



AMVD

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

NOTICIAS EN DIRECTO

CONTENIDO

3

NOTAS ECONÓMICAS

- 5 sectores laborales que tendrán una elevada demanda en el futuro y las habilidades necesarias para tener éxito en ellos

8

NOTAS ECOLÓGICAS

- Aumento de la temperatura



10

NUESTROS SOCIOS INFORMAN

- La integración de diferentes generaciones es clave para el éxito empresarial: Natura Avon
- El crédito de productos: Un impulso para el éxito de los asociados y la empresa
- Logística para ampliar oportunidades en la industria de Venta Directa
- Colaboraciones de Isagenix
 - ISAGENIX México celebra 14 años de innovación y éxito en el mercado de nutrición
 - ISAGENIX celebra a lo grande: Celebración global en Phoenix honra a los líderes de México
- ¡Impulsa tus ventas navideñas con catálogos irresistibles!
- Emprender con Natura: el modelo de negocio ideal para Silverpreneurs en México
- Premio Bravo Impact Award
- El desafío de las redes sociales
- Nu Skin estableció un nuevo título GUINNESS WORLD RECORDS™
- Omnilife y MOJA impulsan la preservación del ajolote mexicano en Xochimilco
- Estrés oxidativo, el gran enemigo de la salud actual
- Caminando sobre el Sol Scentsy: Reunión Familiar Scentsy 2024



32

LA VENTA DIRECTA EN EL MUNDO

- La WFDSA publica su informe anual de datos estadísticos de la Venta Directa global 2023

33

COMERCIAL

- Lo que se debe y no se debe hacer para lograr una oferta navideña exitosa en la venta directa



37

LA AMVD INFORMA

- Economía de México al cierre del sexenio: Turbulencias y perspectivas
- Reconocimiento "Platino WFDSA 2024" para la AMVD

NOTAS ECONÓMICAS

5 SECTORES LABORALES QUE TENDRÁN UNA ELEVADA DEMANDA EN EL FUTURO Y LAS HABILIDADES NECESARIAS PARA TENER ÉXITO EN ELLOS

El mercado laboral está cambiando más rápido que nunca y muchos de los empleos actuales desaparecerán pronto.

Según un estudio reciente del Foro Económico Mundial, hay dos factores principales que están cambiando las cosas: la aparición de nuevas tecnologías, la automatización y el movimiento hacia la economía verde y la sostenibilidad.

Se prevé que el rápido avance de las nuevas tecnologías, como el Big Data, la computación en la nube y la inteligencia artificial, traerá consigo cambios radicales al mercado laboral.

La buena noticia es que la llegada de nuevas tecnologías da un impulso a toda la economía y, aunque destruye algunos empleos, crea muchos otros. Después de todo, cuando una empresa puede lograr más con menos recursos, naturalmente se expande.

Los investigadores del Foro Económico Mundial afirman que casi una cuarta parte de todas las profesiones actuales cambiarán en los próximos cinco años.

Por lo tanto, para tener éxito en un mercado laboral cada vez más competitivo, será necesario aprender constantemente nuevas habilidades y pulir capacidades.

Habilidades principales

La alfabetización técnica es una de las principales habilidades que se deben adquirir para poder tener una posición competitiva en el nuevo mercado laboral.

Esto no significa que todos deban conocer lenguajes de programación o comprender los entresijos del aprendizaje automático.



1. Nuevas tecnologías

No es de extrañar que las tecnologías de la información y las nuevas tecnologías se encuentren también entre los sectores más prometedores en el futuro próximo.

El desarrollo de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático traerá consigo oportunidades muy interesantes.

Una de las profesiones con más futuro en este campo es la de ingeniería rápida o de instrucciones (*prompt engineering, en inglés*), un especialista en la comunicación con modelos de inteligencia artificial que ayuda a formular correctamente las solicitudes y actúa como una especie de intermediario entre la inteligencia artificial y las personas.

Otros posibles empleos relacionados con la IA son los especialistas en ética, los ingenieros de seguridad y los desarrolladores de interfaces fáciles de usar para la interacción hombre-máquina.

En general, en el caso de la inteligencia artificial, se recomienda a las personas de diversas profesiones que no la vean como un competidor, sino como un socio, y que sepan cómo cooperar con ella.

Otro campo de posibilidades es el análisis de Big Data, una enorme variedad de información, que va desde plataformas en línea como Netflix hasta el colisionador de hadrones o los sistemas de control.

Seguramente tampoco faltará trabajo para los especialistas en ciberseguridad, simplemente porque habrá más información sensible.

También se necesitarán especialistas en tecnologías financieras, analistas de negocios y desarrolladores de sistemas blockchain.

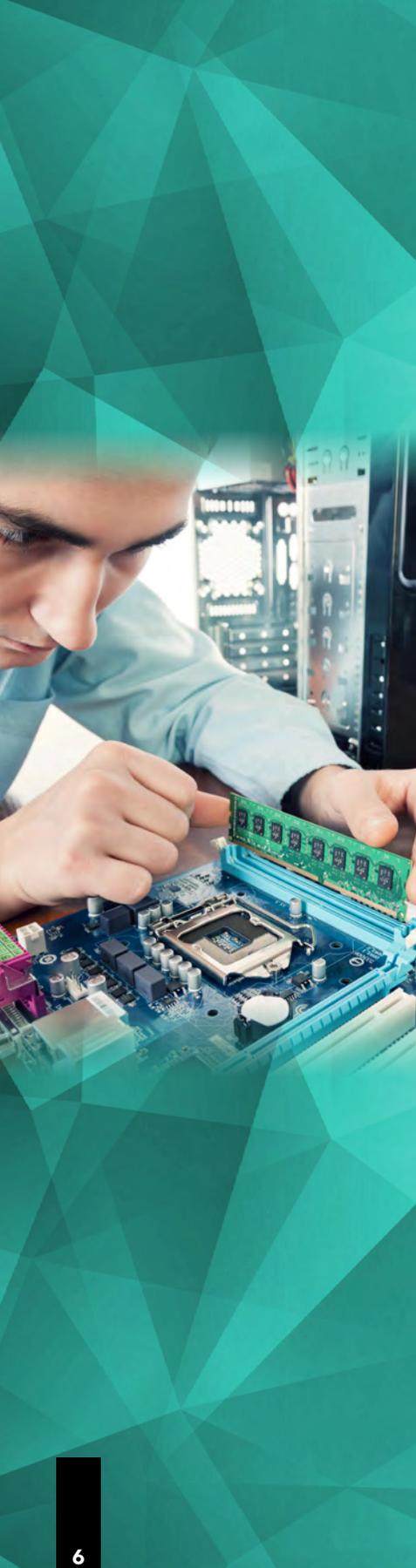
2. Trabajos “verdes”

Según el Informe sobre el futuro del empleo 2023 del Foro Económico Mundial, la demanda de empleos “verdes” está creciendo rápidamente en todos los sectores e industrias.

“A nivel mundial, la transición verde podría crear 30 millones de empleos en energía limpia, eficiencia y tecnologías de bajas emisiones para 2030”, afirma el informe.

Por ahora, los países líderes en nuevas oportunidades laborales en energía verde y desarrollo sostenible son los occidentales y Japón. China los está alcanzando gradualmente.

Estos empleos pueden estar relacionados con los negocios, la ciencia, la política o directamente con el medio ambiente, dentro de sectores que trabajan en el desarrollo de energías renovables o nuevas fuentes de energía y baterías, la preservación de especies en peligro de extinción, la



consultoría empresarial o, por ejemplo, la práctica jurídica y los cambios en las leyes de protección del medio ambiente.

También habrá una necesidad de urbanistas, arquitectos, diseñadores y constructores de casas inteligentes.

3. Profesionales de la salud

La población mundial está envejeciendo y la esperanza de vida está aumentando. La atención y el tratamiento de personas mayores serán cada vez más necesarios.

Por tanto, en el futuro próximo seguirá habiendo una gran demanda de profesionales sanitarios. Especialmente valiosos serán los profesionales sanitarios que no sólo proporcionan a los pacientes medicamentos, sino también apoyo moral.

Los médicos y los especialistas sanitarios tendrán que aprender constantemente y adaptarse a nuevos métodos de diagnóstico y tratamiento. La inteligencia artificial también será de ayuda.

También habrá trabajo para psicoterapeutas y diversos mentores de desarrollo personal o instructores de prácticas espirituales.

