

FEDSA = SELDIA

Desde hace algún tiempo, la Junta Directiva de FEDSA de la que formamos parte, empezó a considerar el cambio del logo de FEDSA y a medida que se avanzaba en el proyecto, se llegó a la conclusión de que sería factible alcanzar una nueva denominación, todo ello con el fin de mejorar la identidad visual de la organización que agrupa a nuestro sector en Europa y conseguir con ello un óptimo posicionamiento de la Venta Directa en Europa.

El resultado ha sido consecuencia de un profundo trabajo profesional efectuado por una destacada agencia belga "pageinextremis" que anteriormente había desarrollado trabajos parecidos por cuenta de un buen número de organizaciones internacionales con sede en Bruselas.

Por su parte, la Junta Directiva de FEDSA de la que formamos parte, creó una Comisión de supervisión de los trabajos de la citada agencia hasta llegar a una propuesta final para su traslado a la Asamblea General que debía dar su conformidad, lo que tuvo lugar el día 10 de Mayo de este año.

No fue fácil consensuar un nuevo nombre ya que SELDIA en principio es una marca que no es explicativa de la entidad que representa. Se ha formado a través de palabras que recuerdan la actividad de la organización: "Direct Selling", es decir Venta Directa. También se quiso conseguir una marca de fácil pronunciación en diferentes idiomas, lo que creemos que se ha conseguido.

Los futuros éxitos de SELDIA serán también los éxitos de nuestra Asociación.

seldia The European
Direct Selling Association

HERBALIFE

II JORNADAS DE ACTUALIZACIÓN EN NUTRICIÓN DE HERBALIFE

El Instituto de Nutrición de HERBALIFE ha reunido en el Ilustre Colegio de Médicos de Madrid cerca de un centenar de profesionales interesados en conocer las últimas novedades de nutrición y salud.

El acto se realizó con el objetivo de reunir a expertos en el campo de la Nutrición y la Medicina Deportiva y así poder analizar los actuales factores nutricionales que inciden directamente en la salud de la población y abordar aspectos fundamentales de la nutrición deportiva.

Las Jornadas contaron con la presencia de notables figuras dentro de la Medicina Deportiva, como la Dra. Pilar Doñoro, Médico del Real Canoe, que explicó la importancia de la proteína en la nutrición del deportista y la Dra. Laura Schack, Médico especialista en Nutrición y Dietética cuya charla se centró en la evolución que ha sufrido la Nutrición durante los últimos años y cómo se ha ido adaptando a las necesidades de los deportistas. La tercera conferencia fue impartida por el Dr. Luis Serratos, Médico del Real Madrid CF, que explicó detalladamente la dieta de un deportista de alto nivel para mantener un alto rendimiento. Por último, el Dr Julián Álvarez Profesor de Medicina Deportiva de la UMH y miembro del Consejo Asesor Nutricional de HERBALIFE, hizo hincapié en la importancia que tienen los suplementos alimenticios a la hora de conseguir una nutrición eficiente para los deportistas.



NU SKIN

NU SKIN da un paso más en la ciencia antiedad con el nuevo ageLOC® Vitality, complemento alimenticio que se centra en las causas de la pérdida de vitalidad ligada al envejecimiento, basándose en el estudio a nivel genético identificando los Cúmulos de Genes de la Juventud y su relación con las funciones mitocondriales y que ha tenido una gran acogida en los mercados europeos donde se ha presentado y que supone la gran apuesta de NU SKIN en el 2011.

La ciencia ageLOC® apoya un perfil de expresión saludable para ayudar a mantener unos niveles óptimos de vitalidad.

Varios estudios apoyan estos hechos:

- El 85% de los consumidores se muestra preocupado por sus niveles de energía y resistencia.¹
- Las personas con edades comprendidas entre los 30 y los 60 años experimentan un cambio notable en su capacidad de concentración.²

ageLOC® Vitality aporta beneficios en varios aspectos:

Mejora los niveles medios de energía, de forma general y equilibrada actuando sobre las tres dimensiones de la vitalidad: vigor físico, claridad mental y salud sexual.

Los estudios preliminares muestran que un 90% de los consumidores notaron cambios positivos en sus niveles generales de fatiga gracias a ageLOC® Vitality.

Los ingredientes principales de ageLOC® Vitality incluyen el Cordyceps Cs-4 Mushroom Mycelia, un extracto de fruta de granada pionero en el mercado y un extracto de la raíz del ginseng asiático de Phamanex Rb1.

¹ Datamonitor: Global Consumer Fatigue Report (Informe sobre los niveles globales de fatiga en los consumidores). abril 2009

² Salthouse TA. "When does age-related cognitive decline begin?" (¿A qué edad empieza la decadencia cognitiva relacionada con el envejecimiento?) Neurobiol Aging 2009; 30:507-514



NSA

Los nuevos Juice PLUS+® Soft protagonistas de la Conferencia de Liderazgo 2011

En la Conferencia de Liderazgo de Juice PLUS+® celebrada en Munich en Marzo con la asistencia de unas 5.000 personas entre otros eventos, se presentó el lanzamiento de los Juice PLUS+® Soft en un nuevo y delicioso formato masticable.

Ahora, gracias a los Soft, comer más frutas, verduras y bayas se ha convertido en algo mucho más fácil y divertido. Los Soft, una alternativa a las cápsulas, ayudan a complementar la alimentación diaria gracias a la esencia nutricional de hasta 17 variedades.

Los Soft representan una buena solución para que los menores puedan obtener los beneficios de Juice PLUS+® en polvo en un formato más práctico para ellos.

