NU SKIN

Joe Chang, Chief Excecutive Officer de Nu Skin, recibe el premio *Golden Bridge* a la "Persona Más Innovadora Del Año".

El pasado 16 de octubre, Joe Chang, Chief Scientific Officer de Nu Skin, fue galardonado con el premio Golden Bridge Award a la "Persona más innovadora del año 2012". Estos premios reconocen a los que consideran las compañías de mayor rendimiento, los mejores productos y servicios, las mayores innovaciones y los mejores ejecutivos y equipos directivos.

Truman Hunt, Chief Excutive Officer de Nu Skin declaró: "Este premio es especialmente importante ya que uno de los sellos distintivos de Nu Skin es su compromiso de innovar continuamente en su negocio, y en particular con su línea de productos. Joe encabeza un equipo de talentosos investigadores que lleva a cabo estudios científicos revolucionarios y ha puesto en marcha un flujo constante de productos antiedad que aportan importantes beneficios a los consumidores."Además, la gama estrella de productos de Nu Skin, la línea ageLOC® recibió la medalla de bronce en la categoría de "Mejor nuevo producto y servicio", en la categoría de estilo de vida, belleza y moda, donde compartió honores con gigantes de la industria como Procter & Gamble y Johnson & Johnson.

ORIFLAME

Oriflame Cosméticos celebra sus cuarenta y cinco años de historia con una impactante colaboración de éxito con la actriz Demi Moore. La línea 'More by Demi' se compone de una selección de exquisitos cosméticos, delicadas fragancias y elegantes accesorios.

Demi Moore, conocida por participar en películas tan exitosas como Ghost y Los Ángeles de Charlie, destaca por ser una actriz hecha a si misma. De origen humilde, se ha convertido en una sofisticada actriz reconocida a nivel internacional, una verdadera estrella de Hollywood. A lo largo de su carrera, sus papeles han recogido perfiles de mujeres modernas y seguras de si mismas, llegando a ser fuente de inspiración e icono de estilo.

En esta producción inspirada en los cuentos de hadas, podemos verla transformada en una encantadora Blancanieves, una cautivadora Caperucita Roja y una deslumbrante Cenicienta, desvelando así una nueva y sorprendente faceta como actriz.

"Ha sido realmente emocionante trabajar con Oriflame, juntos hemos creado una colección de cosméticos y accesorios que toda mujer deseará tener. Como actriz, me ha encantado reinterpretar los personajes de los cuentos de hadas clásicos y espero que todas las mujeres puedan ser las protagonistas de su propio cuento"

MARY KAY

MARY KAY lanza la nueva línea del cuidado de la piel Timewise Repair™ Volu-Firm™
Mary Kay presenta su exclusiva línea del cuidado de la piel Timewise Repair™ Volu-Firm™.
Esta línea cuenta con una Limpiadora en Espuma Timewise Repair™ Volu-Firm™, unl Serum Reafirmante, una Crema de Día , un Tratamiento de Noche y por último la Crema Reactivadora de Ojos El equipo perfecto para recuperar la firmeza, el volumen y la vitalidad de una piel más joven.
Todos los productos de la línea TIMEWISE REPAIR™ incluyen el exclusivo Complejo Volu-Firm™, la combinación perfecta de tres ingredientes imprescindibles para la regeneración de la piel:
• Células Madre Vegetales, que ayudan la proteger la integridad de la matriz dérmica, responsable de la firmeza de la piel.
• Un péptido biomimético que ayuda a estimular procesos cruciales para la regeneración de la piel.
• Un impulsor de ácido hialurónico que ayuda a proporcionar la firmeza y flexibilidad de una piel más joven.
Verdaderamente el nacimiento de una nueva era de belleza.