4. Trabajo manual

En los próximos años seguirán siendo necesarios profesionales en trabajos manuales como mecánicos, reparadores, electricistas o constructores.

En el caso de que sea necesario realizar tareas pequeñas y precisas en diferentes circunstancias, el ser humano seguirá siendo insustituible.

Pero para mantenerse a flote y ser solicitados, estos especialistas también deberán mejorar constantemente sus conocimientos técnicos y dominar nuevas herramientas inteligentes.

También se espera que aumente la demanda de nuevas profesiones en la agricultura. La población del planeta está creciendo y todo el mundo necesita comer. Pero, una vez más, la demanda será más de ingenieros hábiles que de agricultores.



Trabajos que dejarán de existir

Habrá muchos trabajos que pronto comenzarán a desaparecer del mercado laboral. Estos son los tipos de trabajo que cada vez son más fáciles de automatizar. A continuación, se incluye una lista de posibles trabajos que podrían desaparecer del mercado laboral en breve:

- Atención al cliente (cajeros, vendedores, consultores, etc.)
- Gestión de oficinas (debido al aumento del trabajo remoto)
- Introducción de datos (empleados en el campo de la estadística, las finanzas, mecanógrafos, traductores técnicos)
- Contabilidad
- Trabajadores de fábrica que realizan tareas repetitivas.

5. Narración de historias

Otra profesión, que rara vez se menciona, pero que sin duda seguirá siendo necesaria en el futuro, es la de narradores de historias.

Tal como era necesario hace miles de años, cualquier trabajo creativo relacionado con la transmisión de la experiencia humana seguirá siendo esencial. Seguiremos necesitando escritores, poetas, directores, actores, comediantes, artistas y músicos, incluso si la inteligencia artificial plantea nuevos desafíos en estos sectores.

Fuente:



<https://www.bbc.com/mundo/articles/cj621r34rryo>

Autor: Oleg Karpyak

NOTAS ECOLÓGICAS

■ AUMENTO DE LA TEMPERATURA

- 1** La Tierra tiene en la actualidad una temperatura 1.1 °C superior a la que tenía en el siglo XIX. No estamos en vías de cumplir el objetivo del Acuerdo de París de evitar que la temperatura global supere los 1.5 °C por encima de los niveles preindustriales. Se considera que ese es el límite superior para evitar las peores consecuencias del cambio climático.
- 2** Los años del 2010 al 2019 fue la década más cálida registrada de todos los tiempos.
- 3** La temperatura global de la superficie ha aumentado más rápido desde 1970 que en cualquier otro período de 50 años durante al menos los últimos 2,000 años.
- 4** Si las emisiones de dióxido de carbono siguen su curso actual, la temperatura podría aumentar hasta 4.4 °C a finales de siglo.
- 5** En 2019, las concentraciones de gases de efecto invernadero alcanzaron nuevos máximos. Los niveles de dióxido de carbono fueron 148 % mayores de los niveles preindustriales.
- 6** Las concentraciones de gases de efecto invernadero, que ya están en sus niveles más altos en dos millones de años, han seguido aumentando.
- 7** Desde mediados de la década de 1980, las temperaturas del aire de la superficie del Ártico se han calentado al menos dos veces más rápido que la media mundial, mientras que el hielo marino, la capa de hielo de Groenlandia y los glaciares han disminuido en el mismo período y las temperaturas del permafrost han aumentado.
- 8** Las emisiones deben disminuir un 7.6 % al año entre 2020 y 2030 para evitar que las temperaturas superen los 1.5 °C y un 2.7 % al año para mantenerse por debajo de los 2 °C.

9 El déficit de emisiones en 2030 o la diferencia entre la reducción necesaria de dióxido de carbono y las tendencias actuales, se estima en 12-15 gigatoneladas de dióxido de carbono equivalente (Gt CO₂e) para limitar el calentamiento global por debajo de los 2 °C. Para el objetivo de 1.5 °C, la diferencia es de 29-32 Gt de CO₂e, lo que equivale aproximadamente a las emisiones combinadas de los seis mayores emisores.

10 Para seguir una senda coherente con 1.5 °C, el mundo tendrá que reducir la producción de combustibles fósiles en aproximadamente un 6 % anual entre 2020 y 2030. En cambio, los países están planificando y proyectando un aumento medio anual del 2 %, lo que en 2030 supondría más del doble de la producción compatible con el límite de 1.5 °C.

Fuente:

<https://www.un.org/es/climatechange/science/key-findings>



**Naciones
Unidas**

NUESTROS SOCIOS INFORMAN

LA INTEGRACIÓN DE DIFERENTES GENERACIONES ES CLAVE PARA EL ÉXITO EMPRESARIAL: NATURA AVON

En el entorno laboral contemporáneo, la diversidad va más allá de la raza, género o etnia. La diversidad generacional se presenta como un factor esencial que influye en la dinámica y el éxito de las organizaciones. A continuación, exploramos por qué es fundamental considerar las diferencias de edades en el lugar de trabajo y cómo esto puede beneficiar tanto a empleados como a empleadores.

La diversidad de edades es un reto para las organizaciones que deben gestionar con éxito el conocimiento, las habilidades y las necesidades de los profesionales, atendiendo al carácter diferenciador de cada grupo etario, plantea el análisis "Talento en equipo: trabajar con cuatro generaciones", realizado por el área de Recursos Humanos del grupo de belleza y cuidado personal, **Natura Avon**.

En las organizaciones mexicanas hay cuatro grupos que conviven en el entorno laboral, que crecieron en contextos históricos, sociales y laborales particulares. Por ello, es crucial adoptar una nueva competencia: la gestión de la diversidad, especialmente para los gerentes, si desean aprovechar al máximo el conocimiento de las empresas.

Natura y Avon, empresas del grupo Natura &Co, impactan en la vida de más de 18 mil colaboradores, por representar una opción laboral y de ingresos y por implementar metodologías ágiles, enfoque en fortalezas de todos los miembros y prácticas de flexibilidad, entre otras. Su objetivo es reconocer las diferencias y aprovecharlas para generar un impacto positivo en sus proyectos y en las comunidades donde tienen operaciones.

Para Natura y Avon, la apuesta por la diversidad generacional va más allá de la simple composición de equipos por edad. El desafío radica en fortalecer la colaboración entre grupos con intereses, motivaciones y formas de trabajo distintas, logrando una integración natural. La capacidad de adaptarse y fomentar la adaptación en otros es fundamental para una adecuada integración.





Las carreras profesionales son cada vez más dinámicas y complejas. De acuerdo con el análisis mencionado, la cultura organizacional, independientemente de la generación, es vital para incrementar el sentido de permanencia, por lo que es importante mantener una cultura en la que todos los colaboradores, sin importar la edad, se sientan involucrados y parte de la dinámica de la empresa.

Fuente:



EL CRÉDITO DE PRODUCTOS: **UN IMPULSO PARA EL ÉXITO DE LOS ASOCIADOS Y LA EMPRESA**

En el dinámico mundo de la venta directa, las empresas que destacan son aquellas que no solo buscan aumentar sus ventas, sino también apoyar activamente el crecimiento de sus asociados. Un mecanismo altamente efectivo para lograrlo es la implementación de créditos de productos. Este enfoque, bien gestionado, puede convertirse en un poderoso motor de expansión tanto para los asociados como para la empresa.

Crecimiento a través del crédito

Según un estudio de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA), las empresas que ofrecen créditos a sus asociados reportan un aumento del 15% en las ventas anuales en promedio. Además, los asociados que cuentan con acceso a créditos tienen un 30% más de probabilidad de incrementar sus pedidos y un 20% más de posibilidades de fidelizar a sus clientes. Estos números hablan por sí mismos: ofrecer crédito es una inversión que rinde frutos a largo plazo.

Facilitando el éxito de los asociados

Otorgar crédito no solo mejora las ventas, sino que también permite a los asociados mantener inventarios más robustos y diversificados. Al eliminar la barrera de los pagos iniciales, las empresas fomentan que más emprendedores ingresen al sistema de venta directa, reduciendo la rotación y generando mayor estabilidad. Este beneficio no solo aumenta la capacidad de los asociados para satisfacer la demanda de sus clientes, sino que también fortalece su compromiso con la marca. De hecho, un informe de la Federación Europea de Venta Directa reveló que el 40% de los asociados con acceso a crédito mostraron una mayor lealtad a su empresa en comparación con aquellos que no lo tenían.

