



AMVD

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

NOTICIAS EN DIRECTO

CONTENIDO

3

NOTAS ECONÓMICAS

- Goldman Sachs limita el potencial de la inteligencia artificial y cree que su impacto no se notará hasta dentro de diez años

5

NOTAS ECOLÓGICAS

- ¿Qué es el cambio climático?



8

NUESTROS SOCIOS INFORMAN

- Paternidades activas: un pilar fundamental para Avon
- Celebrando 45 años de innovación y liderazgo: La evolución de Estafeta
- Glutatión: El antioxidante maestro de nuestro cuerpo
- Colaboraciones de Isagenix
 - Isagenix México brilla en "Corre por sus Deseos" 2024 de Make-A-Wish México
 - Isagenix México eleva el Liderazgo Empresarial con el Seminario de Líderes 2024
- A través de la línea de productos con causa "Creer para Ver", Natura cumple 15 años de apoyar la educación en México
- SEYTÚ celebra el cuidado de la belleza como patrocinador oficial de Miss Universe 2024
- ¿Qué son los Iridoides y por qué deben interesarnos?
- Royal Caribbean ejemplo de sustentabilidad y compromiso con el medio ambiente



22

LA VENTA DIRECTA EN EL MUNDO

- Nueve marcas de Venta Directa incluidas en la lista de las 50 principales empresas de 2024 de Happi

23

COMERCIAL

- 15 principios para desarrollar su fuerza de ventas



28

LA AMVD INFORMA

- Seminario Association Performance Program WFDSA 2024

NOTAS ECONÓMICAS

GOLDMAN SACHS LIMITA EL POTENCIAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y CREE QUE SU IMPACTO NO SE NOTARÁ HASTA DENTRO DE DIEZ AÑOS

Un artículo del banco de inversión estima que solo el 5% de todas las tareas son susceptibles de automatizarse y cree que no todas las empresas podrán implementar las nuevas tecnologías por su elevado coste.

Los pronósticos acerca del impacto que tendrá la inteligencia artificial (IA) en la economía y en particular, sobre el mercado de trabajo, convienen en aventurar una transformación total y hasta cierto punto riesgosa para los trabajadores. Diferentes estudios inciden en que la automatización de una gran parte de las tareas traerá aparejada la destrucción de múltiples puestos de trabajo —algunas estimaciones hablan de hasta dos millones— y los que no desaparezcan se verán irremediablemente condicionados por su existencia. Sin embargo, en un reciente artículo publicado por Goldman Sachs se cuestiona la verdadera afectación de esta nueva tecnología, por considerar que su implantación puede resultar excesivamente cara y proyecta una década hasta su más inmediata expansión, lo que ha contravenido la narrativa tradicional que venía proyectándose hasta el momento.

“Dado el enfoque y la arquitectura de la tecnología de IA generativa actual, los cambios verdaderamente transformadores no ocurrirán rápidamente y pocos —si es que hay alguno— probablemente ocurrirán dentro de los próximos 10 años”, señala en el texto Daron Acemoglu, profesor de Economía en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), y una de las personas que más ha investigado acerca del impacto del avance tecnológico sobre el ecosistema laboral y más escéptico se ha mostrado sobre él.

El economista turco sostiene también que solo una cuarta parte de las tareas expuestas a la inteligencia artificial serán rentables de automatizar en los próximos diez años. Lo que, a su juicio, impactaría sobre menos del 5% de todas las tareas. Algo más optimista se muestra Joseph Briggs, de Goldman Sachs, que sugiere que la IA podría automatizar hasta el 25% de todas las labores, lo que daría pie a un aumento de la productividad laboral del 9% y a un crecimiento del PIB de un 6.1%.



“El gasto ciertamente es alto hoy en términos absolutos de dólares. Pero este ciclo de inversión en capital parece más prometedor que incluso los ciclos de inversión en capital anteriores”, replica Kash Rangan, analista de Goldman Sachs. Según recoge el artículo, el gasto en tecnología ha aumentado drásticamente en los últimos años y se calcula que empresas y gobiernos inviertan aproximadamente 1 billón de dólares en infraestructuras de IA, incluidos centros de datos, chips y redes eléctricas.

Briggs también destaca que la inteligencia artificial tiene un potencial significativo para generar ahorros a largo plazo. Para él, de que esto se produzca está en “cómo se gestiona la transición”, para la que entiende necesaria una reeducación y reubicación de la fuerza laboral desplazada y “la creación de políticas que fomenten la innovación y adopción tecnológica”.

Bajo retorno

Sin embargo, y este es otro de los posicionamientos que confrontan las proyecciones más extendidas, en el artículo se advierte que las inversiones en la tecnología más avanzada no han producido retornos visibles significativos, a excepción del caso de la empresa de software Nvidia, que ha incrementado considerablemente sus ingresos debido a la demanda de hardware específico para la IA. “El dinero gastado en IA en comparación con los ingresos de las empresas no es materialmente diferente al de los ciclos de inversión anteriores”.

La clave para que estas fuertes inversiones iniciales resulten rentables reside, según afirma Jim Covello, jefe de investigación de equidad global en el banco de inversión, en que la IA se muestre capacitada para resolver problemas complejos, algo que, en su opinión, todavía no ha demostrado poder hacer de manera efectiva. Siguiendo con esta idea de la rentabilidad, Covello se muestra escéptico sobre la capacidad de la IA para reducir los costes lo suficiente como para hacer que la automatización de una gran parte de las tareas resulte asequible, incidiendo particularmente en la carestía de algunos componentes esenciales para su despliegue como los chips GPU.

A pesar de los recelos existentes, las fuentes consultadas en el artículo reconocen que la perspectiva a largo plazo para la IA sigue siendo positiva. Conciernen en que a medida que los costes se rebajen es probable que más industrias adopten estas tecnologías, lo que “podría desencadenar una nueva ola de crecimiento económico y productividad”.

<https://elpais.com/economia/2024-07-12/goldman-sachs-acota-el-potencial-de-la-inteligencia-artificial-y-cree-que-su-impacto-no-se-notara-hasta-dentro-de-diez-anos.html>

Fuente:
GORKA R. PÉREZ

EL PAÍS

NOTAS ECOLÓGICAS

■ ¿QUÉ ES EL CAMBIO CLIMÁTICO?

El cambio climático se refiere a los cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos. Estos cambios pueden ser naturales, debido a variaciones en la actividad solar o erupciones volcánicas grandes. Pero desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal motor del cambio climático, debido principalmente a la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo y el gas.

La quema de combustibles fósiles genera emisiones de gases de efecto invernadero que actúan como una manta que envuelve a la Tierra, atrapando el calor del sol y elevando las temperaturas.

