

ASOEM CIERRA EXITOSA GESTIÓN 2016



ASOEM celebra sus logros en encuentro de informe anual

CONTENIDO

2
Editorial

3 - 4
ASOEM cerró exitosa
gestión 2016 con un
análisis económico
global y nacional

8 ESSEN promueve el concepto
"Cocinar hace bien"
BOMO: Natura marca tendencia en
maquillaje

5
ASOEM recibe
reconocimiento de la
WFDSA

6 - 7
"Luzco bien, me siento
motivada" con cuatro
talleres que animaron a
más de 100 mujeres

9 Conceptos básicos sobre Venta
Directa

10 La ética hacia los consumidores
(segunda parte)

12 Asociados comparten cena de fin
de año





Gastón Pacheco
Presidente del Directorio
ASOEM

Un año lleno de satisfacciones

Estimados asociados de ASOEM,

Estamos finalizando un año intenso. Hemos logrado una nueva dinámica de reuniones e iniciativas que nos está dando mejores frutos y que, a su vez, genera valor agregado a nuestra participación en la Asociación.

Este año los resultados han sido buenos para nuestra institución. Recibí la confianza de ustedes en las elecciones y asumí en marzo la presidencia junto con el nuevo directorio, comprometidos con reforzar el vínculo entre los asociados, escuchando y atendiendo sus necesidades. También, tuvimos un acercamiento con diversas instancias gubernamentales para buscar que la normativa permita el crecimiento del sector.

En junio, realizamos con éxito la Reunión Internacional de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa - WFDSA (siglas en inglés), la misma que sirvió para debatir temas de nuestro sector, tanto a nivel global como de América Latina.

El mismo mes, recibimos la grata noticia de que la Federación subió a ASOEM a categoría Plata luego de una evaluación exhaustiva en base a sus estándares.

Nuestra acertada gestión de prensa permitió que varios de estos resultados se difundieran en notas de diarios, semanarios y revistas, mostrando que la venta directa es generadora de empleo, un negocio en crecimiento, dinámico, innovador y que las marcas líderes son parte de ASOEM.

En cuanto a responsabilidad social, este año se realizaron cuatro versiones del taller “Luzco bien, me siento motivada” junto a la Fundación Mi Refugio, llegando con un mensaje de esperanza a más de 100 mujeres en tratamiento oncológico .

Al cierre de esta gestión, compartimos una cena con todos los asociados, a la cual invitamos a José Alberti, presidente del Colegio de Economistas para que nos mostrara el panorama 2017 y aspectos a considerar en la planificación estratégica para los negocios de venta directa. Además, nuestra directora, Milka Ortiz hizo un recuento destacado de las actividades del año.

Como en anteriores números, en este boletín podrán encontrar noticias de actualidad de nuestros asociados, en este caso ESSEN y NATURA.

Para finalizar, quisiera brindar con ustedes por un año lleno de realizaciones. Deseo que pasen unas fiestas de fin de año con mucha paz y unión y que juntos sigamos construyendo la institución que nos representa y nos brinde las oportunidades que ansiamos como sector.

¡Felices Fiestas!
Gastón Pacheco

ASOEM cerró exitosa gestión 2016



ASOEM cerró el año con broche de oro, realizando una cena con sus asociados para reportar los logros de su gestión 2016 y los retos 2017. El encuentro se llevó a cabo el 7 de diciembre, al que asistieron los representantes de sus empresas asociadas (Yanbal, Natura, Zermat, Bata, Azzorti, Essen, 4Life, Tiens, Bellcorp, Herbalife y Omnilife).

En la ocasión, su presidente, Gastón Pacheco y la Directora de ASOEM, Milka Ortiz agradecieron la asistencia y el compromiso de todos los asociados. Ortiz presentó el informe de gestión en el que resaltó los logros más sobresalientes de la Asociación en 2016 como la Reunión Latinoamericana de Venta Directa realizada en octubre, por primera vez en Bolivia, donde participaron más de 30 gerentes de grandes compañías de Colombia, Perú, Argentina, México, Brasil, Ecuador, Costa Rica, Paraguay y Bolivia.

Con la mirada prospectiva, se invitó al Presidente del Colegio de Economistas de Santa Cruz, José Alberti quien brindó una presentación y conversatorio sobre las perspectivas de la economía boliviana para el 2017, información de valor para la planeación estratégica de las empresas asociadas.