Una estrategia responsable y sostenible

Para maximizar los beneficios, es fundamental implementar políticas de crédito responsables, basadas en evaluaciones detalladas de la capacidad de pago de los asociados y en planes accesibles que faciliten la recuperación del crédito. Al hacerlo, no solo garantizamos la salud financiera de la empresa, sino que también protegemos a nuestros asociados de asumir riesgos innecesarios.

En resumen, el crédito de productos no solo representa una solución financiera, sino una estrategia que, bien ejecutada, impulsará tanto el éxito de los asociados como el de la empresa. Convirtamos esta herramienta en el pilar de un crecimiento conjunto y sostenible.

Fuente:

LOGÍSTICA PARA AMPLIAR OPORTUNIDADES EN LA INDUSTRIA DE VENTA DIRECTA

La industria de la venta directa enfrenta importantes desafíos logísticos que pueden impactar la satisfacción del cliente final y la fidelidad hacia la marca.

Uno de los retos más destacados es la gestión precisa de inventarios y la entrega puntual de productos a los consultores y distribuidores. La falta de visibilidad y control en la cadena de suministro puede generar retrasos y errores en las entregas, afectando negativamente la experiencia del cliente. Por ello, la trazabilidad y la planeación logística se han convertido en elementos clave para las empresas de venta directa que buscan fortalecer la confianza y lealtad de su red de distribuidores.

Además, la logística en la venta directa no se limita únicamente al transporte de productos, sino que también abarca procesos de almacenaje, distribución nacional e incluso la gestión de devoluciones. La integración con sistemas de gestión de inventarios (ERP) y la automatización de procesos logísticos son herramientas esenciales para garantizar el cumplimiento de los KPI's acordados y optimizar la operación diaria.

A medida que más empresas de venta directa deciden expandir su presencia en México, la necesidad de contar con un socio logístico confiable y experimentado se hace evidente. Este socio debe ofrecer soluciones integrales que abarcan desde la consultoría para establecer operaciones en el país, hasta el cumplimiento de la normativa mexicana aplicable, asegurando que cada eslabón de la cadena de suministro funcione sin contratiempos.

En este contexto, contar con un integrador logístico que ofrezca servicios personalizados es fundamental. Desde el manejo de la última milla hasta la logística inversa, la flexibilidad y adaptabilidad del socio logístico puede marcar la diferencia en la operación diaria de una empresa de venta directa.

En **Estafeta**, encontrarás un logístico que ofrece certeza en la ejecución y cumplimiento junto a la confianza de una marca con un alto nivel de reconocimiento y cobertura.

¡Podemos con el Paquete Completo!

Fuente: **estafeta**

atencionventadirecta@estafeta.com

COLABORACIONES DE ISAGENIX

ISAGENIX México celebra 14 años de innovación y éxito en el mercado de nutrición

ISAGENIX México conmemora con orgullo su 14° aniversario, un hito significativo en su trayectoria como líder en nutrición y bienestar. Desde su llegada al mercado mexicano en 2010, la empresa ha crecido de manera impresionante, transformando la vida de miles de personas a través de productos innovadores y un enfoque centrado en la salud y el bienestar integral.

En estos 14 años, ISAGENIX México ha demostrado un compromiso inquebrantable con la calidad y la innovación. La compañía ha lanzado una serie de productos revolucionarios que han establecido nuevos estándares en la industria de la nutrición. Entre sus ofertas más destacadas se encuentran sus sistemas de limpieza nutricional y suplementos de alto rendimiento, diseñados para apoyar tanto a quienes buscan mejorar su salud general como a los atletas que desean maximizar su rendimiento.

El éxito de ISAGENIX México no solo se refleja en el crecimiento de su portafolio de productos, sino también en su impacto positivo en la comunidad. A lo largo de los años, la empresa ha apoyado a numerosos emprendedores y ha creado oportunidades de negocio para aquellos interesados en unirse a su misión de transformar vidas. Este enfoque ha generado una comunidad vibrante de socios y clientes que comparten el compromiso de promover un estilo de vida saludable.

Además de su innovador portafolio de productos, ISAGENIX México ha implementado eventos de capacitación que empoderan a sus socios para alcanzar el éxito. La compañía ha trabajado incansablemente para ofrecer recursos y herramientas que permitan a los miembros de su red construir negocios sostenibles y efectivos.

“Hoy celebramos no solo nuestro aniversario, sino también el impacto que hemos tenido en la vida de tantas personas”, dijo Marco Casiano, Country Manager de ISAGENIX México. “Nuestro éxito es un testimonio del esfuerzo y la dedicación de nuestro equipo y de nuestra comunidad. Estamos emocionados por lo que el futuro nos depara y por continuar ayudando a las personas a alcanzar sus metas de salud y bienestar”.

Con la mirada puesta en el futuro, ISAGENIX México planea continuar con su misión de liderar el camino en la nutrición y el bienestar. La empresa se prepara para lanzar nuevos productos y expandir su presencia en el mercado, con el objetivo de seguir transformando vidas y ofreciendo soluciones innovadoras para una vida más saludable.

Juntos somos invencibles, Somos Isagenix.





ISAGENIX celebra a lo grande: Celebración global en Phoenix honra a los líderes de México

La emoción y el entusiasmo llenaron el aire en Phoenix, Arizona, cuando ISAGENIX llevó a cabo su espectacular Celebración Global 2024 para conmemorar un año de logros y triunfos. Este evento de primer nivel reunió a los líderes y ganadores de todo el mundo, y los representantes de México brillaron con luz propia en esta celebración internacional.

El evento, que tuvo lugar en el majestuoso Symphony Hall, fue un homenaje a la excelencia y al éxito dentro de la comunidad ISAGENIX. Con una noche llena de deslumbrantes ceremonias, presentaciones inspiradoras y una vibrante atmósfera de compañerismo, la Celebración Global fue una experiencia inolvidable para todos los asistentes.

Uno de los momentos más anticipados de la noche fue la presentación del nuevo equipo ejecutivo de ISAGENIX, liderado por la visionaria Sharon Walsh. Walsh, conocida por su liderazgo innovador y su compromiso con el crecimiento global, introdujo al nuevo equipo que guiará a ISAGENIX hacia una nueva evolución. Los nuevos líderes quienes aportarán una renovada visión estratégica. Esta renovación en el liderazgo promete abrir nuevas oportunidades y dirigir a ISAGENIX hacia un futuro aún más prometedor.

Los representantes de ISAGENIX México captaron la atención y el reconocimiento por su destacada participación y logros excepcionales. Los ganadores de México fueron aplaudidos por su dedicación y resultados sobresalientes, y su presencia en el evento internacional subrayó la creciente influencia y éxito de la región en el escenario global.

Premios y Reconocimientos: La Celebración Global fue el escenario perfecto para reconocer los logros de los socios de ISAGENIX México. Los galardonados fueron honrados por sus sobresalientes contribuciones y resultados, destacándose en una variedad de categorías, desde el crecimiento en ventas hasta el liderazgo inspirador.

Inspiradoras Presentaciones: Los asistentes tuvieron el privilegio de escuchar a algunos de los oradores más influyentes de la industria, quienes compartieron sus historias de éxito, estrategias innovadoras y visiones para el futuro. Las presentaciones motivadoras ofrecieron valiosas perspectivas y nuevas ideas para impulsar aún más el éxito en el próximo año.

Experiencias Memorables: La Celebración Global no solo fue una plataforma para el reconocimiento, sino también para la creación de conexiones valiosas. Los asistentes tuvieron la oportunidad de interactuar con líderes globales y colegas de todo el mundo, fortaleciendo redes y construyendo relaciones duraderas.

La presencia destacada de ISAGENIX México en Celebración Global



2024 refleja el crecimiento y el éxito continuo de la empresa en la región. La dedicación y el esfuerzo de los socios mexicanos no solo han sido reconocidos a nivel nacional, sino que también han captado la atención en el escenario internacional.

“Estamos increíblemente orgullosos de nuestros equipos y socios de México que han llevado su pasión y compromiso a Phoenix”, comentó Patsy Ortiz, Gerente de Marketing de ISAGENIX México. “La Celebración Global fue una celebración de sus logros y un recordatorio de lo que podemos lograr juntos. Este evento marca el comienzo de un nuevo capítulo lleno de oportunidades y éxitos continuos”.

Con el entusiasmo aún palpable de la Celebración Global 2024, ISAGENIX México está listo para enfrentar el próximo año con renovada energía y ambición. Los logros celebrados en Phoenix servirán como inspiración para seguir innovando y alcanzando nuevas metas.