Las emisiones principales de gases de efecto invernadero que provocan el cambio climático son el dióxido de carbono y el metano. Estos proceden del uso de la gasolina para conducir un coche o del carbón para calentar un edificio, por ejemplo. El desmonte de tierras y bosques también puede liberar dióxido de carbono. La agricultura y las actividades relacionadas con el petróleo y el gas son fuentes importantes de emisiones de metano. La energía, la industria, el transporte, los edificios, la agricultura y el uso del suelo se encuentran entre los principales emisores.

Somos responsables del calentamiento global

Los científicos dedicados a las cuestiones climáticas han demostrado que las personas somos responsables del calentamiento global de los últimos 200 años. Las actividades humanas, tales como las mencionadas arriba, generan gases de efecto invernadero que elevan la temperatura del planeta al ritmo más rápido de los 2,000 años pasados.

La temperatura media de la Tierra es ahora 1.1 °C más elevada que a finales del siglo XIX, antes de la revolución industrial y más elevada en términos absolutos que en los últimos 100,000 años. La última década (2011-2020) fue la más cálida registrada. En esa línea, cada una de las últimas cuatro décadas ha sido más caliente que cualquier otra década desde 1850.

Mucha gente piensa que el cambio climático significa principalmente temperaturas más cálidas. Pero el aumento de la temperatura es sólo el principio de la historia. Como la Tierra es un sistema, en el que todo está conectado, los cambios de una zona pueden influir en los cambios de todas las demás.

Las consecuencias del cambio climático incluyen ahora, entre otras, sequías intensas, escasez de agua, incendios graves, aumento del nivel del mar, inundaciones, deshielo de los polos, tormentas catastróficas y disminución de la biodiversidad.

Las personas se ven afectadas por el cambio climático de diversas maneras

El cambio climático puede afectar a nuestra salud, a la capacidad de cultivar alimentos, a la vivienda, a la seguridad y al trabajo. Algunos de nosotros ya somos más vulnerables a los impactos climáticos, como las personas que viven en pequeñas naciones insulares y otros países en desarrollo. Condiciones como el aumento del nivel del mar y la intrusión de agua salada han avanzado hasta el punto de que comunidades enteras han tenido que reubicarse, y las prolongadas sequías están creando un riesgo de hambruna. Se prevé que en el futuro aumente el número de «refugiados climáticos».

Cada aumento del calentamiento global es importante

Según los últimos informes de la ONU, miles de científicos y revisores gubernamentales coincidieron en que limitar el aumento de la temperatura global a no más de 1.5 °C nos ayudaría a evitar los peores impactos climáticos y a mantener un clima habitable. Sin embargo, las políticas actuales apuntan a un aumento de la temperatura de 2.8 °C para finales de siglo.

Las emisiones que provocan el cambio climático proceden de todas las partes del mundo y afectan a todos, pero algunos países generan mucho más que otros. Los siete mayores emisores - China, Estados Unidos, India, la Unión Europea, Indonesia, Rusia y Brasil - fueron los causantes de la mitad de las emisiones de gases de efecto invernadero a nivel mundial en 2020. Todo el mundo debe tomar medidas en lo que respecta al clima, pero las personas y los países que crean más problemas tienen una mayor responsabilidad para actuar primero.



Nos enfrentamos a un gran reto, pero ya conocemos muchas soluciones

Muchas soluciones al cambio climático pueden aportar beneficios económicos al tiempo que mejoran nuestras vidas y protegen el medio ambiente. También contamos con marcos y acuerdos globales para guiar el progreso, como los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático y el Acuerdo de París. Hay tres amplias categorías de acción: reducir las emisiones, adaptarse a los impactos climáticos y financiar los ajustes necesarios.

El cambio de los sistemas energéticos de los combustibles fósiles a las energías renovables, como la solar o la eólica, reducirá las emisiones que provocan el cambio climático. Pero tenemos que empezar ya mismo. Aunque una coalición cada vez más numerosa de países se compromete a alcanzar las emisiones cero para 2050, alrededor de la mitad de los recortes en las emisiones deben producirse antes de 2030 para mantener el calentamiento por debajo de 1.5 °C. Este logro requiere grandes reducciones en el uso de carbón, petróleo y gas. Para evitar consecuencias climáticas catastróficas, para antes de 2050, debemos reducir en más de dos tercios la extracción de las reservas actuales confirmadas de combustibles fósiles.

La adaptación a las consecuencias del clima protege a las personas, los hogares, las empresas, los medios de subsistencia, las infraestructuras y los ecosistemas naturales. Abarca los impactos actuales y los probables en el futuro. La adaptación será necesaria en todas partes, pero debe darse prioridad ahora a las personas más vulnerables y con menos recursos para hacer frente a los riesgos climáticos. La tasa de rendimiento puede ser alta. Los sistemas de alerta temprana de catástrofes, por ejemplo, salvan vidas y bienes materiales, y pueden aportar beneficios hasta 10 veces superiores al coste inicial.

Podemos pagar la factura ahora o pagarlos muy caro en el futuro

La acción climática requiere importantes inversiones financieras por parte de gobiernos y empresas. Pero la inacción climática es mucho más cara. Un paso fundamental es que los países industrializados cumplan su compromiso de aportar 100,000 millones de dólares anuales a los países en desarrollo para que puedan adaptarse y avanzar hacia economías más ecológicas.

Fuente:

<https://www.un.org/es/climatechange/what-is-climate-change>

NUESTROS SOCIOS INFORMAN

PATERNIDADES ACTIVAS: UN PILAR FUNDAMENTAL PARA AVON

En la sociedad contemporánea, el papel tradicional del padre como único proveedor ha evolucionado hacia un concepto más inclusivo y participativo: la paternidad activa¹. Este concepto implica no sólo la presencia física del padre en la vida del niño, sino también el compromiso emocional, cognitivo y práctico con el crecimiento y desarrollo del infante. Esta evolución es crucial ya que no sólo fortalece los vínculos familiares, sino que también tiene un impacto positivo en el desarrollo personal y social de los pequeños y el bienestar general de la sociedad.

En México, de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020, el 47% de la población de hombres se identificaron como padres y admitieron vivir con sus hijos en el mismo domicilio. Sin embargo, la Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) 2019, nos menciona que las mujeres dedican 15.9 horas más a la semana que los hombres al cuidado de los integrantes del hogar. Es importante mencionar que la participación activa de los hombres en el cuidado de los hijos es fundamental para cerrar la brecha laboral de género.

