidad, es el enfoque que se ha desarrollado en los últimos meses y se ha debatido por distintas empresas en la 28ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, COP 28, celebrada en Dubái.

Aunque, como humanidad, tratemos de mantener los recursos existentes, mitigar o evitar un mayor agotamiento del planeta, no es suficiente. En este contexto, urge una agenda de impacto más transformadora por parte de las marcas.

**Natura** decidió dar un paso adelante y ahora adopta esta estrategia, hacer negocios de forma regenerativa va más allá de las prácticas aplicables a la producción agrícola y a la recuperación de suelos y bosques, un enfoque que ya se debate en todo el mundo. Los factores humanos y sociales son inseparables de los retos medioambientales y son esenciales para una nueva estrategia basada en la regeneración. “Para nosotros, la regeneración es el proceso de devolver la vida a los individuos, las comunidades, la naturaleza y las relaciones entre ellos. Al cultivar relaciones basadas en el enriquecimiento mutuo, cada cual se reconoce como parte de un sistema más amplio y alimenta su propio bienestar y el de su entorno. Es este concepto, este nuevo software cultural, el que vamos a instalar en nuestras empresas y en la forma de relacionarnos y expresarnos en el mundo”, explicó Ángela Pinhati, directora de Sustentabilidad de Natura &Co América Latina.

Varias de las elecciones de la empresa en las últimas décadas ya son prácticas regenerativas, como optar por la venta directa como modelo de negocio y operar en la Amazonia desde hace más de 20 años, basándose en la bioeconomía. Desde entonces, la empresa ha desarrollado 42 bioingredientes adquiridos de forma ética y sostenible, con respecto a las personas y los ciclos de la naturaleza. Hoy, junto con las 41 comunidades agro-extractivas de la cadena de valor amazónica, además, contribuye a conservar más de 2 millones de hectáreas de selva. Al convertirlos en productos, estos bioactivos son capaces de generar ingresos para unos 4 millones de personas en América Latina, la mayoría mujeres.



Las innovaciones basadas en el nuevo concepto ya empiezan a materializarse en productos. Hace 15 años, la compañía, en asociación con la Empresa Brasileña de Investigación Agropecuaria (Embrapa) y la Cooperativa Agrícola Mixta de Tomé-de-Açu (CAMTA), decidió estudiar prácticas regenerativas para la producción de uno de sus principales insumos. Tras años de estudio, la marca invierte en la ampliación del primer sistema agroforestal del mundo para el cultivo de aceite de palma. El área de plantación, que comenzó con 18 hectáreas, ahora es de 182 hectáreas, y el proyecto cuenta con más de 20 productores rurales con áreas en diferentes etapas. El aceite de palma de este sistema agroforestal ya es el ingrediente principal de Natura Biome, la gama de productos en barra de la marca.

### Lanzamiento de productos basados en la regeneración

La botella recargable del Concentrado de Castañas Natura Ekos, que será lanzada en México a finales de 2024, está hecha 100% de plástico extraído de los ríos de la Amazonia, es reutilizable, y el concentrado tiene una reducción del 81% en el uso de material plástico en comparación con las recargas convencionales, lo que disminuye la generación de residuos en un 55% y genera ingresos para 10 cooperativas de reciclaje, que hoy representan a más de 195 familias en el norte de Brasil.



## ■ NU SKIN, 40 AÑOS TRANSFORMANDO VIDAS

En el vertiginoso mundo de los negocios, las empresas van y vienen, pero pocas historias destacan tanto como la de Nu Skin. Fundada hace 40 años por Sandie Tillotson, Blake Roney y Steve Lund, Nu Skin no solo revolucionó la industria de cuidado de la piel y el bienestar integral, sino que también estableció un estándar muy alto en términos de filantropía empresarial y cultura corporativa.

### La Filosofía “Todo de lo Bueno, Nada de lo Malo”

La creación de Nu Skin se remonta a una visión compartida por sus fundadores: la de crear una empresa que fusionara productos innovadores para el cuidado facial y corporal con ingredientes de calidad, una ética empresarial impecable y una oportunidad de negocio lucrativa para aquellos que decidieran unirse a su causa.

Así nació la filosofía “todo de lo bueno, nada de lo malo”, que se convirtió en el pilar fundamental sobre el cual se erigiría Nu Skin.