Fuente:



ISAGENIX.
EL ARTE DEL BIENESTAR.

¡IMPULSA TUS VENTAS NAVIDEÑAS CON CATÁLOGOS IRRESISTIBLES!

De acuerdo con Forbes¹ en México las ventas directas facturan alrededor de 86 mdp anuales, evolucionando con un incremento en la adopción de canales digitales, aunque la venta por catálogo permanece como un componente importante del mercado. Por ello, hoy queremos hablarte sobre una de las opciones que tienes como mayorista ante la temporada de fiestas decembrinas: Crear un catálogo de tus productos que se adecue a las necesidades de tus clientes.

En estos meses, los vendedores tenemos que prepararnos para que nuestros productos brillen en estas fiestas. Podríamos darte un sinfín de estrategias mercadológicas, pero ¿has intentado con catálogos impresos?

Si eres de los que creen que son una herramienta de marketing costosa, te sorprenderías con las posibilidades y variables que existen actualmente en el mercado. Aquí te dejamos una lista breve de lo que debes cuidar a la hora de tomar decisiones:

No sólo son la herramienta perfecta para cautivar a tus clientes y potenciar tus ventas navideñas. Imagina un catálogo que no solo muestre tus productos, sino que inspire, emocione y convierta a tus lectores en compradores. ¡Con estas ideas, tu catálogo será el protagonista de esta temporada!

- **Personalización:** Ofrece a tus clientes una experiencia única personalizando los catálogos con sus nombres o preferencias.
- **Call to action claro:** Incluye un código promocional exclusivo para los clientes que realicen sus compras a través del catálogo.
- **Diseño responsivo:** Si ofreces una versión digital, asegúrate de que sea adaptable a diferentes dispositivos para una mejor experiencia de usuario.
- **Historias que venden:** Cuenta historias detrás de tus productos para crear una conexión emocional con tus clientes.
- **Testimonios de clientes:** Incluye testimonios de clientes satisfechos para generar confianza y credibilidad.
- **Impresión de calidad:** Invierte en una buena calidad de impresión para que tus catálogos se vean profesionales y atractivos.
- **Papel ecológico:** Opta por papeles reciclados o con certificación FSC para demostrar tu compromiso con el medio ambiente.
- **Seguimiento:** Utiliza códigos QR o enlaces cortos para rastrear la efectividad de tu campaña y medir el retorno de inversión.

¹Forbes México, "Venta directa de productos, una opción de emprendimiento", Ed. Digital, 10 de abril de 2024.

No esperes más para crear catálogos que enamoren a tus clientes y aumenten tus ventas navideñas. Con un diseño atractivo, ofertas irresistibles y una distribución estratégica, tus catálogos serán el regalo perfecto para tu negocio. ¡Contáctanos hoy mismo y juntos haremos realidad tus objetivos de fin de año!



Fuente:



EMPRENDER CON NATURA: EL MODELO DE NEGOCIO IDEAL PARA SILVERPRENEURS EN MÉXICO

Se ha acuñado el término de Silverpreneur para referirnos a aquellas personas de 60 años o más que deciden emprender o siguen emprendiendo.

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) indicó que en México el 5% de la fuerza laboral son personas adultas mayores de 65 años, mientras que la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo Nueva Edición (ENOE), del segundo trimestre de 2022, indicó que el número de personas adultas mayores que conforma la población económicamente activa (PEA) asciende a 5 millones 848 mil 497.

En un mundo donde la edad ya no es un obstáculo para emprender, **Natura** emerge como una opción para aquellos que buscan iniciar su propio negocio, sin importar edad, formación, género, etc. Su modelo de negocio RRS ha demostrado ser una oportunidad gratificante para generar ganancias para aquellos que desean iniciar su propio camino en cualquier etapa de su vida.

Algunos de los beneficios clave que ofrece, incluyen una oportunidad flexible de auto-desarrollo, liderazgo, crecimiento personal y económico. Además, las y los CBN tienen el privilegio de comercializar productos de una de las empresas más sustentables y éticas del mundo y que en este 2024 cumplió 19 años de presencia en México.

La empresa basa su propuesta de desarrollo en tres pilares fundamentales: prosperidad, pertenencia y propósito. Las y los CNB pueden obtener una ganancia del 30 al 100%* sobre lo vendido, sin embargo, el límite de rentabilidad lo establece cada persona de acuerdo con el objetivo económico que se proponga alcanzar.

Además, el compromiso de Natura con la sustentabilidad y la ética empresarial ha sido reconocido a nivel internacional. En 2012, el modelo de Red de Relaciones Sustentables fue distinguido como un negocio inclusivo por Business Call To Action (BCtA), una organización comprometida con los Objetivos de Desarrollo del Milenio establecidos por la ONU.



A continuación, la compañía comparte algunos consejos de las Consultoras y Consultores de Belleza, para que quienes tienen más de 60 años se animen a iniciar un emprendimiento confiable y seguro:

- 1 Identifica tus pasiones:** enfócate en actividades que te apasionen y te brinden satisfacción personal.
- 2 Aprovecha tu experiencia:** utiliza tu bagaje profesional y personal para tomar decisiones informadas, resolver problemas y establecer relaciones sólidas.
- 3 Adopta la tecnología:** aprende a utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la eficiencia de tu negocio. No tengas miedo, estas plataformas están hechas para facilitar procesos.
- 4 Mantente abierto al aprendizaje:** participa en cursos de capacitación, asiste a conferencias y busca mentores.
- 5 Busca apoyo y colaboración:** busca el soporte de familiares, amigos y colegas, y considera establecer alianzas estratégicas con otros emprendedores.

¡Emprender después de los 60 años puede ser una experiencia gratificante y enriquecedora!

El INAPAM, a través de Vinculación Productiva impulsa a las personas adultas mayores a tener una vida plena y productiva. Blog. INAPAM.

<https://www.gob.mx/inapam/es/articulos/el-inapam-a-traves-de-vinculacion-productiva-impulsa-a-las-personas-adultas-mayores-a-tener-una-vida-plena-y-productiva>

* menos el IVA



Fuente:



PREMIO BRAVO IMPACT AWARD

El **premio Bravo Impact Award** reconoce los logros de las empresas que adoptan un enfoque holístico, medido e incremental para el crecimiento, la innovación, la integridad y excelencia operativas.

*“No puedo pensar en ninguna empresa que represente esto más claramente que **Neora**”, dijo Stuart Johnson, fundador y director ejecutivo de Direct Selling News. “Siempre han liderado con integridad, visión y determinación. Neora realmente está generando un impacto positivo en el canal”.*

“Este premio es algo que tomamos muy en serio en DSN, y Jeff Olson es muy merecedor de este premio”, dijo Johnson. “Siempre ha sido una voz poderosa no solo para el canal sino también para la importancia del desarrollo personal. Ha impactado innumerables vidas a lo largo de su carrera, incluida la mía”.

Jeff Olson tiene una larga trayectoria de éxito en la industria, habiendo trabajado como distribuidor de campo de primer nivel, director ejecutivo y fundador de varias empresas, así como líder en el espacio de desarrollo personal. Es el autor más vendido de *La Ligera Ventaja*, así como el propietario de *Live Happy*, un recurso de primera que promueve el mensaje de la psicología positiva.

Neora es líder en la industria de la venta directa. Desde su creación en 2011, la empresa familiar ha vendido más de 40 millones de productos en todo el mundo, ha obtenido un puesto destacado en la lista de empresas de más rápido crecimiento de INC 500 y ha sido nombrada uno de los mejores lugares para trabajar. A través de su Neora Ripple Foundation, la empresa ha donado más de 6 millones de dólares a jóvenes en riesgo.

Neora hizo historia recientemente con su monumental victoria contra la FTC. El equipo ejecutivo de la empresa lideró el camino hacia esta victoria con su compromiso inquebrantable de defender su postura y sus creencias. La histórica victoria de Neora se ha convertido en el nuevo estándar de oro para establecer cómo es un modelo legítimo en la venta directa.

“Fundé esta empresa porque quería mejorar a las personas”, dice el fundador y director ejecutivo de Neora, Jeff Olson. “Quería mostrarles a todos cómo construir una empresa de la manera correcta, una que aporte valor al mercado. Estos premios son un testimonio del trabajo duro y la dedicación de cada miembro de la familia Neora”.