En **Avon** entendemos que la paternidad activa no sólo representa una evolución positiva en los roles familiares, sino que también tiene profundas implicaciones para el desarrollo individual y social. Al fomentar una mayor igualdad de género, fortalecer los lazos familiares y contribuir al bienestar general de la sociedad, la paternidad activa emerge como un pilar fundamental en la construcción de un futuro más justo y equitativo para todos.

Además, reconocemos la importancia de impulsar entornos laborales que permitan asegurar la estabilidad económica de su hogar y logren un equilibrio en la vida personal de nuestros colaboradores. Como empresa comprometida con la igualdad de género y el bienestar familiar, fortalecemos las paternidades activas en nuestro lugar de trabajo de varias maneras significativas:

¹IDMAH (Instituto para el Desarrollo de Masculinidades Anti Hegemónicas) (2024) "Paternidades activas" [Taller en colaboración con Natura y Avon México]. Ciudad de México, México



- **Paternalidad y salud mental:** nuestros colaboradores cuentan con una oferta de más de 30 beneficios relacionados, sobre todo, con el equilibrio del ejercicio de la paternidad/maternidad, el bienestar del colaborador y su familia, principalmente los hijos, incluyendo casos de adopción por parejas del mismo sexo. Estos programas involucran el subsidio para cursos de cuidados de recién nacidos, programa de apoyo psicológico, y plataforma para atención de psicoterapia, entre otros.
- **Promoción del cuidado activo dentro del hogar:** también contamos con acciones y beneficios que promueven la corresponsabilización en el cuidado de los hijos, incluyendo licencia por maternidad de 180 días y por paternidad de 40 días. Existe licencia parental para parejas homoafectivas y familias monoparentales. En 2022, en Latinoamérica, 1,415 hombres y 2,128 mujeres tuvieron derecho a licencia por paternidad/maternidad.
- **Equidad salarial:** de igual manera, se han implementado estrategias para garantizar la equidad salarial y eliminar cualquier diferencia de género. Aseguramos que todos los padres tengan la capacidad de participar plenamente en la vida familiar sin tener que sacrificar su estabilidad económica o enfrentar desafíos económicos adicionales. Además, fortalece nuestro entorno de confianza, lo que permite que los padres se sientan apoyados y valorados por su trabajo y dedicación tanto dentro como fuera del lugar de trabajo.

Las empresas son importantes agentes de transformación social para promover la equidad de género. En Avon, reconocemos que fomentar la paternidad activa no solo es beneficioso para nuestros colaboradores y sus familias, sino que también fortalece la posición competitiva y la reputación de una empresa en el mercado. Además, sabemos que no sólo cumplimos con las necesidades, sino que también sentamos las bases para un futuro laboral más humano y sostenible.

Fuente:



CELEBRANDO 45 AÑOS DE INNOVACIÓN Y LIDERAZGO: LA EVOLUCIÓN DE ESTAFETA

El 8 de agosto de 1979 marcó el inicio de una historia de éxito y transformación en el sector logístico de México con la fundación de **Estafeta Mexicana S.A. de C.V.** Desde su inicio con un Volkswagen sedán, dos colaboradores y 100 entregas en su primer mes de operación, Estafeta ha evolucionado para convertirse en el integrador logístico 100% mexicano. Estafeta fue la primera empresa en ofrecer entregas de mensajería y paquetería puerta a puerta y hoy, se consolida como experta en la creación de soluciones especializadas por industria que consideran las particularidades del mercado mexicano.

Hitos históricos:

- **Década de 1980:** En sus primeros años, Estafeta innovó con su oferta de servicio y la expansión de su red de oficinas foráneas, convirtiéndose rápidamente en un referente nacional. En 1988, la introducción del código de barras y el Sistema de Atención Estafeta (SAE) revolucionaron la gestión de envíos.
- **Década de 1990:** La compañía continuó creciendo con la inauguración de Estafeta USA y el lanzamiento de servicios avanzados como el rastreo por internet. La creación de Estafeta Carga Aérea en 2000 consolidó su liderazgo en el transporte de carga en México.
- **Década de 2000-2010:** Con el desarrollo de software interno para la gestión de envíos, Estafeta se posicionó a la vanguardia de la tecnología logística. La empresa diversificó sus servicios con soluciones logísticas integrales, expandiendo su flota y centros operativos.
- **Década de 2010-2020:** La innovación continuó con el fortalecimiento de su plataforma omnicanal y la implementación de inteligencia artificial. La introducción de Beatriz, la asistente virtual y la creación de soluciones puntuales de distribución.



Nuestra experiencia para la venta directa

En 45 años, hemos desarrollado soluciones end to end para la industria de venta directa, nuestro conocimiento de la normatividad nos permite ofrecer asesoría y acompañamiento a los negocios de venta directa que desean aprovechar el gran potencial del mercado mexicano.

Nuestra eficacia operativa y amplia cobertura son ventajas competitivas que aportamos a nuestros clientes, tanto en la distribución nacional como en la importación y exportación, en donde mantenemos acuerdos globales que nos permiten cubrir las necesidades de reexpedición de carga.

En Estafeta, celebramos 45 años de mover a México.

Juntos, ¡Podemos con el Paquete Completo!

Fuente: **estafeta**

atencionventadirecta@estafeta.com

GLUTATIÓN: EL ANTIOXIDANTE MAESTRO DE NUESTRO CUERPO

El envejecimiento y la oxidación celular son procesos naturales del cuerpo humano que requieren una respuesta antioxidante eficaz. En este contexto, el glutatión destaca por su relevancia. El Dr. Jimmy Gutman, presidente del Comité de Asesoría Científica de **Immunotec**, afirma que “el glutatión es el principal antioxidante del cuerpo, desempeñando un papel crucial contra enfermedades metabólicas y el deterioro cognitivo. Además, realiza funciones esenciales para la salud celular, la desintoxicación y el equilibrio inmunológico”.

Entre sus funciones más relevantes se encuentran:

- **Antioxidante eficaz:** Neutraliza los radicales libres y protege las células del daño oxidativo.
- **Desintoxicación celular:** Reduce toxinas, metales pesados y productos de desecho, manteniendo la salud celular.
- **Fortalecimiento del sistema inmunológico:** Optimiza la respuesta inmune y protege contra infecciones.
- **Regulación del crecimiento celular:** Ayuda a regular el crecimiento celular saludable, reduciendo el riesgo de enfermedades.
- **Protección respiratoria:** Protege las vías respiratorias de contaminantes y toxinas, mejorando la función pulmonar.
- **Producción de proteínas y mantenimiento del ADN:** Participa en la síntesis de proteínas y el cuidado del ADN, esenciales para la reparación del daño genético.
- **Regeneración de otros antioxidantes:** Regenera antioxidantes como la vitamina C y E, maximizando su eficacia.