El acto también fue la oportunidad para entregar al presidente de ASOEM el reconocimiento por la exitosa organización de la 14ª Reunión Latinoamericana de Asociaciones de Venta Directa otorgado por la Federación Mundial de Asociados en venta Directa (World Federation of Direct Selling Association- WFDSA, siglas en inglés).

Finalmente, la cena cerró con el tradicional intercambio de regalos entre las empresas asistentes colmados de abrazos y deseos de felices fiestas.

ESTADO DE SITUACIÓN DE LA ECONOMÍA

Por: José Alberti

Presidente del Colegio de Economistas de Santa Cruz

Contexto global

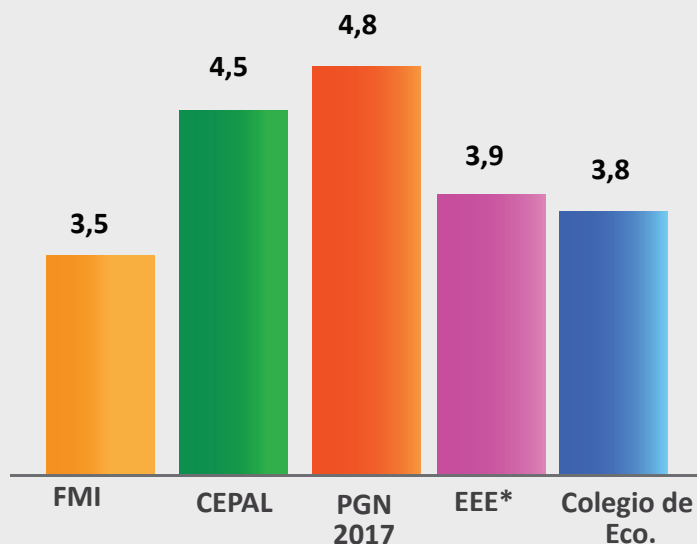
La economía regional se vio golpeada por la fuerte desaceleración económica mundial que viene afectando al flujo de comercio e inversión desde el 2013. La dinámica de crecimiento de los principales motores que jalonan la economía mundial no dan señales claras de recuperación y certidumbre, con excepción de los Estados Unidos. La región en mayor o menor grado tiene a China como su principal socio comercial, al reducir su demanda el principal motor de crecimiento mundial, primer exportador y primer importador de materias primas de la región, el canal natural de transmisión fue el intercambio comercial, mismo que se redujo ampliamente. Se prevé un escenario económico mundial para el 2017 levemente más alentador, dada la consolidación de la recuperación de los Estados Unidos y por el resultado de reformas que se vienen aplicando en otras economías desarrolladas.

Contexto nacional

La economía boliviana es muy dependiente de los ingresos por exportaciones del sector tradicional (hidrocarburos y minería), el cambio en los términos de intercambio ha impactado negativamente sobre los ingresos del país, inclusive, deteriorando los indicadores macro. Las expectativas de crecimiento económico para el 2017 no son alentadoras. La falta de ajustes y reformas a una nueva realidad económica han estado ausentes. Asimismo, la excesiva regulación al tejido empresarial en el ámbito tributario, laboral, controles a la producción, precios y exportaciones han limitado el desarrollo empresarial. Urge desmontar las restricciones y enfocarse en una agenda productiva.



Bolivia: Expectativas de crecimiento económico 2017 (En porcentajes)



*EEE: Encuestas de Expectativas Económicas del Banco Central Bolivia

Fuente: INE

ASOEM recibe reconocimiento de la WFDSA

Recientemente ASOEM recibió un importante reconocimiento por parte de la Federación Mundial de Asociados en venta Directa (WFDSA).

El reconocimiento, firmado por Doug DeVos, Presidente de la WFDSA y Tamuna Gabilaia, Directora Ejecutiva, se debió a la exitosa organización de la 14^º Reunión Latinoamericana de Asociaciones de Venta Directa (Association Performance Program for the Latin American Region-APP), realizada por primera vez en nuestro país, el 28 y 29 de julio y que contó con la participación de más de 30 gerentes de grandes compañías de Colombia, Perú, Argentina, México, Brasil, Ecuador, Costa Rica, Paraguay y Bolivia.