Con la vista puesta en el futuro, la trayectoria de expansión de Neora está en plena marcha, marcada por su reciente adquisición de ACN Korea, que consolida aún más su crecimiento estratégico en Asia Pacífico. Neora tiene planes de crecimiento agresivos para todos sus mercados, que incluyen seguir mejorando su experiencia de comercio electrónico, expandir su línea de productos y su presencia en todo el mundo, así como, lanzarse en el mercado hispano de Estados Unidos.

Extraído del artículo:

<https://finance.yahoo.com/news/neora-wins-two-bravo-awards-171500501.html>

Fuente:



■ EL DESAFÍO DE LAS REDES SOCIALES

En general todos los sectores están teniendo grandes desafíos, debido a los cambios sociales, políticos, de salud y tecnológicos. La Industria de la venta directa no es la excepción, así que deberá adaptarse y evolucionar hacia la tendencia social del uso de plataformas y relacionamiento de las personas a través de internet.

Hoy prácticamente cualquier persona con un dispositivo conectado a internet puede establecer contactos personales en su calle, colonia, ciudad, región, país y otras fronteras.

La tecnología nos da estas posibilidades para acercarnos, conocer y mantener relaciones personales cada vez con mayor seguridad y confianza.

Las redes sociales, se han convertido en un medio de comunicación en el cual convergen conocimientos, entretenimiento, relaciones humanas y oportunidades y aunque se podría suponer que éstas son un tema social simple y ligero, es aquí donde se encuentra el verdadero desafío y la gran oportunidad de la Industria de la venta directa, para generar un acelerado crecimiento y ofrecer oportunidades tanto de ventas, como de crecimiento de nuevos distribuidores, ya que las redes sociales pueden ser fácilmente aprovechadas para exponenciar los negocios.

¿Cómo enfrentar este desafío?

Una estrategia que considero interesante para desarrollar en la venta directa es el Social Selling.

El Social Selling, es la estrategia que permitirá utilizar las redes sociales, para encontrar e interactuar con los prospectos comerciales, logrando así, ventas. Es la forma moderna de crear y desarrollar relaciones significativas con los clientes y futuros distribuidores.

Estas son las 5 actividades que los distribuidores deben desarrollar para ser exitosos con el Social Selling:

- 1** Desarrollar tu marca personal. Construyendo una excelente reputación, que demuestre tu experiencia, conocimiento y valores para incrementar la confianza, credibilidad y tu liderazgo profesional.
- 2** Recopilar información relevante de las visitas a tus redes sociales. A través de tus contactos y prospectos, aprender de las publicaciones y comentarios con el fin de obtener información que te ayude a establecer mejores vínculos y corregir las impresiones incorrectas de tu marca personal o productos.



- 3 Construir tu red de negocios. Desarrollar relaciones con personas quienes puedan compartir información y darte referidos. Primero conectar y luego las ventas se darán por añadidura.
- 4 Generar y compartir contenido. Tus redes sociales son un canal de comunicación rápido y eficiente. Todo lo que compartas y comentes hablará por ti, por lo que debes ser cuidadoso y profesional con el conocimiento e información publicada. Se debe buscar siempre, que sean favorables y congruentes a la imagen de la marca personal y a la claridad del negocio.
- 5 Capacitarse. Conectar con plataformas de contenido, software, cursos, talleres y ampliar la capacitación de manera constante para tu crecimiento y profesionalización. Hay un sin número de información en la nube, que puede ser aprovechada.
- 6 Estos son cinco de los puntos principales que pueden ser aprovechados para dar este giro y actualizar las estrategias que la Industria de la venta directa requiere realizar y con esto mantenerse a la vanguardia del cambio social-virtual que ha llegado para quedarse, siempre de la mano con la tecnología y modernización de las empresas en un sistema integral tecnológico que haga frente común a la integración digital comercial.

Fuente:



Autora: Lizelotte Ludewig Ortiz

NU SKIN ESTABLECIÓ UN NUEVO TÍTULO GUINNESS WORLD RECORDS™ EL MAYOR NÚMERO DE PERSONAS EMPACANDO KITS DE COMIDA EN 24 HORAS

Para celebrar el 40 aniversario de la compañía, los líderes de ventas, empleados y socios locales prepararon más de 550,000 comidas para niños de todo Estados Unidos

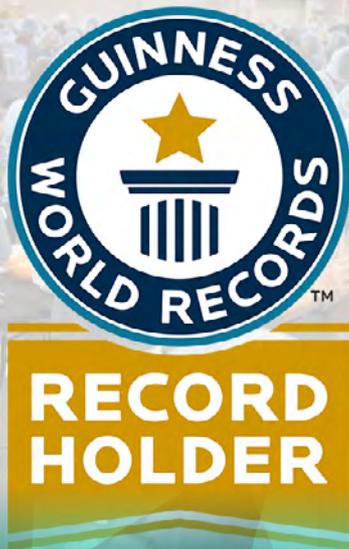
Nu Skin Enterprises, Inc. (NYSE: NUS), líder mundial en belleza y bienestar, anunció un nuevo título GUINNESS WORLD RECORDS por el mayor número de personas que empacan kits de comida en 24 horas.

Nu Skin organizó un evento de servicio en el Centro de Convenciones Salt Palace de Salt Lake City en el que 2,196 personas participaron activamente empaquetando kits de comida durante un período de 24 horas. El proyecto comenzó el 25 de julio a las 6 p.m. y concluyó 24 horas después. El proyecto de servicio se llevó a cabo junto con el Nu Skin LIVE Occidente, una conferencia de líderes de ventas que celebra el 40 aniversario de la compañía. Nu Skin colaboró con otras organizaciones, incluyendo MTN OPS, Utah Jazz, Hunger Fight, Swire Coca-Cola, y Ashbury Automotive Group para llenar el centro de convenciones y empacar más de 550,000 comidas saludables. Convoy of Hope y el Utah Food Bank planean utilizar los kits de comida empaquetados para ayudar a los niños necesitados de todo Estados Unidos.

“Hace cuarenta años, Nu Skin se construyó sobre la base de ser una Fuerza del Bien en el mundo”, dijo Ryan Napierski, presidente y CEO. “Nuestro viaje ha sido totalmente increíble, y para celebrarlo, queríamos devolver a la comunidad de una manera sin precedentes. Ser una Fuerza del Bien en este mundo está en el corazón de todo lo que hacemos, y esperamos seguir devolviendo en los próximos años”.

Cada año, Nu Skin organiza un Día de Fuerza del Bien en casi 50 mercados de todo el mundo para celebrar la fundación de la empresa y devolver algo a las comunidades locales. En Estados Unidos, Nu Skin organizó este evento que batió récords en su día anual de celebración. Algunos otros proyectos de servicio a nivel mundial son los siguientes:

- **Europa:** Tutoría de niños en Malawi y montaje de botiquines de primeros auxilios para los que viven en países asolados por la guerra.
- **Indonesia:** Realización de manualidades con niños de la zona que padecen insuficiencia cardíaca congénita.
- **Japón:** Clasificación y recolección de alimentos para niños que viven en hogares monoparentales.





- **Corea:** Preparación de almuerzos para World Vision Korea.
- **China continental:** Apoyo a múltiples escuelas con material de papelería, artículos deportivos y libros. También la recolección de basura por el Día Mundial del Medio Ambiente.
- **Pacífico:** Campaña de donación de sangre para la Cruz Roja Australiana.
- **Singapur:** Colaboración con un banco de alimentos local para distribuir alimentos a los necesitados.
- **Sudeste asiático:** Reabastecimiento de frigoríficos comunitarios con frutas y verduras no vendidas para alimentar a los desfavorecidos.
- **Taiwán:** Recolección de zapatos, ropa y mochilas para niños necesitados.
- **Tailandia:** Empaquetado de bolsas de regalo para la Fundación de Cirugía Cardíaca Pediátrica.

Acerca de Guinness World Records

¿Cuál es el ave de caza más rápida de Europa? Esta fue la pregunta que inspiró la fundación de Guinness World Records en 1955. GWR, que empezó publicando un único libro en una habitación situada encima de un gimnasio, ha crecido hasta convertirse en una marca multimedia global, con oficinas en Londres, Nueva York, Miami, Pekín, Tokio y Dubái. En la actualidad, GWR ofrece contenidos de primera clase, no sólo a través de libros, sino también de programas de televisión, redes sociales y eventos en directo. La consultoría interna de GWR colabora estrechamente con marcas y empresas de todo el mundo para aprovechar el poder de batir récords y ofrecer campañas y soluciones empresariales galardonadas. El objetivo fundamental de GWR es inspirar a las personas, familias, escuelas, grupos, empresas, comunidades e incluso países enteros para que lean, vean, escuchen y participen en romper récords y ayuden a descubrir la respuesta a esa pregunta original.