Investigaciones indican que se requieren precursores para elevar los niveles de glutatión en el cuerpo, ya que su administración oral no es efectiva. Con más de 45 años de investigación, 85 estudios científicos publicados y certificaciones como Clean Label e Informed Sport, Immunotec ofrece productos como Immunocal. Este aislado de proteína de suero de leche con cisteína enlazada está diseñado específicamente para aumentar los niveles de glutatión.

Este es solo un ejemplo del compromiso continuo de Immunotec por mantenerse a la vanguardia en la investigación nutricional.

Fuente:

COLABORACIONES DE ISAGENIX



Isagenix México brilla en “Corre por sus Deseos” 2024 de Make-A-Wish México

Isagenix México ha reafirmado su compromiso con la comunidad al participar de manera destacada en la carrera benéfica “Corre por sus Deseos” 2024 organizada por Make-A-Wish México. Este evento anual tiene como objetivo recaudar fondos para cumplir los deseos de niños con enfermedades graves, brindándoles momentos de alegría y esperanza.

El equipo de Isagenix México se unió a esta noble causa, demostrando su apoyo no solo a través de la participación activa en la carrera, sino también mediante generosas donaciones. Además, la empresa jugó un papel crucial como patrocinador oficial del evento, asegurando que los recursos obtenidos se destinen directamente a hacer realidad los sueños de los niños beneficiados.

“Estamos emocionados de haber formado parte de “Corre por sus Deseos” este año. Es un honor para nosotros contribuir a esta iniciativa que tiene un impacto tan positivo en la vida de los niños y sus familias” comentó Marco Casiano, Country Manager de Isagenix México.

La participación de Isagenix México en esta carrera no solo refleja su compromiso con la responsabilidad social corporativa, sino también su dedicación a mejorar la calidad de vida de la comunidad. Con esta acción, Isagenix reafirma su posición como una empresa que no solo busca el éxito comercial, sino también el bienestar y la felicidad de quienes más lo necesitan en la sociedad mexicana.



Isagenix México eleva el Liderazgo Empresarial con el Seminario de Líderes 2024

El Seminario de Líderes 2024 organizado por **Isagenix México** ha sido un evento transformador que ha reunido a destacados líderes del sector para compartir conocimientos y estrategias clave en el desarrollo empresarial. Este año, el seminario contó con la presencia de expertos como Juan Vereecken, Alejandro Mendoza y Othoniel Oropeza de Maxwell Leadership, reconocidos por su experiencia en liderazgo y motivación.

El evento, celebrado en Cuernavaca, Morelos en la majestuosa Hacienda de Cortés, del 19 al 21 de junio del 2024 atrajo a una amplia audiencia de líderes de Isagenix México, quienes participaron en sesiones intensivas de capacitación diseñadas para fortalecer habilidades de liderazgo, estrategias de equipo y métodos efectivos de motivación personal y de equipo.

Juan Vereecken, junto con Alejandro Mendoza y Othoniel Oropeza de Maxwell Leadership, destacaron la importancia de la visión estratégica, la comunicación efectiva, el desarrollo personal continuo y sobre todo la actitud como pilares fundamentales para el éxito empresarial en el competitivo mercado actual. Los participantes no solo adquirieron herramientas prácticas para mejorar su desempeño como líderes, sino también inspiración para alcanzar nuevos niveles de excelencia y crecimiento dentro de Isagenix.

“El Seminario de Líderes 2024 ha sido una experiencia enriquecedora y motivadora. Las lecciones y técnicas compartidas por Juan Vereecken y el equipo de Maxwell Leadership nos han equipado con las habilidades necesarias para enfrentar los desafíos del mercado y liderar con éxito equipos en constante crecimiento”, expresó Alexa Serrato, participante del seminario.

Este evento no solo ha consolidado el compromiso de Isagenix México con el desarrollo profesional de sus líderes, sino que también ha fortalecido la cohesión dentro de la comunidad empresarial, promoviendo un ambiente de colaboración y crecimiento continuo. Con eventos como el Seminario de Líderes, Isagenix continúa marcando la pauta en la industria del bienestar y el liderazgo empresarial en México.

Fuente:

ISAGENIX[®]

A TRAVÉS DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS CON CAUSA "CREER PARA VER", NATURA CUMPLE 15 AÑOS DE APOYAR LA EDUCACIÓN EN MÉXICO

Con la convicción de que una sociedad más justa se construye a través de la educación, **Natura** creó "**Creer para Ver**", una marca de productos con causa que hoy celebra 15 años de presencia en México.

A través de esta línea, y con el apoyo de su red de Consultoras y Consultores de Belleza, la compañía destina 100% de sus ganancias a proyectos educativos integrales en el país.

Gracias a esta iniciativa, fue creado el Instituto Natura con el propósito de gestionar la inversión de los recursos de "**Creer para Ver**" y financiar las políticas de aprendizajes fundamentales¹ que al momento se han implementado en Guanajuato, Nuevo León, Querétaro, Sonora, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán, estados con los que se han firmado convenios de colaboración.

"Las iniciativas que se realizan con lo recaudado se logran a través del compromiso y la gran labor de las y los Consultores de Belleza, quienes, además de vender productos cosméticos, comercializan más de 30 productos no cosméticos con causa social de la línea "**Creer para Ver**", como artículos de papelería, utensilios reutilizables, accesorios escolares y de oficina", expresó **Griselda Ramos, directora de Sustentabilidad de Natura**.

LÍNEA DEL TIEMPO:

- **2010**, se crea el Instituto Natura en Brasil (administra los recursos obtenidos con la línea "Creer para Ver", con foco en la mejora de la educación pública).
- **2014**, se lanza Comunidades de Aprendizaje, un modelo de escuela que busca mejorar el aprendizaje y la convivencia de todas y todos los estudiantes, en todos los países de América Latina Hispana.
- **2016**, se crea el programa Madrinas de biblioteca, en el que Líderes de Belleza Natura donaron libros para ser utilizados en las Tertulias Literarias de las escuelas que eran parte de Comunidades de Aprendizaje.
- **2020**, llega Instituto Natura a México, con el objetivo de incidir en la política pública para mejorar la educación. Se lanza el primer proyecto de impacto en educación para Consultoras "Cuidados para ti y tu Familia".

¹De acuerdo con la UNESCO, los aprendizajes fundamentales son orientaciones para el aprendizaje a lo largo de la vida a través de conocimientos, habilidades y actitudes en el aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a convivir y aprender a ser para la formación de los nuevos ciudadanos de la sociedad global y del conocimiento.