Milka Ortiz, directora de ASOEM destacó: “Para nosotros es una gran satisfacción recibir este reconocimiento de parte de la WFDSA ya que

demuestra que podemos llevar a cabo este tipo de eventos de gran envergadura en nuestro país; además de ser un incentivo al esfuerzo y trabajo que actualmente viene desarrollando ASOEM”.



Congreso Mundial de Asociaciones será en París



Este año el Congreso Mundial de Asociaciones de Venta Directa, titulado "Rendezvous with the Future" (Cita con el futuro, en español) se celebrará del 1 al 3 de octubre de 2017 en París, Francia y cubrirá diversos temas relacionados con la industria global de venta directa.

Este evento reunirá a los asociados de la venta directa, ejecutivos de empresas miembros, funcionarios gubernamentales, académicos y los medios de comunicación de todo el mundo.

Bolivia estará representada a través de ASOEM por su presidente del Directorio, Gastón Pacheco y su Directora, Milka Ortiz.

"Luzco bien, me siento motivada"

Cuatro talleres que animaron a más de 100 mujeres



El tratamiento oncológico deja huellas emocionales internas y externas en los pacientes. Al recibir quimioterapia o radioterapia las mujeres sufren consecuencias importantes en las células de la piel que pueden provocar alopecias, caída de cejas, hipersensibilización de la piel y otras reacciones notorias. A esto, le suman los efectos secundarios que hacen decaer la autoestima conllevando a que se agrave su situación física.

La Asociación Boliviana de Empresas de Venta Directa –ASOEM y la Fundación Mi Refugio, impulsan la actividad denominada “Luzco bien, me siento motivada”, iniciativa que busca elevar el autoestima de las pacientes ayudándolas a mejorar su imagen exterior, algo que también influye en su recuperación.

En lo que va del año, cerca de 112 mujeres de

distintas edades y con diferentes diagnósticos aprendieron a destacar más su belleza con técnicas de automaquillaje y uso de accesorios. Los resultados se ven en el espejo y también en el consultorio.

Milka Ortiz, directora de ASOEM, manifestó que el programa es una buena oportunidad de apoyar a mujeres verdaderamente luchadoras. “Quien luce bien, se siente mejor y este positivo estado de ánimo ayuda a la mujer en el tratamiento oncológico a enfrentar su enfermedad y los tratamientos con mayor confianza y seguridad, aspectos que influyen además en la relación con su familia y entorno”, puntualizó.

Por su parte, Lucía Terrazas, voluntaria de la Fundación Mi Refugio, mencionó: “la Fundación

apoya a mujeres en su lucha contra el cáncer, no sólo con el tratamiento, cirugía y quimioterapia, sino también con ayuda emocional y psicológica”.

Es importante resaltar que esta actividad no es un programa médico, por lo tanto no interfiere con el tratamiento clínico de las beneficiarias ni reemplaza, en forma alguna, el consejo médico profesional; es completamente gratuita y a cada beneficiaria se le entrega un bolso con todo el kit necesario para el taller.

Alejandra Covarrubias L.

Psico oncóloga

Jefa de la unidad de psicología del Instituto Oncológico del Oriente Boliviano.

La terapia ocupacional ayuda a que los pacientes recuperen su fuerza física y la independencia que pueden haber perdido debido a una enfermedad.

Los tratamientos de quimioterapia en su mayoría tienen efectos invasivos, estos talleres intentan llegar a la mujer con mensajes positivos para hacerla sentir mejor, recuperar su identidad y su imagen.

El objetivo de estas terapias es el de ayudar a las personas a ser independientes y productivas como sea posible. En el caso de las pacientes con Cáncer de Mama, los talleres que se les brinda son para ayudar o recuperar su autoestima y al mismo tiempo mejorar su estado de ánimo y retomar su vida.

Desde hace 25 años, a lo largo del mundo existen proyectos llamados "ponte guapa, te sentirás mejor". En Bolivia contamos con uno similar que no tiene nada que envidiar a éstos. En nuestro país existen Fundaciones que se encargan de brindar talleres con un toque de "beneficio terapéutico".

Es importante aprender a amarse, lema que lo llevan muy asimilado estas valientes mujeres luchadoras.