Empresas asociadas : ACN • Amway • Avon • Captain Tortue • Círculo de Lectores • Cristian Lay • Enzacta • Exclusivas CIL • FM Group España • 4LIFE • Herbalife • Mary Kay • NSA • NU SKIN • Oriflame • Stanhome • Vitamentos • Yanbal.
Empresa en fase de ingreso: Xango

Asociación de Empresas de Venta Directa Aragón, 210 • 08011 Barcelona

Tel. 93 451 56 17 • Fax 93 451 59 42 • E-mail: avd@avd.es • http://www.avd.es

BOLETÍN ASOCIACION DE EMPRESAS DE VENTA DIRECTA

Directa

Resolución extrajudicial de conflictos de consumo

Es conocido que a menudo, surgen problemas derivados de la compra de productos y/o servicios, cuya solución en ocasiones es difícil o costosa de alcanzar. Algunos estudios efectuados por la Unión Europea ponen de manifiesto que en un porcentaje importante de compras aparecen problemas estimados en un 0,4% de su Producto Interior Bruto.

Para ello y para evitar que estos conflictos deban ser llevados a la Administración de Justicia con lo que ello representa en costes y tiempo, **en la mayoría de países comunitarios existen sistemas alternativos** para la resolución de dichos conflictos y así podemos hablar de árbitros, Ombudsman, oficinas de reclamaciones, conciliadores, mediadores, etc. La Comisión por su parte dictó la Recomendación 98/257/CE sobre los principios aplicables a los órganos extrajudiciales de resolución de litigios en materia de consumo, y más tarde la Recomendación 2001/310/CE marcaba las directrices de las entidades dedicadas a la resolución extrajudicial de litigios de consumo.

Por su parte, la Directiva sobre Mediación 2008/52/CE promueve la resolución amigable de conflictos, incluyendo los de consumo y **durante el 2011 tuvieron lugar diversas reuniones, creándose grupos de trabajo** con la participación de expertos dedicados a estos temas con la finalidad de llegar a una Directiva que recogiera el principio que todas las reclamaciones de consumo puedan ser sometidas a un órgano extrajudicial.

Esta voluntad queda plasmada en el Proyecto de Directiva sobre resolución alternativa de conflictos de consumo que entrará en vigor, tras el oportuno trámite parlamentario, en el próximo año.

Un primer estudio de este documento muestra que el nuevo marco comunitario no alcanza la efectividad del Sistema Arbitral de Consumo en vigor en España ya que **la mediación es un procedimiento en el que dos o más partes en un litigio intentan voluntariamente alcanzar un acuerdo** para la resolución de su litigio con la ayuda de un mediador, pero cuya decisión en principio, no es vinculante para las partes, mientras que el laudo arbitral es siempre vinculante.

Es interesante señalar que la Directiva, según el Proyecto que conocemos, no se aplicará a los procedimientos que se desarrollen ante órganos en los que las personas a cargo de la resolución del conflicto sean empleados de la parte vendedora, ni tampoco a los procedimientos que tengan lugar en un órgano para la resolución de conflictos de consumo operado asimismo por la parte vendedora.

Entre otras cuestiones, la futura Directiva dicta que las personas a cargo de los sistemas alternativos de resolución de conflictos tengan la necesaria experiencia y sea imparciales, así como que no tengan ningún conflicto de intereses con cualquiera de las partes involucradas.

Los procedimientos deberán ser transparentes, efectivos y eficaces, para lo cual las administraciones públicas harán lo necesario a tal efecto.

Desde nuestra Asociación, celebramos todas las iniciativas comunitarias para la resolución extrajudicial de conflictos de consumo, bien sean a nivel nacional o entre estados miembros, ya que esta ha sido siempre nuestra opinión. Al respecto, debemos manifestar que el Sistema Arbitral de Consumo español, del cual somos parte activa desde su inicio, presenta unas características que lo hacen superior por su efectividad a todo sistema de mediación.

Con ello, se confirma lo acertado de la política llevada a cabo por nuestra Asociación en este campo y que culminó en su día con **la obligación de estar adherido a dicho sistema arbitral de consumo para ingresar en la Asociación**.

