



SERVICIO DE INFORMACIÓN NEGOCIOS SIN FRONTERA

Bajo este título se realizó el **XI Congreso Mundial de la WFDSA (World Federation of Direct Selling Association)**. Las secciones tuvieron lugar en la ciudad de Toronto (Canadá) entre el 3 y el 6 de septiembre del 2002.

La apertura oficial estuvo a cargo de **Neil Offen, Secretario de la WFDSA**, quien presentó *el estado global de la venta directa*, actividad extendida por 180 países, que emplea una fuerza de venta de más de 44 millones de personas y alcanza un volumen de venta minorista de 80 mil millones de dólares anuales. La exposición incluyó también un panorama de las tendencias del mercado mundial y constituyó, sin duda una clara lección sobre el verdadero significado del término “globalización”.

A la apertura, le siguió el “plato fuerte” del Congreso: la conferencia de **Robert Mundell, Premio Nobel en economía 1999**, sobre negocios internacionales y el sistema de tasas de cambio en el nuevo siglo. La exposición reseñó ciertas tendencias clave como la revolución tecnológica, el liderazgo económico de los Estados Unidos, las fusiones y reestructuraciones, el advenimiento del euro, el trauma post-terrorista y la recesión global; a partir de este escenario planteó un panorama actual y una proyección para el año 2040 de las áreas de influencia del dólar, del euro y del yen, para destacar la necesidad de un nuevo acuerdo para la reforma del sistema monetario internacional.

La conferencia tuvo su continuación en la **mesa redonda** que integró el Premio Nobel junto a Philippe Trahan de la Delegación de la Comunidad Europea, y el profesor Fox de Canadá. **El tema en discusión fue sobre las consecuencias del euro y sus perspectivas**, frente a la postura de Mundell, considerado el padre del euro, y el **attaché** Trahan, el profesor Fox planteó dudas sobre la influencia del euro sobre la economía de la Comunidad. Consideró que, mientras dure el pacto de estabilidad, los gobiernos no dispondrán de estímulos fiscales para asegurar el crecimiento de la economía.

La mesa redonda que comentamos fue solo una de las 20 secciones que incluyó la apretada de los tres días del Congreso y durante los cuales 65 expertos compartieron sus conocimientos y experiencias sobre los temas más actuales y apremiantes de la venta directa. Los expositores, hombres de negocios, académicos e investigadores provenientes de diferentes países, brindaron una perspectiva teórica y práctica sobre temas clave como la expansión del negocio y la penetración en nuevos mercados, el desarrollo de la fuerza de venta o la introducción de nuevas tecnologías.

La cantidad y variedad de temas se organizaron en torno a **seis grandes ejes temáticos: management, ética, tecnología, gobierno, ventas y cultura**. La agenda comprendió temas tales como: el uso de Internet y otras tecnologías, códigos de conducta y manejo de las relaciones con los consumidores, legislación sobre libre comercio y sobre temas fiscales y provisionales, nuevos mercados en Europa del Este, India China, cultura, liderazgo y capacitación.

EL SEMINARIO ACADÉMICO INTERNACIONAL

Bajo el lema **“Oportunidades con un Sinfín de Posibilidades en el XI congreso”** y organizado por la **DSEF (Direct Selling Education Foundation)** tuvo lugar el **seminario destinado a profesores provenientes de distintas universidades del mundo**. La invitación de los múltiples aspectos de la modalidad de venta directa y posibilidad de interacción y los vínculos entre ejecutivos y académicos.

Las exposiciones estuvieron a cargo de directivos de empresas como Alticor, Avon Products, Mary Kay, NuSkin, Lotus Learning o Unicity quienes trazaron un panorama de la venta directa y desarrollaron temas como **entrepreneurship**, fuerza de ventas, construcción de una empresa de venta directa, apertura de nuevos mercados y desafíos tecnológicos. El seminario culminó con interesantes paneles de académicos sobre experiencias de la industria en África, China y Escandinavia.



Este tipo de seminarios constituye solo una de las múltiples actividades de la DSEF. La Fundación creada en 1973 cumple el rol de puente de comunicación con educadores y estudiantes, con asociaciones de consumidores, con emprendedores, líderes empresarios y con la comunidad toda, mediante conferencias, publicaciones, apoyos a la investigación y oportunidades de contactos.

UNA EXPERIENCIA VALIOSA

La globalización constituye un lugar común cuando se habla del contexto de los negocios en distintos ámbitos, incluido el académico. La invitación al Congreso de la WFDSA, constituyó una oportunidad única para apreciar su verdadero sentido en experiencias tales como la difusión de la modalidad de venta directa, el desarrollo de nuevos mercados en Europa del Este, India o China el efecto de la tecnología o el desafío de lo ***trans cultural***.

Por otra parte, ***el eje temático de la ética*** permitió valorar el Congreso desde la perspectiva de los intereses académicos y comprobar que las cuestiones culturales, el respeto por el consumidor y el personal, las ***best practices*** y ***la responsabilidad social*** constituyen preocupaciones de las asociaciones empresarias.

Frecuentemente, cuando se trata el tema de la ética relacionada con los negocios surgen inmediatamente preguntas como. ¿la ética es realmente una necesidad o es una cuestión cosmética? ¿qué credibilidad puede darse a un código de conducta, cuando no lo acompañan las prácticas cotidianas de la empresa? ¿qué efecto tiene un código cuando lo impone el equipo directivo sin debate colectivo? O ¿la ética debe limitarse al cumplimiento de la ley?

Las exposiciones y paneles del Congreso destacaron que las cuestiones éticas son tan importantes como la eficacia de la empresa o aún más, son una condición para el desarrollo de la empresa, por la importancia de las relaciones de ésta con sus ***stakeholders***: consumidores, vendedores, gobierno y público en general. La reputación de la actividad de venta directa se basa en la calidad y en la credibilidad de esas relaciones.

El tema de los códigos de conducta y su difusión en todos los países integrantes de la WFDSA fue el tema del panel sobre “Respeto, confianza y apoyo”. Las principales ideas giraron en torno a que los códigos van más allá de lo exigido por la ley, a la necesidad de comunicar a todos su contenido y de capacitar para su puesta en práctica, al requisito de actualización constante y al valor de enseñar con el ejemplo.

Resultó clara la necesidad de un comportamiento pro activo en el tratamiento de quejas y de resolución de conflictos con consumidores y vendedores.

Ese comportamiento incluye el respeto del contexto legal y aún la anticipación a las exigencias de la ley, la cooperación con entidades gubernamentales y asociados de consumidores y el uso de procedimientos simples, rápidos y transparentes.

En definitiva, el Congreso resultó una experiencia valiosa desde el punto de vista de las relaciones interpersonales y de la comprensión del fenómeno de la globalización. Desde mi particular foco de interés, me permitió confirmar que los negocios no deben ser movidos exclusivamente por el afán de lucro; las empresas son entes económicos pero también instituciones sociales y como tales deben asumir su responsabilidad. ***La ética constituye una urgente necesidad para recuperar la confianza en la empresa y reconstruir el tejido de la sociedad.***

Juan José Gilli
Dr. En Ciencias Económicas
Profesor Titular UBA