La historia de Nu Skin está marcada por momentos emblemáticos que delinean su compromiso con la excelencia y la responsabilidad social. Desde su primer producto, que se agotó en cuestión de horas debido a su calidad y demanda, hasta su continua expansión global, Nu Skin ha sido un faro de innovación y ética empresarial.

Desde aquel día en el que los fundadores tuvieron que pedir a la gente que llevara sus propios envases para poder entregarles más de esa fabulosa crema que era servida con una simple cuchara de cocina, hasta el día de hoy, en el que Nu Skin es un referente por la calidad de sus productos, pero también por su modelo de negocio único que ha empoderado a miles de personas en todo el mundo.

### La Fuerza del Bien en Acción

Uno de los aspectos más sobresalientes de Nu Skin es su compromiso con la filantropía, impulsada por la convicción de que las empresas tienen la responsabilidad de marcar una diferencia positiva en el mundo, ha sido el motor detrás de numerosos proyectos humanitarios que han impactado la vida de millones de personas en más de 50 países alrededor del mundo.



La "Fuerza del Bien" no es solo una frase de moda; es el corazón de la misión de Nu Skin. Desde su asociación con la línea de productos Epoch®, que destina una parte de sus ganancias a la preservación del medio ambiente y las tradiciones indígenas, hasta la creación de la Fundación sin fines de lucro Fuerza del Bien de Nu Skin, la compañía ha demostrado un compromiso inquebrantable con el bienestar de las comunidades en todo el mundo.

Una de las iniciativas más destacadas en este sentido es Nourish the Children (NTC), que aplica principios de negocio para abordar de manera sostenible el problema de la desnutrición infantil. El programa se inicia con VitaMeal, un alimento rico en nutrientes desarrollado por los científicos de Nu Skin. Los Afiliados de Marca, clientes y empleados de la compañía tienen la oportunidad de adquirir VitaMeal y optar por donarlo a organizaciones sin fines de lucro especializadas en la distribución de ayuda a aquellos que sufren de desnutrición y hambruna. Desde 2002, Nu Skin y sus líderes de ventas, clientes y empleados han donado más de 800 millones de comidas a niños con desnutrición en todo el mundo.

### Un futuro brillante

Desde su humilde comienzo hasta convertirse en una empresa de más de mil millones de dólares, Nu Skin ha mantenido firmemente sus valores centrales de integridad, calidad y responsabilidad social.

Su legado no solo se mide en términos de éxito comercial, sino en el impacto positivo que ha tenido en la vida de innumerables personas en todo el mundo. En un mundo donde las palabras "fuerza del bien" a menudo parecen vacías, Nu Skin demuestra que son mucho más que eso: son un compromiso vivo con un futuro mejor para todos.



NU SKIN.

Fuente: THE DIFFERENCE. DEMONSTRATED®

# COMERCIAL

## HOT SALE 2024, EL EVENTO CON LAS MEJORES REBAJAS EN INTERNET



El Hot Sale se ha consolidado como el evento más importante del **e-commerce en México**, una vitrina digital que año tras año rompe récords, atrayendo a millones de consumidores en busca de las mejores ofertas en línea.

Este evento, que se ha vuelto una cita indispensable para los aficionados a las compras en línea, no solo impulsa el crecimiento del comercio electrónico en el país, sino que también representa una oportunidad única para las marcas de aumentar su visibilidad y ventas en internet.

La edición anterior del Hot Sale en 2023 estableció un nuevo estándar de éxito, superando todas las expectativas y consolidando aún más su posición como el evento de ventas en línea más importante de México.

Este año, el Hot Sale 2024 se llevará a cabo del 15 al 23 de mayo, prometiendo una ola de ofertas y descuentos en una amplia variedad de productos y servicios.

### Estadísticas del Hot Sale

En 2023, el Hot Sale superó todas las expectativas. Se registraron ventas totales por más de \$29.9 mil millones de pesos, un crecimiento del 29% en comparación con el año 2022. La edición también vio un aumento en el número de unidades vendidas (29.2 millones) y de órdenes de compra (11.1 millones). El ticket promedio también se incrementó, alcanzando \$2,696 pesos, lo que demuestra la confianza que los consumidores tienen en la campaña.

Más de 12.7 millones de personas, es decir, el 51% de los internautas mayores a 18 años, compraron durante el Hot Sale 2023. La campaña se ha posicionado en la mente del consumidor como una oportunidad única para adquirir productos a precios increíbles. Destaca la tendencia al alza de participación de niveles socioeconómicos medios.