- **2021**, se elabora el proyecto Embajadoras de “Creer para Ver”, que busca impulsar la venta de la marca para impactar a más personas en México.
- **2023**, el Instituto Natura, en conjunto con los siete estados aliados de la República Mexicana, han contribuido a formar a 31,032 docentes de 7,829 escuelas, beneficiando a 620,791 estudiantes de primaria baja.

“Sostenemos nuestro compromiso porque creemos que no hay nada en el mundo con tanto potencial de transformación individual y colectiva como la educación. Desde el Instituto Natura y de la mano de “Creer para Ver”, trabajamos bajo la convicción de contribuir a la implementación de políticas y prácticas educativas transformadoras a escala para mejorar la calidad de vida de niñas y niños de nuestro país”, comentó **Silvia Ojeda, directora del Instituto Natura México.**

Por lo anterior, se han establecido alianzas con la UNESCO, Fundación Coppel, Fundación Sertull, Faro Social y Educativo, Fundación Zorro Rojo y Vía Educación, con el objetivo de sumar esfuerzos e impactar de manera positiva a través de la Política de Aprendizajes Fundamentales en lengua, matemáticas y habilidades socioemocionales a estudiantes de los primeros tres grados de primaria.

Fuente:



SEYTÚ CELEBRA EL CUIDADO DE LA BELLEZA COMO PATROCINADOR OFICIAL DE MISS UNIVERSE 2024

SEYTÚ, la marca mexicana de cosméticos reconocida por su compromiso con la calidad y la innovación ha anunciado con entusiasmo, su asociación como patrocinador oficial de Miss Universe. Esta colaboración histórica le permitirá a la empresa presentar su exclusiva gama de productos de maquillaje a nivel global, brindando apoyo a las participantes del certamen en su búsqueda por celebrar la belleza y la autoconfianza.

“Estamos muy emocionados porque SEYTÚ cuidará y resaltará la belleza de las mujeres más hermosas del mundo en el certamen Miss Universe. Esta colaboración representa un hito importante para nosotros, nuestro compromiso con la belleza, la diversidad y la confianza en uno mismo” comenta Kenya Vergara, directora de Marketing Global **OMNILIFE y SEYTÚ**.

A través de su compromiso con la excelencia y la satisfacción de sus consumidoras, mismo que se refleja en cada producto, SEYTÚ ha ganado la confianza de millones de personas en todo el mundo. Además, para SEYTÚ, “la verdadera belleza es cuidar de ti y de los demás, con productos que no solo realzan como te sientes, sino que también cuidan del planeta. Nuestros productos son todos libres de parabenos, no probados en animales, hipoalergénicos y dermatológicamente probados”, explica Kenya.

Con este nuevo capítulo, SEYTÚ reafirma su posición en el sector cosmético, enfocado no solo en la estética sino también en promover la autoexpresión y la confianza personal a través de sus productos. Esta alianza con Miss Universe no solo fortalecerá la presencia global de SEYTÚ, sino que también subraya su compromiso continuo con el empoderamiento de las mujeres a nivel mundial, fomentando el cuidado de su belleza interior y exterior, celebrando lo que las hace únicas.

Fuente:

OMNILIFE
GENTE QUE CUIDA A LA GENTE

SEYTÚ®
CUIDA TU BELLEZA

PATROCINADOR OFICIAL

MISS * UNIVERSE



¿QUÉ SON LOS IRIDOIDES Y POR QUÉ DEBEN INTERESARNOS?

Como los antioxidantes, los iridoides son compuestos presentes en las plantas que desempeñan un importante papel para proteger de daños a las células. A diferencia de los antioxidantes, ¡pocos los conocen!

Si bien los antioxidantes son muy conocidos por su capacidad para neutralizar los radicales libres, los iridoides también poseen propiedades antioxidantes, es decir, que pueden ayudar a resguardar a las células del estrés y los daños oxidantes.

Las plantas producen iridoides para protegerse de daños, como ataques de insectos o enfermedades. ¡Considéralos como el sistema de defensa de la naturaleza!

Los iridoides a través de los años

Históricamente no ha sido posible explicar gran cosa sobre los iridoides, pero sí se ha conocido su efectividad utilizando o consumiendo plantas que los contienen.

Dato curioso: Hace mucho, mucho tiempo que los gatos se revuelcan entre la hierba gatera, rica en iridoides, para protegerse de los insectos, y los humanos también han aprovechado esa protección. Durante siglos, nuestros ancestros se beneficiaron de las propiedades repelentes de insectos de las plantas con iridoides. Sabemos esto porque hay referencias del uso de la hierba gatera como repelente contra insectos para uso humano en textos que datan de 1638.

Sin embargo, los iridoides no solo sirven para evitar a los insectos. Los habitantes de la Polinesia Francesa ensalzaban al fruto del noni —adivinaron: por su abundante contenido de iridoides— como parte indispensable de su cultura y su vida diaria.

Cuando los viajeros polinesios navegaban por el Océano Pacífico, llevaban noni en el limitado espacio de que disponían en sus canoas. ¿Por qué? Bueno, les servía para múltiples propósitos, como ayudar a incrementar la estamina en viajes largos (piensa nomás en lo mucho que se les cansaban los brazos de tanto remar) y hacer las veces de remedio medicinal vital. ¡En realidad, el noni era lo único que llevaban como medicina!

¿Antigua Tradición
o Respaldo Científico?

Beneficios de los iridoides en la salud

Mientras que los pueblos antiguos consideraban como benéficas las plantas que contienen iridoides, nosotros ahora tenemos las bases científicas para demostrar que lo son. Se ha demostrado en estudios que los iridoides tienen propiedades antioxidantes, o sea que pueden ayudar en la protección de las células contra daños provocados por las moléculas perjudiciales conocidas como radicales libres. Esto significa que los iridoides tienen el potencial de ayudar a mantener saludable el organismo y reducir el riesgo de contraer ciertas enfermedades.

Por otra parte, la investigación sobre el potencial antiinflamatorio de los iridoides revela perspectivas prometedoras para la salud humana. Como la inflamación exagerada puede dar lugar a problemas como artritis o enfermedades cardíacas, los iridoides podrían ser favorables para una mejor salud general. De hecho, las plantas que contienen iridoides predominan en la medicina natural por sus efectos antiinflamatorios.

Noni tahitiano: Fuente rica en iridoides

Cuando de contar con una poderosa fuente de iridoides se trata, el fruto del noni tahitiano es la respuesta, y se ha demostrado en estudios clínicos lo efectivo que es para la salud humana.