Asimismo, la pertenencia al Sistema Arbitral de Consumo español, nos permite conocer la práctica inexistencia de reclamaciones hacia nuestras empresas, lo que muestra su buen hacer y el **excelente grado de satisfacción de los compradores por venta directa**.

diciembre 2012

ACN

En octubre, la ciudad de Colonia, Alemania albergó otro evento internacional de formación de ACN, al que acudieron cerca de 10 000 representantes de dentro y fuera de Europa. Esta vez, el orador invitado especial fue Paul Zane Pilzer, economista de fama mundial y autor de nueve libros. Estos eventos se han concebido para ayudar a los representantes a que aprovechen al máximo las oportunidades de negocio, a la vez que se brinda una plataforma para celebrar los últimos logros de los líderes más distinguidos de la empresa.
Durante el evento, el público entusiasmado oyó los anuncios de nuevos productos, como el lanzamiento que se hará próximamente en España de dos servicios en uno: Internet y telefonía fija de ACN. Asimismo, en los últimos meses, Mike Cupisz, cofundador de ACN, y Wayne Holbrook, vicepresidente de ventas en Europa de ACN, han hecho acto de presencia en distintas zonas de España para impartir sesiones de formación in situ y apoyar a los líderes de ACN en dicho país.
En ACN ya hemos iniciado los preparativos para el próximo evento, el cual se celebrará en Budapest entre el 15 y el 17 de marzo de 2013. Nos complace darle de nuevo la bienvenida a un orador invitado que ya ha fascinado al público en eventos pasados: Darren Hardy, escritor, orador y motivador.
2013 promete ser un año muy activo y dinámico para ACN Europe, con nuestros planes para ampliar la cartera de productos e incrementar el impulso que se ha generado durante 2012.

AVON

Una misma causa; muchos rostros a favor
Miles de personas participan en la VIII Marcha Contra el Cáncer de Mama de Avon.
Un año más, Madrid se ha teñido de rosa en la VIII edición de esta Marcha Mundial que organiza la Compañía de Venta Directa Avon Cosmetics, en más 50 países del mundo a favor de la recaudación de fondos para la lucha contra el Cáncer de Mama.
Más de 8.000 personas procedentes de toda España, participaron en la marcha solidaria contra el cáncer, que tuvo lugar el domingo 21 de octubre, en Madrid, lo que representó un record de asistencia. Asistieron asimismo numerosos rostros conocidos que han querido apoyar con su presencia la lucha y prevención contra el cáncer de mama (Tony Aguilar, Norma Ruíz, Cristina Urgel, Jon Allende…), así como miembros de la AECC y del CNIO.

CAPTAIN TORTUE

CAPTAIN TORTUE, empresa francesa familiar, líder europea en la venta a domicilio, creadora y distribuidora de 4 marcas destinadas a niños y a mujeres. Es un grupo que exporta al Reino Unido, Irlanda, España, Luxemburgo, Bélgica, Suiza y Alemania con una red compuesta de 2500 vendedoras. Las marcas de Captain Tortue Group te acompañan a lo largo de la vida. Han sido creadas por nuestros estilistas para el día a día, para crecer con tus hijos y cambiar contigo. Crear.. Los modelos que imaginamos para nuestras clientas son creaciones originales y exclusivas elaboradas en nuestro departamento de diseño y creación por un equipo de estilistas, modelistas e infografistas. Formar, Motivar... Las vendedoras cuentan con el apoyo permanente de nuestra sede y de sus responsables de equipo. Junto a ellas descubren el mundo de la moda, las técnicas de presentación y el placer de vender nuestros productos.
Comercializar : La Venta a Domicilio
La venta a Domicilio es un modelo de comercialización que permite conciliar calidad de vida y actividad profesional. El estatus de vendedora ofrece todas las garantías necesarias para ejercer esta actividad con total profesionalidad.

AMWAY

El pasado mes de agosto, Amway de España realizó una importante donación a UNICEF España durante la celebración de una de las reuniones de Empresarios Amway más importantes del año, celebrada en Madrid en Agosto de este año.

La donación consistió en la entrega de varios cheques con sumas procedentes de distintas acciones. En la entrega participaron destacados Empresarios de Amway en España, el Director General de España y Portugal, Sr. Gerardo Vallejo, y el Vicepresidente de Ventas de Amway en Europa, Sr. Peter Strydom

Noticias de nuestros Asociados

CÍRCULO DE LECTORES

Círculo de Lectores cumple cincuenta años

Círculo de Lectores celebra este año su 50 aniversario. Durante este medio siglo, el club ha estado presente en millones de hogares españoles, ha vendido cerca de 300 millones de libros y se ha convertido en una entidad de referencia dentro del mundo cultural de nuestro país.