## Rumbo al Hot Sale 2024

En 2024, se espera que el Hot Sale sea aún más grande y exitoso. Las principales categorías de productos que estarán en oferta incluyen:

- **Moda:** Ropa, calzado, accesorios.
- **Electrónicos:** Teléfonos, computadoras, televisores, electrodomésticos.
- **Belleza y cuidado personal:** Cosméticos, productos para el cabello, cuidado de la piel.
- **Viajes:** Vuelos, hoteles, paquetes turísticos.
- **Hogar:** Muebles, decoración, artículos para el hogar.

Fuente:

**Merca2.0**  
mercadotecnia**publicidad**medios

Laura Islas

<https://www.merca20.com/cuando-es-el-hot-sale-2024-el-evento-con-las-mejores-rebajas-en-internet/>





## ■ EL PODER TRANSFORMADOR DE LA MENTORÍA

### ¿Qué es lo que realmente quieren las mujeres en la venta directa?

Actualmente se habla mucho sobre qué y a quién emular: al crear personajes en línea cuidadosamente seleccionados, se alimenta un flujo constante de los llamados “modelos a seguir” dirigidos a personas de todas las edades. “Admírame, envíame, sé yo”, dicen. Las niñas y las mujeres son el grupo demográfico favorito para estas campañas. Y si tienen suerte, estas mujeres eligen buenos modelos a seguir, cuya influencia es positiva en sus vidas.

Pero los modelos a seguir muy comercializados en realidad no sirven a largo plazo. Las mujeres y las niñas eventualmente necesitan más de lo que el influencer, el atleta, el cantante o la estrella de cine de las redes sociales pueden brindarles. Y a medida que dejan atrás sus modelos a seguir, buscan conexiones más profundas con personas que están viviendo el viaje que desean emprender en sus propias carreras y vidas personales.

Al igual que sus homólogos masculinos, las mujeres quieren orientación, apoyo y responsabilidad de alguien que las comprenda y en quien puedan confiar para que las ayude a alcanzar sus objetivos. Mentores: eso es lo que las mujeres realmente quieren.

Al igual que generaciones de hombres cuyos mentores abrieron puertas al avance profesional, las mujeres también quieren y merecen experimentar el poder transformador de la mentoría en sus vidas.

### La mentoría transformacional equivale al éxito

Desde sus inicios gran parte del éxito de la industria de la venta directa puede atribuirse al poder transformador de la tutoría en el campo. Las relaciones entre las líneas ascendentes y descendentes de las organizaciones de campo hacen posible que los nuevos representantes obtengan el conocimiento de aquellos que recorrieron el camino antes que ellos y tuvieron éxito. Demostraciones de productos, consejos de prospección, charlas de motivación y capacitación. La mentoría eficaz es una clave duplicable para formar líderes y organizaciones de campo exitosas.



“Lo que más me gusta del espacio de ventas directas es que se basa en la premisa de la tutoría. Mujeres de distintos orígenes, ubicaciones geográficas y conjuntos de habilidades pueden aprender unas de otras para avanzar hacia un objetivo común. Casi todos los planes de compensación recompensan el acto mismo de ayudar a otra persona a lograr lo que desea. En los negocios tradicionales todo se trata de competencia, mientras que en nuestro modelo se trata de colaboración. Esto crea un entorno único que permite a las mujeres prosperar”, afirmó Amber Olson Rourke, cofundadora y directora de ventas y marketing de Neora.

Pero, ¿qué pasa con las mujeres que eligen trabajar en puestos de venta directa corporativa? ¿Están prosperando? ¿Están creciendo? ¿Se escuchan sus voces? ¿Son ellas quienes toman decisiones? ¿Están encontrando los mentores que necesitan para hacer posibles todas sus metas?

Para cumplir la promesa de empoderamiento que las empresas de venta directa extienden a su fuerza de venta, las compañías también deben posicionar a las mujeres en roles de liderazgo corporativo.

Ashlee Headlee, cofundadora y directora de programas de Awakend, compartió: “Creo que el primer paso que el liderazgo corporativo puede dar para fomentar una tutoría más sólida entre mujeres es comprometerse a construir una cultura que valore y apoye el crecimiento profesional y personal de las mujeres. Si se establecen metas reales con respecto al desarrollo de las mujeres en la corporación, sin duda florecerá una estrategia hermosa y multifacética. Una estrategia donde pueden prosperar los programas de tutoría, las tutorías de mujer a mujer, los programas de reconocimiento, las oportunidades de establecer contactos y mucho más”.