En un estudio en que participaron 245 personas que fumaban cigarrillos, se les administró jugo de noni con iridoides o jugo de fruta sin iridoides. Tomaron este jugo todos los días, durante un mes. A continuación, los científicos analizaron su sangre para detectar cambios en el ADN.

Resultados: Tomando una pequeña cantidad de jugo de noni todos los días, los daños en el ADN provocados por fumar se redujeron 54.9%, efecto que, por el contrario, no se observó en quienes tomaron jugo de fruta sin iridoides. Por lo tanto, parece que los iridoides del jugo de noni ayudan a proteger al ADN de carcinógenos perjudiciales. Es interesante que quienes tomaron jugo de noni también experimentaron cierta reducción en los niveles de colesterol y de triglicéridos.

Los iridoides y tu bienestar

Evidencias científicas demuestran el enorme potencial de los iridoides para favorecer el bienestar holístico. Recibe una fuente concentrada de exclusivos iridoides de la planta del noni tahitiano, muy fáciles de incorporar a tu rutina diaria cuando tomas **Tahitian Noni® ORIGINAL o MAX.**

https://partner.co/shop/category/brand/tahitian_noni

Fuente:



Clínicamente Probado por
25+ Años





ROYAL CARIBBEAN EJEMPLO DE SUSTENTABILIDAD Y COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Una de las razones al viajar en crucero es la oportunidad de explorar la belleza natural, tanto de los océanos como de los destinos alrededor del mundo. Desde la vida salvaje de Alaska, hasta el cálido mar caribe y sus islas paradisíacas. Estas maravillas dependen del medio ambiente y **Royal Caribbean Group** tiene como prioridad la protección de los destinos y comunidades que visita. ¿La mejor parte? Tus vacaciones pueden ser tan responsables como memorables.

Royal Caribbean tiene la misión de ofrecer las mejores experiencias de manera responsable. Nuestro programa de sustentabilidad, “SEA the Future”, nos permite hacer precisamente esto. Desde mejorar la eficiencia energética y reducir los plásticos de un solo uso, hasta evitar que los residuos lleguen a los vertederos y apoyar a la economía de las comunidades que visitan. Orgullosos de la contribución a la conservación del planeta.

Royal Caribbean desarrolla soluciones innovadoras para ejecutar su estrategia “Destination Net Zero”, una iniciativa para lograr cero emisiones de gases de efecto invernadero para 2050. Cuando se trata de sustentabilidad, se contemplan todas las formas en que se utiliza, conserva y reutiliza la energía. Por esto utiliza electrodomésticos de bajo consumo, luces LED y fluorescentes y un sistema de lubricación de aire que reduce la fricción del barco al navegar.

También desarrolla iniciativas para conservar el agua, minimizar el desperdicio y construir una cadena de suministro más responsable y eficiente. Por ejemplo, Icon of the Seas, el barco más nuevo y sostenible de la marca, junto con *Wonder* y *Odyssey of the Seas*, tienen la capacidad de conectarse a las redes eléctricas en los puertos, reduciendo emisiones al reemplazar el uso de combustible. Icon es también el primer barco de la marca propulsado por Gas Natural Licuado (considerado el combustible marino más limpio disponible) y un sistema de celdas que generan energía sin producir contaminantes. Royal Caribbean también se convirtió en la primera naviera en implementar instalaciones que convierten residuos sólidos en energía utilizada a bordo.

Si bien el foco se centra en el impacto que tienen los barcos en el medio ambiente, también en Royal Caribbean estamos comprometidos en implementar fuentes de energía limpia y renovable para sus operaciones en tierra.

El *Royal Beach Club en Paradise Island, Bahamas*, abrirá sus puertas en 2025 y funcionará parcialmente con energía renovable en el momento de su lanzamiento, con el objetivo de alcanzar un 100% para 2030. En cuanto a su galardonado destino privado, *Perfect Day at Coco Cay*, se comenzó la construcción de la planta que reducirá y transformará residuos de alimentos en abono.

Estos avances revolucionarios, entre muchos otros, nos permiten mejorar las operaciones actuales mientras diseñamos barcos y experiencias innovadoras para una nueva era de cruceros.



Fuente:



LA VENTA DIRECTA EN EL MUNDO

NUEVE MARCAS DE VENTA DIRECTA INCLUIDAS EN LA LISTA DE LAS **50 PRINCIPALES EMPRESAS DE 2024 DE HAPPI**

Happi, una publicación que se centra en las tendencias y la innovación en las industrias de productos personales y del hogar, publicó su lista de las 50 principales empresas de Estados Unidos para 2024.

En la lista se incluyen nueve empresas de venta directa:

- ▶ **Mary Kay, Inc. – #11**
- ▶ **Amway – #12**
- ▶ **Young Living – #14**
- ▶ **Rodan + Fields – #16**
- ▶ **Neora – #23**
- ▶ **Nu Skin – #24**
- ▶ **Melaleuca – #25**
- ▶ **Scentsy – #31**
- ▶ **Alcora (MONAT Global) – #44**

Happi describió el entorno del año pasado como “difícil para los fabricantes estadounidenses en la industria de productos personales y del hogar”, pero señaló su lista como un ejemplo de empresas que “superaron estos obstáculos”.

<https://www.directsellingnews.com/2024/07/12/9-direct-selling-brands-included-in-happi-2024-list-of-top-50-companies/>

Fuente:

DSN

DIRECT SELLING NEWS

COMERCIAL

15 PRINCIPIOS PARA DESARROLLAR SU FUERZA DE VENTAS

Recientemente me pidieron que compartiera consejos y capacitación con nuevas empresas de venta directa sobre cómo crear y desarrollar una fuerza de ventas. ¡Y el entrenamiento no debía durar más de 20 minutos!

Entonces, en lugar de profundizar en cualquier táctica o estrategia, decidí cubrir lo que considero un punto de partida clave para cualquier empresa de venta directa, ya sea nueva, madura, grande, pequeña o en algún punto intermedio. Y en este artículo te ofrezco lo mismo.

Ningún principio único pretende abarcar todo. Mi intención es que estos principios sirvan como puntos de partida para reflexionar.

1 La confianza y la comunicación deben convertirse en componentes fundamentales de todo lo que hagas.

En pocas palabras, desde el punto de vista corporativo, la confianza es tu activo más valioso cuando se trata de relaciones de campo. Nada fomenta más la confianza que una comunicación clara, convincente y oportuna. Y no puede tratarse sólo de las cosas buenas, la confianza realmente se construye cuando comunicas bien las cosas malas. Por otro lado, cuanto más confía alguien en ti, más abierto estará a comunicarse contigo.