Los Príncipes de Asturias presidieron el acto de inauguración del aniversario, celebrado en Madrid el pasado septiembre. El príncipe Felipe destacó la labor «decisiva» de Círculo en el fomento de la lectura desde aquel lejano 1962. Liz Mohn, en representación de Bertelsmann, y José Manuel Lara, presidente del Grupo Planeta, los dos accionistas de Círculo, reafirmaron su compromiso con el club y con el futuro de la lectura en España.

El aniversario de Círculo ha tenido amplia repercusión. El programa Informe Semanal, uno de los informativos más prestigiosos de la televisión, dedicó un reportaje al club y a su labor cultural durante estos cincuenta años. Además, aparecerán ediciones especiales conmemorativas y se llevarán a cabo diversos actos y exposiciones, entre las que destaca la que se inaugurará en primavera en Madrid sobre la historia de Círculo en paralelo a la evolución de la sociedad española y sus gustos culturales durante estas cinco décadas.

Con motivo del 50 aniversario, el club ha puesto en marcha varios proyectos que le permiten entrar con fuerza en el mundo digital, como la plataforma booquo.com, que proporciona acceso ilimitado a eBooks y otros contenidos mediante un sistema de suscripción, o la nueva editorial digital arrobabooks.

HERBALIFE

Herbalife, multinacional líder en venta directa de productos nutricionales, ha cerrado un acuerdo de patrocinio con el Club Baloncesto Gran Canaria, al que patrocinará para las próximas tres temporadas.

El acto de presentación contó con la asistencia del director general de Herbalife en España, Carlos Barroso; el consejero de Deportes del Cabildo de Gran Canaria, Lucas Bravo de Laguna y el presidente del CB Gran Canaria, Joaquín Costa, quienes expusieron los detalles del vínculo entre ambas entidades y que propicia que el equipo que compite en la Liga Endesa pase a denominarse 'Herbalife Gran Canaria'.

Un acuerdo que es "de gran importancia" para el conjunto insular como destacó el consejero de Deportes del Cabildo de Gran Canaria, quién agradeció a Herbalife su apuesta por el equipo canario. Por su parte, el presidente del Club Baloncesto Gran Canaria, apuntó que "Herbalife encaja muy bien en la filosofía" de la entidad insular, manifestando que no fue fácil encontrar un patrocinador así y que harán todo lo posible para el acuerdo que se inicia.
Por su parte, el director general de Herbalife, Carlos Barroso, se congratuló por entrar en el mundo del baloncesto. "Esta es la primera vez que patrocinamos un equipo como el Gran Canaria, lo cual es para nosotros un verdadero honor por varios motivos, además del de poder anunciar este acuerdo aquí, en Gran Canaria", subrayó. Asimismo, destacó los valores que comparte con este deporte como "trabajo en equipo y compañerismo, además de esfuerzo y afán de superación". "Valores con los que nos sentimos totalmente identificados y que desde Herbalife impulsamos a través del deporte y de la promoción de una vida saludable. Sin esfuerzo, superación y entrega, lo que hace todo el equipo amarillo cada vez que sale a la cancha, es difícil tirar para adelante, especialmente en estos tiempos tan duros", destacó Barroso.

4LIFE

Distribuidores de 4Life donan 2.293 € para Aldeas Infantiles SOS

En septiembre, durante el incentivo europeo de 4Life "Tu Camino al Éxito 2012" celebrado en El Algarve, Portugal, se realizó una jornada solidaria y de compromiso con la Foundation 4Life™. Gracias a la participación voluntaria de todos los Distribuidores, los ganadores de este incentivo pudieron compartir momentos divertidos practicando unos peculiares juegos solidarios por Aldeas Infantiles SOS: lanzamiento de penaltis, partidos de Baloncesto, golf y jogging. Cada uno de los juegos aunaron diversión y compañerismo que, junto a la rifa solidaria, permitieron lograr una recaudación de 2.293 € euros que en parte serán destinados a comprar material escolar y educativo a los niños de Aldeas SOS de Zaragoza y Granada.