**ROXANA
CÓRDOVA**



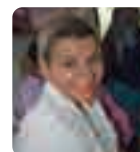
“Hace un año y medio me detectaron cáncer estoy en la octava quimioterapia y hace dos meses me operaron. En esta actividad nos motivan para seguir adelante física y moralmente.

**ROSARIO
GUERRA**



Estoy con tratamiento de quimioterapia hace cinco meses. Estos talleres nos dan el calor humano que necesitamos. Estamos afrontado la vida. Hoy nos dieron un curso de automaquillaje que nos sirve de mucho, porque perdemos las cejas, las pestañas.

**BLANCA ELENA
SUÁREZ**



Me detectaron cáncer de mama, no estaba preparada para esa noticia me hicieron once quimioterapias y me sacaron el seno me someteré a una nueva operación pero con esta actividad estoy más optimista.



Conceptos básicos sobre Venta Directa

Para ASOEM es muy importante dar a conocer e informar qué es y cómo funciona la venta directa. Por esta razón, en este artículo brindaremos algunos conceptos básicos que logren hacer comprender y diferenciar los tipos de venta directa existentes.

¿Qué es la venta directa?

Es un canal de distribución al por menor, que se expande rápidamente, y que se basa principalmente en ser un negocio que requiere el contacto personal de los vendedores independientes con el consumidor, por lo que se la califica como un "Negocio de Gente".

TIPOS DE VENTA DIRECTA

Método o enfoque de ventas: La manera mediante la cual un vendedor independiente de venta directa se dirige a su cliente/consumidor. Esto puede hacerse por medio de:

1

Ventas cara a cara o de persona a persona:

La venta uno-a-uno de un producto o servicio entre el vendedor independiente de venta directa y un cliente/consumidor individual.

2

Venta en reuniones sociales / clases grupales, incluyendo fiestas en línea:

La venta de un producto o servicio por parte de un Vendedor Independiente de venta directa a un pequeño grupo de clientes, en un ambiente de clase o reunión social, con frecuencia se da en la casa de una anfitriona.

Estructura de compensación: La manera mediante la cual se compensa a un Vendedor Independiente de Venta Directa. Esto puede hacerse a través de estos tipos de estructuras:

1

Multinivel:

Se trata de una estructura en la que la compañía compensa al Vendedor Independiente no sólo por las ventas que genere personalmente, sino también por las ventas de los demás que incorpore a su grupo.

2

Venta Plana:

Se trata de una estructura por la cual la compañía no compensa al Vendedor Independiente por las ventas que genere. En lugar de ello, el Vendedor Independiente gana dinero mediante la generación de ganancias al por menor.

ESSEN promueve el concepto “Cocinar hace bien”



Essen es una empresa argentina que hace 36 años cree en las mujeres y las ayuda a desarrollar su máximo potencial. La filial de Essen Bolivia, nueva en el mercado, brinda oportunidades de desarrollo personal, económico y de integración social a todas sus emprendedoras reconociendo sus esfuerzos y logros.

En nuestra fábrica (ubicada en Argentina, Venado tuerto) un gran equipo trabaja día a día bajo las premisas de superación e innovación constante, excelencia en calidad y el mejor servicio para nuestros clientes.

Bajo el concepto de marca “Cocinar hace bien”, Essen promueve una calidad de vida basada en la comida saludable, es por eso que todos nuestros productos se basan en ésta consigna.

Una variedad de líneas con colores y diseños en cacerolas, sartenes, ollas, biferas, complementos y utensilios de cocina, productos de alta calidad que permiten disfrutar cada paso de las preparaciones y hacer del encuentro de cocina un momento único y memorable. El encuentro de cocina es la mejor forma de conocer nuestros productos sus beneficios y funciones, ¡y cómo sacarle el mejor provecho!

BOMO: Natura marca tendencia en maquillaje

La pasarela del Bolivia Moda Verano (BOMO) se vistió de color con Natura, maquilladora oficial del evento.

La empresa acompañó durante 3 noches a más de 40 diseñadores y marcas reconocidas que deslumbraron con sus propuestas para el verano 2017.

Además, la marca preparó un espacio especial para que los asistentes pudieran experimentar con los nuevos productos y tomarse fotografías en la alfombra roja.