2 La unidad fundamental del éxito en la venta directa es la conversación.

No puede suceder nada que implique vender un producto, inscribir a un nuevo cliente, inscribir a un nuevo distribuidor, promocionar a un nuevo líder o simplemente compartir una historia que lo haga sentir bien hasta que primero se produzca una conversación. Si tu fuerza de ventas no mantiene una conversación sobre tus productos y tu empresa, entonces no puede pasar nada más. ¡La conversación debe ser lo primero! Puede ser una conversación en persona o digital. Hay tantos "tipos" diferentes de conversaciones hoy en día, pero una de sus funciones principales en la empresa es ayudar a iniciar tantas conversaciones como sea posible.



3 Exagere con su incorporación.

Como industria que se enorgullece de lo bien que enseñamos y capacitamos a nuestra gente, me sorprende constantemente lo deficientes que son la mayoría de los programas de incorporación. Por incorporación me refiero a la secuencia de mensajes e interacciones que ocurren (normalmente, de forma automatizada) después de que alguien se registra como distribuidor independiente. Este es el momento más crítico en la vida de cualquier distribuidor. Exagere al dividirlo en pasos simples y hacer todo lo posible para ayudar a que esta nueva semilla eche raíces y crezca.

4

Ayude a los distribuidores a obtener su primer pedido lo antes posible.

La reacción normal de la mayoría de las personas después de inscribirse es preguntarse: "¿Esto realmente funcionará?" Tus nuevos distribuidores independientes definitivamente se estarán preguntando eso. Así que ayúdalos a responder esa pregunta con un rotundo "¡Sí!" lo más rápido posible. No se trata de cuánto dinero ganan con ese primer pedido, solo necesitan pruebas de que: "Sí, puedo ofrecer esto fácilmente a personas que conozco, y al menos algunas de ellas me pedirán este producto". Tantas preocupaciones y objeciones se desvanecen rápidamente cuando se recibe este primer pedido. ¡Encuentra formas de hacerlo realidad!

5

Asegúrate de que tus distribuidores sean realmente distribuidores.

Todos tenemos distribuidores que se registran sin intención de vender nada ni patrocinar a nadie. Muchas veces, lo hacen para obtener la mejor oferta en la compra de un producto. Otras veces, simplemente le están haciendo un favor a alguien. Hay todo tipo de razones. Pero aquí está la cuestión: no quieres distribuidores que no distribuyan. Si quieren ser consumidores de tus productos, permíteles ser clientes. Si tus ofertas y programas actuales no ofrecen la mejor oferta a los consumidores además de convertirse en distribuidor, deberías reconsiderarlo. Cuando sabes que puedes tratar a tus distribuidores como distribuidores y a tus clientes como clientes, suceden cosas buenas.

6

Suponte que tus nuevos distribuidores solo estarán contigo durante 90 días.

Siempre hemos considerado la marca de los 90 días como el objetivo en nuestra industria. La idea siempre ha sido... si podemos conseguir que alguien cumpla 90 días, entonces es mucho más probable que se quede muchos días más después de eso. Comprueba tus datos y verifica si ese es el caso de tu empresa. La mayoría de las personas simplemente no sobreviven los 90 días. Y muchas veces eso no tiene nada que ver contigo.

La capacidad de atención empresarial hoy en día es mucho más corta para la mayoría. Entonces... en lugar de simplemente esperar que lleguen a los 90 días, ¿qué pasaría si pudieras cambiar? Estás pensando en algo más como "Tengo los próximos 90 días para asociarme con este distribuidor; aprovechémoslo al máximo". No puedo evitar pensar que esto cambiaría todo tipo de cosas que estás haciendo desde el punto de vista del programa de ventas.

7 **Desarrolla tu cultura de ventas en torno a tu programa de inicio rápido.**

El programa de inicio rápido ayuda a simplificar tu negocio. Es importante crear uno que realmente se adapte a las personas en el lugar donde se encuentran. Los distribuidores exitosos en tu empresa deben a) optar por el Inicio Rápido, b) ayudar a alguien a lograr el Inicio Rápido (por ejemplo, patrocinar) o c) ayudar a alguien a ayudar a alguien a lograr el Inicio Rápido (por ejemplo, formación de equipos).

8 **Adopta una mentalidad de "próximos pasos" en su desarrollo.**

Me gusta definir el liderazgo de esta manera: "El liderazgo es el coraje de dar el siguiente paso y la voluntad de ayudar a otra persona a dar el suyo". A menudo somos culpables de pedirle a la gente que dé grandes pasos. Por cada persona que logra dar ese gran salto, normalmente hay cinco o más que se quedan cortos y simplemente se desvanecen. Crea una cultura que tenga un siguiente paso para todos.

9 **Concéntrate siempre en tu próxima generación de liderazgo.**

Todo sube y baja en el liderazgo. Tu presente puede estar en buena forma gracias a tus líderes actuales, pero tu futuro depende de tu próxima generación de líderes. Es muy fácil perder de vista a nuestra próxima generación de líderes. Requiere cierta visión e inversión en el futuro. Pero vale la pena. La mayoría de las empresas asumen que su generación original de líderes siempre será su líder. Y eso puede funcionar si sólo estás interesado en estar en el negocio durante 10 a 15 años. Pero si quieres crecer en las próximas décadas, necesitas tener una nueva generación de líderes que asciendan cada 10 años. No significa que los viejos líderes desaparezcan; simplemente significa que todos dejan espacio para que la próxima generación se levante y lleve la empresa al siguiente nivel.



10 **No pienses demasiado en el reconocimiento, ¡simplemente exagera!**

Es muy fácil quedar atrapado en los diferentes métodos de reconocimiento. Desde galas hasta llamadas de zoom, menciones sociales y sesiones de fotos para el próximo catálogo, todo es genial e importante. Pero he visto a muchas empresas esperar para perfeccionar su enfoque de reconocimiento, sólo para perder muchas oportunidades. Así que sigue adaptándote, pero no permitas que la adaptación detenga la actividad de hoy.

11 **No te dejes atrapar por perseguir líderes de otras empresas; crea tus propias historias.**

Las empresas jóvenes pueden centrarse especialmente en encontrar nuevos líderes de otras empresas. No digo que esto sea del todo malo, pero no debería ser lo principal que hagas. Esto es lo que pasa con los líderes que dejan una empresa para unirse a la tuya: su historial te indica que es probable que ellos también dejen tu empresa por unirse a otra. Así que no apuestes por ellos, intenta desarrollar orgánicamente a tus propios líderes.