Acerca de Nu Skin Enterprises, Inc.

La familia de empresas Nu Skin Enterprises Inc. (NYSE: NUS) incluye Nu Skin y Rhyz Inc. Nu Skin es una empresa de belleza y bienestar integrados, impulsada por una dinámica plataforma de oportunidades para afiliados, que opera en casi 50 mercados de todo el mundo. Respaldados por 40 años de investigación científica, los productos de la compañía ayudan a las personas a verse, sentirse y vivir lo mejor posible con marcas que incluyen el Nu Skin® personal care, Pharmanex® nutrition y ageLOC® anti-aging, que incluye una galardonada línea de sistemas de dispositivos de belleza. Formada en 2018, Rhyz es un ecosistema sinérgico de empresas de consumo, tecnología y fabricación centradas en la innovación dentro de las categorías de belleza, bienestar y estilo de vida.

Fuente:



OMNILIFE Y MOJA IMPULSAN LA **PRESERVACIÓN DEL AJOLOTE MEXICANO EN XOCHIMILCO**



OMNILIFE, en colaboración con la Organización MOJA, llevará a cabo un proyecto de gran alcance y enfoque ecológico, para la conservación del ajolote mexicano, una especie única en el mundo y símbolo de la riqueza biológica de los humedales de Xochimilco, al sur de la Ciudad de México.

La iniciativa se centra en la rehabilitación de un área protegida de 3 hectáreas en la zona lacustre de Xochimilco, donde se llevarán a cabo actividades de limpieza, acondicionamiento y monitoreo del hábitat. Se establecerá además una Unidad de Manejo Ambiental para asegurar que las condiciones del ecosistema sean óptimas para el resguardo, reproducción y reinserción del ajolote en su ambiente natural.

Este proyecto involucrará también a la comunidad mediante programas de voluntariado que permitirán a la gente contribuir directamente a la conservación del ajolote. Este proyecto no solo busca preservar una especie en peligro, sino también fortalecer la biodiversidad y el equilibrio ecológico de la zona lacustre de Xochimilco.

De esta manera, OMNILIFE se alinea congruentemente con su filosofía corporativa, enfocada en compartir abundancia, bienestar y oportunidades. Desde su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en 2021, OMNILIFE ha reforzado su compromiso con el cuidado del medio ambiente y la mejora de las perspectivas futuras para la biodiversidad y las comunidades humanas.

OMNILIFE trabaja continuamente para cuidar al planeta, mientras genera un impacto positivo en la vida de la gente.

Fuente:

OMNILIFE
GENTE QUE CUIDA A LA GENTE

ESTRÉS OXIDATIVO, EL GRAN ENEMIGO DE LA SALUD ACTUAL

¿Qué es el estrés oxidativo?

Son las sustancias de desecho que nuestras células producen cuando nuestro cuerpo procesa los alimentos y estos reaccionan con el medio ambiente. Cuando el cuerpo no es capaz de eliminar estos desechos (radicales libres), se produce algo llamado estrés oxidativo, dañando a nuestras células.

Estos radicales libres se eliminan rápidamente gracias a los antioxidantes naturales. Sin embargo, cuando carecemos de un buen consumo de antioxidantes esta eliminación se vuelve deficiente, acelerando el proceso de envejecimiento y favoreciendo la aparición de enfermedades crónicas como cáncer, enfermedades cardíacas y respiratorias, artritis, derrames, inmunodeficiencias, enfisema, entre otras.

Existen ciertas condiciones que provocan un mayor estrés oxidativo como el consumo de alimentos refinados, procesados, grasas trans, edulcorantes, fumar, contaminación ambiental, radiación, exposición a sustancias químicas como pesticidas y medicamentos, etc., por lo que la ingesta de antioxidantes podría reducir en gran medida estos riesgos.

¿Qué son los antioxidantes?

Los antioxidantes son conocidos por su capacidad de neutralizar los radicales libres, ayudando a prevenir y/o retrasar el daño que estos pueden causar a las células, promoviendo una mejora general en la salud.

Existen varias fuentes de antioxidantes, entre los más populares están los que se encuentran en alimentos de origen vegetal, mejor conocidos como fitonutrientes e incluyen a los flavonoides, flavonas, catequinas, polifenoles y fitoestrógenos.

Algunos ejemplos de antioxidantes que provienen del exterior del cuerpo incluyen: vitaminas A, C, E, betacaroteno, licopeno, luteína, selenio, manganeso. Cada antioxidante tiene una función diferente que no es intercambiable con otra. Por eso es importante tener una dieta variada.

¿En qué alimentos puedo encontrar mayor cantidad de antioxidantes?

Las mejores fuentes de antioxidantes son los alimentos de origen vegetal, especialmente las frutas y vegetales. Cuando estos alimentos son muy ricos en antioxidantes comúnmente se les llama "superalimentos", y dentro de ellos destacan: el fruto del noni, arándano, cereza, uva roja, granada, bayas de Goji manzana, brócoli, espinaca, etc.



Un nuevo estudio publicado recientemente en el World Journal of Advanced Pharmaceutical and Medical Research, firmado por Brett West y Shixin Deng, Gerente Senior de Investigación de **Partner. Co**, revela nueva información sobre el poder del superfruto del noni, específicamente en la formulación de Tahitian Noni® MAX.

Durante el estudio se evaluó la actividad antioxidante de MAX, tanto in vitro como en voluntarios. Uno de los resultados más significativos sorprendió, ya que, en el estudio in vitro, MAX demostró un potencial antioxidante cuatro veces más elevado que el jugo de naranja sanguina (también rica en antioxidantes), mientras que en la prueba con voluntarios, todos los participantes del grupo MAX experimentaron incrementos en la actividad antioxidante de los eritrocitos y el plasma en los 40 minutos siguientes a la ingesta. Aún más impresionante, la actividad antioxidante promedio de los eritrocitos de este grupo incrementó aproximadamente 28 veces más que la del grupo de control de jugo de naranja sanguina, mientras que el incremento de la actividad antioxidante del plasma se elevó 49 veces.

¿Qué es Tahitian Noni MAX?

Tahitian Noni MAX, es un jugo hecho a base de noni tahitiano, cereza cornalina y extracto de hojas de olivo, diseñado para potenciar una rutina diaria de bienestar fomentando niveles saludables de energía, el funcionamiento del sistema inmunitario y la salud del corazón.

¿Cómo mantener mis niveles de antioxidante de manera óptima?

A veces consumir productos de calidad, orgánicos, libres de químicos y ricos en nutrientes, no es tan sencillo, están en juego varios factores que pueden dificultar obtener frutos y alimentos de calidad, como el clima, la temporalidad, incluso la cantidad que deberías de consumir para alcanzar los niveles óptimos.

Por eso en Partner.Co ideamos la manera de incluir una buena dosis de antioxidantes a tu día a día sea algo tan fácil como tomar 2 onzas de Tahitian Noni MAX diariamente y con esto estarás ayudando a tu organismo a hacerle frente al daño de estrés oxidativo.

Referencias:

<https://medlineplus.gov/spanish/antioxidants.html>

<https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/antioxidantes#dieta>

<https://fundaciondelcorazon.com/blog-impulso-vital/3250-antioxidantes-ique-son-y-para-que-sirven.html>

Fuente:

CAMINANDO SOBRE EL SOL SCENTSY: REUNIÓN FAMILIAR SCENTSY 2024

“Nuestro mundo Scentsy está formado por miles de personas únicas que se unen para apoyarse, nutrirse y alimentarse mutuamente... que se aman. Piensen en Scentsy como un girasol gigante y cada uno de ustedes es un ramillete. Cuando giran su cara hacia el sol, ayudan a otros a encontrar la luz que necesitan desesperadamente”.

Heidi Thompson, SFR 2024

Más de 7,500 Consultores **Scentsy** (además de miles de familiares) de 12 países, incluyendo México, fueron a Orlando, EE.UU. para la Reunión Familiar Scentsy 2024 (convención anual) - ¡una celebración global del Espíritu Scentsy!