## Mujeres mentoras de mujeres

Históricamente, las relaciones de tutoría han sido complicadas para las mujeres que laboran en lugares de trabajo predominantemente masculinos. Los hombres tienden a ser mentores de hombres y con menos mujeres ocupando roles directivos, las mentoras son escasas.

Como compartió Aspen Emry, cofundadora y directora ejecutiva de Bravenly Global: “La tutoría en general es muy poderosa, pero hay algo intrínsecamente especial en la tutoría femenina. A medida que atravesamos luchas similares, tanto luchas externas en las empresas como muchas de las luchas internas que pueden ser profundas. Las mujeres a menudo luchamos con la “culpa de mamá”. Nos sentimos arrastradas en muchas direcciones diferentes. No necesitamos elegir entre una carrera o la maternidad, pero a menudo nos sentimos culpables por esta



elección. Las mentoras que han recorrido con éxito este viaje a través del emprendimiento y el liderazgo realmente pueden transmitir fe y visión a las mujeres que se encuentran en algún punto al principio o en la mitad de este viaje”.

Nancy Bogart, fundadora y directora ejecutiva de Jordan Essentials, dijo: “La tutoría es el camino forjado por una persona que otra puede tomar como luz en el camino. Me ha encantado ser mentora de mujeres, así como las relaciones vitales que he tenido con mis mentoras. Las mujeres que asesoran a mujeres brindan esa perspectiva única de una mujer en los negocios. Hay muchísimas oportunidades para aprender de una mentora fuerte y de una vida y una carrera bien vividas”.

### Una relación simbiótica y responsabilidad

La tutoría es simbiótica. Libera el potencial de crecimiento profesional de los aprendices, al tiempo que mejora las habilidades de liderazgo y comunicación de los mentores. Ambos obtienen nuevas perspectivas y un mayor significado en sus vidas profesionales, y reportan ascensos y aumentos salariales más frecuentes. Durante mucho tiempo se ha considerado que la tutoría es una parte integral de convertirse en ejecutivo.

Las empresas que promueven activamente la tutoría aprovechan sus programas para involucrar, desarrollar y retener a los empleados en todos los niveles, al tiempo que garantizan que los conocimientos relevantes para el trabajo se transmitan a los nuevos empleados. Y superar las diferencias generacionales y de actitud allana el camino para lograr trabajadores más felices y productivos. La tutoría también puede impulsar la representación de las minorías a nivel directivo y también las tasas de retención de las minorías y de las mujeres.

“Creo que ahora se está formando una cultura de mujeres ejecutivas. El intercambio abierto, el apoyo, la comprensión e incluso un poco de crítica han ayudado a mi historia de éxito ahora más que nunca”, dijo Bogart. “Espero que estemos mostrando el camino para que las mujeres líderes puedan tener confianza, ser abiertas y compartir. Sé que hay suficiente espacio para que todos podamos levantarnos y tener éxito”.

Podrán encontrar el artículo completo en:

Fuente:

<https://www.directsellingnews.com/2024/03/01/the-transformative-power-of-mentorship/>



# LA AMVD INFORMA

## ■ REUNIÓN DE SOCIOS AMVD

El pasado 22 de febrero la Asociación Mexicana de Ventas Directas celebró su Asamblea General 2024, reunión que se realiza anualmente y que reviste gran importancia para el buen funcionamiento de nuestra agrupación.

Además de presentar el informe de las actividades realizadas en 2023, la aprobación de los estados financieros del ejercicio anterior y el presupuesto para este año, se presentó una propuesta de modificación al Artículo Décimo Tercero de los Estatutos Sociales de la AMVD sobre la pérdida de derechos, iniciativa que fue aprobada por unanimidad.

Así mismo, se ratificó el Consejo Directivo y Equipo de Apoyo para 2024-2025, destacando los objetivos principales para esta administración.

- Brindar **valor agregado** a la Membresía AMVD
- Generar **un clima positivo y propicio** para los negocios de las empresas de Venta Directa
- **Representar y defender los intereses comunes** de los Asociados ante toda clase de entidades y autoridades
- **Respeto, sana competencia, integración y colaboración** entre Socios
- Promover la buena **imagen de la Venta Directa** ante medios, autoridades, líderes de opinión y público en general
- Mantener y promover el **reconocimiento público de confianza y respeto** para los Socios AMVD
- Promover el **intercambio e implementación de buenas prácticas** con otras agrupaciones nacionales e internacionales

Adelfo Enríquez reiteró el compromiso del Consejo Directivo que orgullosamente encabeza, para continuar trabajando en pro de la Asociación y de la Venta Directa.