12 **Los anuncios de Facebook centrados en conseguir nuevos distribuidores son una excelente manera de perder mucho dinero (a menos que realmente sepas lo que estás haciendo).**

Muchas empresas piensan que pueden simplemente preparar algunos anuncios ofreciendo oportunidades y las inscripciones llegarán a raudales. No digo que esto no pueda funcionar, pero realmente necesitas saber qué estás haciendo para lograrlo. Especialmente en una empresa joven, su presupuesto es algo muy valioso, por lo tanto, si no estás seguro de como atraer nuevos distribuidores deberías evaluarlo mejor o dejar que otra persona lo haga por ti.

13 **No te dejes atrapar por reinventarte constantemente, concéntrate en repetirlo.**

Como industria, nos enorgullecemos de aprovechar la magia de la duplicación. Lo curioso es que la mayoría de nosotros cambiamos las cosas con tanta frecuencia que nadie tiene la oportunidad de duplicarlas. Como empresa joven, puede ser muy fácil modificar y modificar y modificar. Después de todo, estás aprendiendo mucho sobre la marcha. Algo de esto es inevitable, pero no abandones la idea original. La mayoría de las veces, el problema no está en la estructura de tus programas o marca; es simplemente una falta de conciencia y simplicidad lo que está causando los problemas.



14 **Los trucos y las promociones no resuelven los problemas. Concéntrate en tu cultura de ventas más que en tus programas de ventas.**

Es muy fácil lanzarse a impulsar una promoción para obtener un aumento en las ventas. Y luego lo vuelves a hacer. Y otra vez. Y muy pronto, la “norma” ya no será suficiente para nadie. ¡Así que estás estancado! Tu plan de compensación estándar debería ser el mejor incentivo para formar un equipo. Las promociones y ofertas especiales definitivamente tienen su lugar, pero no te quedes estancado en tener que “regalar” sólo para conseguir algo de movimiento.

15 **Si no eres líder de campo que tu empresa merece, busca a alguien que lo sea.**

Especialmente en el caso de las empresas jóvenes, es común que los fundadores desempeñen muchas funciones, incluido el desarrollo de campo. En muchos casos, esto funciona muy bien. A veces, un fundador reconoce que eso no es exactamente lo suyo. Reconocer que no eres el líder de campo que tu empresa necesita es un gran paso adelante. Ahora busca a alguien que lo sea.

Fuente:

<https://worldofdirectselling.com/principles-develop-sales-force/>

Autor: Brett Duncan

LA AMVD INFORMA

SEMINARIO ASSOCIATION PERFORMANCE PROGRAM WFDSA 2024

Con gran éxito, la Asociación Mexicana de Ventas Directas organizó la 19ª edición del Seminario APP WFDSA, evento que se celebra anualmente en diferentes países de la región latinoamericana.

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.

Este año tuvimos la oportunidad por cuarta ocasión de volver a ser sede de este importante evento, ahora en la bella ciudad de Guadalajara donde del 17 al 19 de julio recibimos a los representantes de las Asociaciones de Ventas Directas de la región y de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa.

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

Como anfitriones por parte de México, encargados de recibir a nuestros distinguidos invitados estuvieron Adelfo Enríquez como presidente de la AMVD, Priscila Marín, vicepresidenta, Juan Pablo Fueyo, tesorero del Consejo Directivo, Cecilia Carranza, directora administrativa y Graciela Labra, asistente de la AMVD.

Así mismo, se contó con el apoyo del Grupo Omnilife, Socio Activo AMVD, en la organización del evento, siendo su participación determinante en el éxito de la reunión.

El programa dio inicio con un Cocktail de Bienvenida donde en un ambiente de cordialidad, todos los invitados tuvieron la oportunidad de convivir, volverse a encontrar con amigos o conocer nuevos colegas. En este cocktail también participaron representantes de empresas afiliadas a la AMVD cuyas sedes están en Guadalajara: Bioscents, Grupo Omnilife, Herbalife, Hy Cite y Terramar.

Sesiones de Trabajo

Adelfo Enríquez, presidente de la AMVD y Tamuna Gabilaia, directora ejecutiva y COO de la WFDSA iniciaron las sesiones de trabajo con unas palabras de bienvenida.

Posteriormente Tamuna Gabilaia presentó un resumen de las iniciativas de la Federación abarcando proyectos tales como la puesta en marcha de Estudios de Impacto Socio-Económicos Globales, la Iniciativa del cambio de marca global de la Venta Directa y estudios de reputación.

En una muy interesante plática, Liz Ludewig, directora general de Netzen y Gerardo García, Presidente de Netzen compartieron su amplia experiencia y conocimientos en el ámbito tecnológico, con el tema "Tecnología e Inteligencia Artificial aplicada a la Venta Directa". Se agradeció a Netzen, Socio Colaborador AMVD su valiosa participación.

También fueron tratados diversos temas como las "Condiciones económicas y desafíos del mercado", "Tendencias cambiantes en el comportamiento de la Venta Directa", "El e-commerce y futuro de los Marketplaces".

En una sesión de Zoom abierta a las empresas afiliadas a las diferentes Asociaciones se trató el tema "Lo que buscan las nuevas generaciones de la Venta Directa", con la participación de distribuidoras independientes, así como, de Laura Garduño, directora de ventas de Belcorp Perú y María Fernanda León, directora ejecutiva de la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa como moderadora de la charla.

Así mismo, 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.

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.



Convivencia e integración

Para completar la experiencia de todos nuestros visitantes tuvimos la oportunidad de visitar la Planta de Manufactura de Omniflife, empresa 100% mexicana, orgullo de nuestro país. Pudimos recorrer todo el proceso de la elaboración de los productos con un sistema altamente automatizado, con estrictos protocolos y certificaciones nacionales e internacionales.

Para cerrar con broche de oro, el Consejo de Administración del Grupo Omniflife conformado por Amaury Vergara Zatarain, presidente del Grupo Omniflife-Chivas, Kenya Vergara Zatarain, directora de Marketing Global, Yelena Povaguina, directora ejecutiva de Control Financiero y Diego Rodrigo Calderón Schulze, director ejecutivo de Multidesarrollo fueron anfitriones de una comida en el Estadio Akron, donde se disfrutó de la gastronomía mexicana al son del mariachi. El convivio concluyó con una visita guiada por las instalaciones del estadio de Las Chivas.

Como siempre nuestro país se distinguió por su calidez y hospitalidad permitiendo a nuestros visitantes disfrutar de la cultura, tradiciones, música y sitios emblemáticos de Guadalajara, para llevarse una experiencia inolvidable de su estancia en nuestro bello país.

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

www.amvd.org.mx



AMVD

ASOCIACIÓN MEXICANA DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

NOTICIAS EN DIRECTO