La Reunión Familiar Scentsy (RFS), el evento anual más grande de Scentsy, es una celebración en persona llena de energía, entretenimiento y capacitación, reconocimiento y revelación, regalos y exhibiciones interactivas - ¡y mucha diversión! Incluye mensajes inspiradores y capacitación en nuevos negocios por parte de los líderes Consultores y el equipo de la oficina central, además de un adelanto exclusivo de los próximos productos, programas y destinos para un año completo de eventos Scentsy y viajes de incentivo.

A medida que se acerca la temporada de ventas más intensa del año, las Consultoras estaban encantadas no sólo de conocer el nuevo catálogo, la Colección de otoño, la Colección de Navidad y los productos de temporada de oferta limitada que se lanzarán en los próximos meses - ¡hola, Disney y Pixar Coco! - sino también de verlos de cerca en la exposición de productos.

Scentsy también compartió muchos mensajes inspiradores a lo largo de la semana. Después de tres años de ausencia, los Copropietarios de Scentsy, Heidi y Orville Thompson regresaron a RFS con mensajes impactantes sobre la importancia y la fuerza de la comunidad Scentsy y el poder que tiene para llevar sol a la vida de los demás. También anunciaron sus nuevas funciones como Copresidentes Ejecutivos de Scentsy y nombraron oficialmente a Dan Orchard, presidente y director ejecutivo de Scentsy.



En la sesión final, Dan compartió un llamado a la acción y al crecimiento, invitando a los Consultores a comprometerse nuevamente con sus metas Scentsy y a comenzar a escalar de nuevo, con el apoyo total del Equipo de la Oficina Central de Scentsy. Para continuar inspirando a los Consultores y en honor al 20° aniversario de Scentsy, RFS incluyó un Museo Scentsy diseñado a medida, lleno de historias, artefactos y exhibiciones interactivas que abarcan 200,000 pies cuadrados y dos décadas de Espíritu Scentsy.

La semana también incluyó formación. Cada Consultor recibió un informe personalizado para guiar su experiencia en la Exposición de Aprendizaje RFS en Orlando. Elige Tu Aventura Scentsy presentó ocho historias únicas que abarcan cuatro objetivos clave de aprendizaje. Miles de Consultores asistieron a la exposición para obtener las herramientas y el conocimiento que necesitaban para crecer con Scentsy, totalmente personalizado con base a su actividad comercial.

Una de las mejores cosas de asistir a RFS es la oportunidad de aprender de otros Consultores Scentsy. Los 27 Consultores que presentaron un Soundbyte Scentsy se tomaron el tiempo para preparar contenido de capacitación útil, que abarca todo, desde cómo encontrar nuevos clientes hasta cómo ganar un viaje de incentivo, para ayudar a otros a tener éxito.

El evento también contó con una noche de premios para celebrar a los triunfadores del año anterior - incluyendo el premio Alice Kalilimoku Shinning Star, que se otorga a la Consultora Scentsy cada año que ejemplifica los valores fundamentales de Scentsy - simplicidad, generosidad y autenticidad.

¡La ganadora del premio Alice Kalilimoku Shinning Star 2024 fue LA CONSULTORA SCENTSY DE MÉXICO, GABY GURROLA!

La última sesión concluyó con la revelación de los destinos del Viaje de Incentivo 2025 -aventuras bañadas por el sol a través de Grecia y Turquía, además de un viaje de alto nivel al magnífico Machu Picchu- y el anuncio de adonde nos dirigiremos para los eventos del RFS 2025: Minneapolis (Norteamérica), Berlín (Europa) y Gold Coast (Australia y Nueva Zelanda).

La Reunión Familiar Scentsy 2024 concluyó de la misma manera que comenzó: ¡con una sentida y energizada alegría del Espíritu Scentsy!

Para saber más sobre Scentsy visite

<https://scentsy.com/>



Fuente:



LA VENTA DIRECTA EN EL MUNDO

LA WFDSA PUBLICA SU INFORME ANUAL DE DATOS ESTADÍSTICOS DE LA VENTA DIRECTA GLOBAL 2023

Las ventas globales crecieron un 1% en los últimos cuatro años. Según el informe anual de este año de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA), el canal de venta directa experimentó una disminución interanual del 2.3% en las ventas globales en 2023, lo que ascendió a 167,600 millones de dólares. Si bien se trató de una disminución, todavía está por encima de los niveles de ventas previos a la pandemia en 2019. Los ingresos de la industria, que aumentó durante la pandemia en 2020 y 2021 en un 2.2% y un 2% respectivamente, muestra la resiliencia del canal en medio de la agitación política, las interrupciones económicas y de la cadena de suministro y las nuevas estrategias pospandémicas.

El informe incluyó una lista de los mercados de venta directa de mil millones de dólares del mundo, enumerando 21 países. Estados Unidos, Alemania y Corea se situaron en los tres primeros puestos de esta lista. A nivel mundial, el número de vendedores independientes siguió la trayectoria de las ventas, aumentando en 2020 y 2021, antes de caer en 2022 y 2023. En 2023, los vendedores independientes ascendieron a 102,9 millones.

“El canal global de Venta Directa (las empresas de venta directa y sus vendedores independientes) respondió a los desafíos como oportunidades y entregó bienes y servicios a personas de todo el mundo”, afirmó la WFDSA en su informe. “Estas ventas directas de más de medio billón de dólares estadounidenses entre 2020 y 2023 tuvieron impactos positivos en las comunidades locales de todo el mundo, brindando a las personas bienes y servicios e ingresos familiares a través de una oportunidad de negocio empresarial flexible”.

<https://www.directsellingnews.com/2024/09/04/wfdsa-releases-2024-global-direct-selling-statistical-data-report/>

Fuente:

DSN
DIRECT SELLING NEWS

COMERCIAL

LO QUE SE DEBE Y NO SE DEBE HACER **PARA LOGRAR UNA OFERTA NAVIDEÑA EXITOSA EN LA VENTA DIRECTA**

¿Qué no estás en medio del ajetreo y el bullicio de la temporada navideña? Bueno, tal vez deberías estarlo.

Te guste o no, las fiestas están a la vuelta de la esquina. Si bien, casi todos ya han planeado completamente sus promociones y ofertas especiales para fin de año, me gustaría compartir algunos consejos y mejores prácticas que recogí en el camino.

Estas ideas de ninguna manera deben considerarse el “evangelio de las ofertas navideñas”. De hecho, apuesto a que algunos de ustedes hacen exactamente lo contrario en algunos casos, y les ha funcionado.

Su planificación promocional para noviembre y diciembre es crucial en estos días. El consumidor espera que **TODOS** den lo mejor de sí cuando se trata de ofertas navideñas. Esto ciertamente no excluye a las empresas de venta directa.

Aquí hay una lista rápida de lo que se debe y no se debe hacer cuando se trata de ofertas navideñas para empresas de venta directa.

NO olvides lo que hace tu cliente

A partir del 1° de noviembre, todo el mundo estará en modo de búsqueda de ofertas y compras. Están a punto de gastar más de lo normal en todo tipo de cosas que normalmente no comprarían. No tienes que convencerlos de gastar dinero; solo tienes que convencerlos de que gastarlo contigo es una opción inteligente. Por eso, tu oferta navideña debe lograr eso.

NO malgastes el tiempo del cliente

Por eso, no podemos tomarnos la molestia de promocionar una oferta navideña débil. Conseguir la atención de un comprador ya es bastante difícil en esta época; una vez que la consigas, no lo dejes escapar al no estar dispuesto a darle la oferta adecuada. Un simple descuento no funcionará. Sé creativo y asegúrate de que lo que ofreces sea realmente atractivo. De lo contrario, solo estarás perdiendo el tiempo de todos.



Considera opciones creativas

Ofrece regalos con la compra, nuevos paquetes, lanza ofertas exclusivas por tiempo limitado y más. Inicia pensando en algunas de estas preguntas: "¿Cómo podríamos hacer una oferta increíble sin simplemente ofrecer un descuento?" "¿Cuál es una nueva forma en la que podríamos posicionar algo para una nueva versión?" "¿Qué está de moda en este momento que se relacione con uno de nuestros productos?"

Sigue presionando hasta mediados de diciembre

En los últimos tres años, he experimentado con la mayoría de las empresas que sus ventas de la primera semana de diciembre en realidad han obtenido una mayor respuesta a las ofertas navideñas que incluso la última semana de noviembre. Así que no te rindas cuando noviembre se convierta en diciembre. Esfuérzate y dale más empuje.