## Los impactos y las lecciones aprendidas de la victoria de Neora

Posterior a la Asamblea General 2024 tuvimos la oportunidad de escuchar a Deborah Heisz, Co-CEO de Neora quien de primera mano nos compartió la experiencia de Neora que después de un largo litigio ganó una demanda contra la Comisión Federal de Comercio (FTC) de Estados Unidos, la cual sostenía que la empresa estaba operando un esquema piramidal. El tribunal falló en contra de la FTC confirmando que la estructura de compensación de Neora es legal.

Esta presentación se llevó a cabo con el apoyo de Francisco Ortega, Asesor Jurídico AMVD y Socio de Turanzas, Bravo & Ambrosi quien fungió como entrevistador.

La plática resultó muy interesante y valiosa para la membresía, tanto por la forma tan clara y puntal en que Deborah y Francisco trataron el tema, como por la relevancia que esta victoria tiene para la industria de la Venta Directa, marcando un precedente para todas las empresas.



**AMVD**  
ASOCIACIÓN MEXICANA  
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

Fuente:

## ■ 10 PILARES PARA EL ÉXITO EN LA VENTA DIRECTA

Las compañías con las mejores culturas en la industria de la Venta Directa, son siempre las que reportan los mayores ingresos, crecimiento, y retención, pero ¿cómo desarrollar una cultura que se distinga del resto?

Para responder a esta pregunta y compartir su experiencia de 22 años en la Industria de la Venta Directa, Carlo Ledezma, director general de Ledezma Estrategia y Comunicación, impartió una interesante plática a los Socios AMVD el pasado mes de marzo.

“La cultura es una realidad que se experimenta no solo hacia adentro sino hacia afuera, una combinación sinérgica de diferentes elementos a los que llamo **“Pilares”** y que están incorporados en todos los aspectos de la operación día a día de las compañías”, mencionó Carlo Ledezma.

En esta conferencia tuvimos la oportunidad de analizar estos Pilares o Principios para crear una cultura con éxito escalable y sostenible.

1. **Marca.** Una marca simple y clara es el cimiento para la creación de una cultura identificable.
2. **Mensaje.** El mensaje debe estar basado en una historia única e irrepetible que evoque emociones.
3. **Enfoque.** Claridad de saber que cosas hacer y que cosas NO hacer ante el cambio y alternativas de acción.
4. **Perspectivas del Campo.** Balance entre el Campo y la rentabilidad de la compañía.
5. **Clientes.** Procurar clientes que amen los productos.
6. **Inscripción y Retención.** Hay razones legítimas por las cuales las personas pueden estar interesadas en la oportunidad de negocios que la Venta Directa ofrece. Exagerar nunca es una estrategia sostenible.
7. **Herramientas del Sistema.** Los sistemas exitosos empiezan con herramientas poderosas en una diversidad de formatos.
8. **Eventos.** Los eventos deben ser considerados como pilares estratégicos y consistentes para motivar.
9. **Entrenamiento.** El entrenamiento tiene un impacto positivo directo sobre la retención de la fuerza de ventas y clientes finales.
10. **Gente.** Como colocar a las personas correctas en los lugares correctos de la organización.



“La resiliencia y disrupción intencional de las compañías es hoy la clave en un contexto donde el consumidor es cada vez más demandante, donde la competencia es más férrea que nunca y donde la atención a nuestro mensaje y marca es cada vez menor. Toda compañía que desee destacar en dicho contexto debe procurar estratégicamente la construcción del tipo de cultura que desea”, enfatizó Carlo.



**AMVD**  
ASOCIACIÓN MEXICANA  
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

Fuente:

## SOCIOS ACTIVOS AMVD



## SOCIOS COLABORADORES AMVD



NOTICIAS EN DIRECTO



# ¡LA AMVD SIGUE CRECIENDO! SÍGUENOS EN REDES Y SÉ PARTE DE LA COMUNIDAD



@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](mailto:amvd@amvd.com.mx)

[www.amvd.org.mx](http://www.amvd.org.mx)



# AMVD

ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

NOTICIAS EN DIRECTO