En esta oportunidad, Natura apostó por un maquillaje natural tanto para el día como para la noche, con un estilo ideal para la temporada de verano que permite lucir la piel bronceada utilizando



bases ultralivianas que la hidratan y mantienen saludable, con sombras y brillos en tonalidades *nude* para destacar la belleza de la mujer.



La ética hacia los consumidores (segunda parte)

En este número desarrollaremos la segunda parte de la sección referida a la ética hacia los consumidores que comprende las relaciones entre las compañías de venta directa y los revendedores/as por una parte y los consumidores por otra.



7. Período de reflexión y devolución de productos

Las compañías y revendedores/as deberán asegurarse que cualquier formulario contenga, sea éste un requerimiento legal o no, una cláusula de período de reflexión al cliente permitiéndole desistir de su compra dentro de un período especificado de tiempo y poder obtener un reembolso si hubo pago. Las compañías y revendedores/as que ofrezcan un derecho incondicional de devolución deberán hacerlo por escrito.



8. Garantía y Service post-venta

Las condiciones de la garantía, detalles y limitaciones del service post-venta, el nombre y la dirección del garante, la duración de la garantía deben ser claramente explicados en el formulario o en la literatura que lo acompañe, o provisto con el producto.



9. Literatura

La literatura promocional, publicidad o envíos por correo no contendrán descripción de ningún producto, afirmaciones o ilustraciones que sean confusas o inciertas, y contendrán el nombre completo, número de teléfono y dirección de la compañía o del revendedor/a.



10. Testimonios

Las compañías y revendedores/as no se referirán a ningún testimonio que no sea verdadero, esté obsoleto o de alguna manera sea inaplicable, no relacionado a su oferta o utilizado de modo que pueda confundir al consumidor.



11. Comparación y difamación

Las compañías y revendedores/as se abstendrán de usar comparaciones que puedan confundir y que sean incompatibles con los principios de defensa de la competencia. Los puntos de comparación no deben ser seleccionados deslealmente y deben basarse sobre hechos demostrables. Las compañías y revendedores/as no deben difamar ninguna empresa o producto directamente o en forma implícita. Las compañías y revendedores/as no deben utilizar de manera desleal la marca o el símbolo de otra empresa o producto.



12. Respeto a la privacidad

Los contactos personales o telefónicos serán hechos durante horas razonables para evitar intromisiones a la privacidad. Un revendedor/a debe suspender inmediatamente una demostración si así lo requiere el consumidor.



CODIGO DE ÉTICA ASOEM



13. Lealtad - Honestidad

Los revendedores/as no abusarán de la confianza de los consumidores individuales, respetarán la falta de experiencia comercial de los consumidores y no explotarán la avanzada edad de los consumidores, su enfermedad, falta de entendimiento o desconocimiento del idioma.



15. Venta por referencia

Los revendedores/as y Compañías de Venta Directa no inducirán al cliente a comprar productos o servicios basados sobre la promesa que el cliente puede reducir o recobrar el precio de su compra por el hecho de dar referencias de posibles clientes para similares compras, si ese descuento o recuperación de dinero están basados sobre un evento futuro incierto.



14. Entrega

Las compañías se asegurarán que los productos solicitados en la orden de compra de los revendedores/as se entreguen debidamente y en el tiempo pactado.



Mayor información:

<http://www.asoem.org.bo/etica-hacia-los-consumidores.html>





IMPORTANTE...



Asociados comparten cena de fin de año

La cena de fin de año de ASOEM se realizó en el salón vip del restaurant Santa Brasa. Los asociados pudieron degustar del menú a la carta, acompañados de un buen vino y excelente ambiente musical, característico del lugar.

El tradicional intercambio de regalos fue el momento especial de la noche, en el que los asistentes se sintieron felices y brindaron por un buen año, lleno de esperanzas y de deseos de un 2017 aún mejor.



01



02



03



04

▶01 Gastón Pacheco, José Luis Coloma, Luis Ernesto Rojas y Sandra Gonzalez.

▶02 Milka Ortiz, Marisol Ardaya y Elia Soliz

▶03 Sandra Gonzáles y Laura Rodriguez

▶04 Milka Ortiz y Giovanni Monterosso