NO prepares a tu distribuidor para el fracaso

No lances ofertas débiles o confusas, no solo por el bien del cliente, sino por el bien de tu distribuidor. Ya es bastante difícil para ellos destacarse en medio de toda la locura minorista que está sucediendo. Para la mayoría de las personas, solo se necesitan unos pocos "no" para que se den por vencidos. Por otro lado, a veces la emoción de algunas ventas navideñas exitosas es suficiente para impulsar a un distribuidor joven a tener más éxito en el primer trimestre del año siguiente y más allá. Hagas lo que hagas, deja que tu oferta navideña sea una herramienta que ayude a tus distribuidores a tener conversaciones exitosas y productivas.

NO reduzcas las comisiones

A veces, hacemos tantos descuentos que creemos que tenemos que reducir las comisiones. Lo entiendo. No me gusta, pero lo entiendo. Sin embargo, haz todo lo posible para asegurarte de seguir pagando comisiones sobre los montos después del descuento. No hay nada más desalentador que escuchar todo sobre la gran oferta navideña y ver que no llega nada a mi cuenta bancaria como parte de ella.

Asignar a alguien para medir el éxito de la campaña navideña

Me sorprende la cantidad de empresas que lanzan grandes campañas navideñas sin tener idea de cómo debería ser realmente el éxito. Realiza todos los análisis necesarios por adelantado y documenta cuál sería la norma y qué esperas que produzca la campaña navideña. Asegúrate de tener claros los costos, los descuentos y el impacto en el resultado final. Luego, determina exactamente cómo vas a realizar un seguimiento del

progreso diario durante toda la campaña, asigna a alguien para que lo haga y luego continúe con el análisis del programa (probablemente la primera o segunda semana de enero).

Considera el impacto posterior de tus promociones

La mayoría de nosotros fallamos en el seguimiento, lo cual es irónico, dada la importancia que le damos al seguimiento con nuestros distribuidores. ANTES de lanzar tu campaña, asegúrate de tener en cuenta el impacto secundario de tu oferta navideña. Si estás impulsando la prueba de un producto, ¿cómo podrían ser los próximos 3 a 6 meses para ese producto? Si estás atrayendo nuevos clientes, ¿qué sucede si el 20 % de ellos realiza otro pedido en los próximos 3 meses? Piensa en todos estos escenarios más comunes y probables, y asegúrate de que los ingresos y las ganancias se tengan en cuenta en lo que estás haciendo. A menudo, pueden convertir una campaña marginal en un gran éxito.

Asegúrate de que exista una campaña de tres meses posterior a la compra

En ese sentido, ¡asegúrate de tener algo preparado para hacer un seguimiento de estas personas desde el principio! Ya sea que se trate de automatización de marketing o simplemente de buenos esfuerzos de difusión a la antigua usanza, asegúrate de poder orientar sus segmentos durante al menos los próximos tres meses y nutrirlos de la manera que tenga más sentido. No te conformes con un pedido único a un precio con un gran descuento. Esfuérzate por desarrollar clientes y distribuidores más productivos y constantes.

NO intentes lograr demasiado

Distintas empresas tienen diferentes experiencias en este esfuerzo, pero creo firmemente que no se puede intentar hacer todo con una campaña navideña. En otras palabras, es difícil obtener más pedidos... y obtener más clientes... y reclutar más distribuidores... y presentar más programas... y ... Si recordamos que las personas ya están de humor para comprar y gastar, entonces creo que una oferta navideña debe atraer, en primer lugar y sobre todo, a mi base de clientes actual para que compren. En segundo lugar, también deberías tener en cuenta la adquisición de nuevos clientes. ¿Puedo armar una oferta que los distribuidores puedan compartir fácilmente con nuevos clientes potenciales?

NO te sientas obligado a ofrecer envío gratuito

Las ofertas de envío gratuito suelen funcionar bastante bien. ¡También cuestan mucho! Por lo tanto, si bien la gente odia gastar dinero en envíos, también creo que el mercado ha aprendido en los últimos años que los envíos no son baratos y muchos minoristas se han alejado de las ofertas de envío agresivas. Definitivamente debemos hacer una oferta increíble, ¡pero debemos asegurarnos de que esas ofertas increíbles no nos maten!



Tómate un respiro (y disfruta de tus vacaciones)

Realmente creo que está bien terminar una campaña navideña antes de que llegue la Navidad y luego dejarla así hasta después del Año Nuevo. Muchos no estarán de acuerdo conmigo, pero la mayoría de los datos muestran que las compras disminuyen drásticamente en la última semana del año, sin importar cuántas promociones le lances. Tómate un descanso, relájate un poco y prepárate para comenzar el nuevo año con todo. ¡Te lo mereces!

Fuente:

<https://worldofdirectselling.com/successful-holiday-offers/>

Autor: Brett Duncan

LA AMVD INFORMA

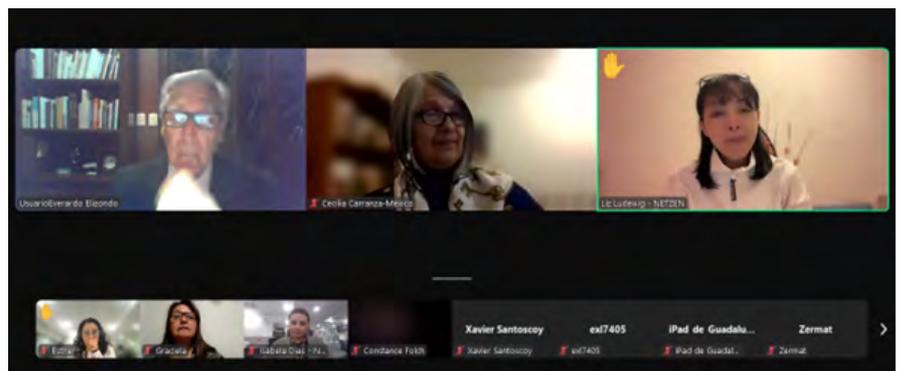
ECONOMÍA DE MÉXICO AL CIERRE DEL SEXENIO: TURBULENCIAS Y PERSPECTIVAS

El cierre del sexenio del actual gobierno mexicano se presenta como un momento crucial para analizar el estado de la economía del país. En un reciente webinar celebrado el pasado 26 de septiembre, tuvimos la oportunidad de abordar este apasionante e importante tema.

Así mismo, tuvimos el privilegio de contar con la presencia del Dr. Everardo Elizondo Almaguer prestigiado economista, especialista en política monetaria y finanzas internacionales, subgobernador del Banco de México de 1998 a 2008 y actualmente miembro del Consejo de Administración de diversas instituciones como Cemex, Gruma, Rassini y Afore XXI Banorte entre otras. Su experiencia y trayectoria brindaron un enfoque profundo y crítico sobre la situación económica del país.

Desde el inicio de la charla, el Dr. Elizondo cautivó a la audiencia con su claridad y amplios conocimientos, compartió con los participantes los logros, desafíos y perspectivas de la economía mexicana, destacando indicadores tales como la actividad económica, inflación, tasas de interés, índice de consumo, aumento de las remesas y algunos pronósticos macroeconómicos para 2025.

Fue un verdadero honor tener a una personalidad de su calibre compartiendo su visión y conocimientos con los Socios AMVD.



Fuente:

RECONOCIMIENTO “PLATINO WFDSA 2024” PARA LA AMVD

La Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas (WFDSA) con sede en Washington D.C. ha hecho un importante reconocimiento a la AMVD por sus altos estándares de desempeño y organización, otorgándole nuevamente el nivel “**Platino**”, rango más alto entre las asociaciones de Ventas Directas en el mundo.

La WFDSA es la organización internacional no gubernamental que representa a la Industria de Venta Directa en todo el mundo, como una Federación de Asociaciones Nacionales de Venta Directa.

La WFDSA fue fundada en 1978 por 12 asociaciones de Venta Directa, entre las cuales se encontraba la Asociación Mexicana de Ventas Directas. Actualmente la WFDSA agrupa a más de 60 asociaciones de Venta Directa y a una Federación Regional Europea (SELDIA).

Sus principales objetivos son lograr el más alto nivel de conducta ética en el mercado global, promover la buena imagen de la industria mediante el trabajo conjunto con gobiernos, consumidores y líderes académicos de todo el mundo, así como, fortalecer la gestión de las asociaciones de Ventas Directas nacionales.

¡Felicidades a todos los Socios AMVD!



Fuente:



SOCIOS ACTIVOS 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