



## Articolul nr.39 (Editorial 1/2005)

### Despre etică și moralitate în MLM

**Notă:** Acest articol este destinat tuturor distribuitorilor și liderilor MLM din România, precum și acelor persoane din străinătate care sponsorizează în țara noastră. Motivul pentru care a fost scris este faptul că în ultima perioadă de timp au apărut unele aspecte de moralitate care aduc atingere atât mediului de afaceri MLM din țara noastră.

Dan Marius Dumitraș

#### De ce trebuie să vorbim despre etică și moralitate în MLM

**Etica în MLM** este o valoare morală extrem de importantă pentru dezvoltarea industriei de marketing relațional, marketing în rețea sau vânzări directe.

**Etica în MLM** reprezintă și principiul de bază al conlucrării între participanții la activitățile sistemului MLM, atât pentru companii, cât și pentru distribuitori.

**Etica în MLM** reglementează de asemenea conduita companiilor și a distribuitorilor față de clienți (consumatori) și față de partenerii de afaceri.

**Moralitatea în MLM** se referă la respectarea valorilor morale umane în relațiile prilejuite de contactul direct dintre un vânzător și un client. Se poate vorbi despre respectarea legilor care guvernează activitățile industriei de vânzări directe și sisteme MLM, pentru înlăturarea fraudei de orice fel, pentru stoparea concurenței neloiale, a minciunii față de consumatori, a abuzului și ingerinței în intimitatea clienților, a denaturării realității și a minimalizării aspectelor negative.

**Moralitatea în MLM** este un atribut al cinstei față de clienți și față de partenerii de afaceri, fiind garanția succesului în viață, atât pe plan personal, cât și pe plan profesional.

#### Ce spune Codul de Etică și Conduita RODSA

Codul etic de conduită pentru vânzarea directă adoptat și publicat de **Asociația de Vânzări Directe din România (RODSA)** se referă la relațiile dintre *antreprenori* (companiile VD și MLM) și *distribuitorii lor* (care prestează activități de vânzare directă) pe de-o parte și *consumatori* pe de altă parte. Totodată, Codul se referă la relațiile dintre *antreprenori* și *distribuitori*, precum și la relațiile dintre *antreprenori*.

Codul are ca scop asigurarea satisfacției și protecției consumatorilor, asigurarea protecției *distribuitorilor*, promovarea unei competiții corecte între întreprinzătorii individuali, formarea unei imagini publice a *antreprenorilor și întreprinzătorilor*, precum și prezentarea etică a oportunităților de câștig în industria vânzărilor directe.

Codul tratează toate aspectele de principiu legate de conduita participanților la activitățile industriei de vânzări directe și sisteme MLM. În Cod se specifică practicile interzise, imorale și dăunătoare afacerilor desfășurate de distribuitori și companii, descriindu-se diferite aspecte pe 3 categorii:

1. CONDUITA FAȚĂ DE CONSUMATORI
2. CONDUITA FAȚĂ DE DISTRIBUTORI
3. CONDUITA DINTRE COMPANII

În încheierea Codului se descriu modalitățile de aplicare a Codului și de penalizare a celor care încalcă principiile Codului. Membrii RODSA (inclusiv distribuitorii și partenerii de faceri) sunt obligați prin apartenența la asociația RODSA să respecte Codul RODSA.

## Ce se întâmplă în realitate

Realitatea zilelor noastre ne arată o lume plină de imoralitate, de oameni lipsiți de scrupule (fără urmă de etică profesională), de manageri îndoctrinați de "valorile" comunismului, de lideri imorali care uită de unde au plecat, de consumatori păcăliți, de oameni neinformați și de o imensă doză de naivitate umană!

Aceasta este oglinda anului 2005.

Fără să dau nume, am să citez din realitatea industriei MLM, pe care o cunosc de la formarea sa în România, un studiu de caz recent edificator:

### "Saltul iepurelui"

O practică imorală și neproductivă obișnuită în lumea afacerilor MLM este "saltul iepurelui". Aceasta înseamnă că o companie MLM dintr-o țară vestică își trimite liderii în România să promoveze afacerea.

Liderii vin în țară, apelează la câteva cunoștințe, încep prezentările de oportunitate, explică succesele financiare ale companiei și produsele ei minunate, arată cât de mult se poate câștiga și le bagă sub nasul oamenilor formularele de înscriere, pe baza cărora oamenii trebuie să plătească 100, 200 sau mai multe sute de dolari ca să intre în afacere. Bineînțeles în valută, fără garanții legale și fără documente financiare (chitanță, factură, etc.) Totul în stilul celei mai negre afaceri!

Rezultatul? Liderii străini, care povestesc în limba lor, iar cineva apropiat traduce, reușesc să formeze o rețea de prospectanți înregistrați în afacere, în rețeaua administrată de compania lor în țara lor, de cele mai multe ori oamenii fiind trecuți cu o adresă fictivă din țara respectivă. În continuare, liderii străini primesc comisioanele convenite la sfârșitul lunii, iar noii distribuitori primesc un pachet de start după câteva săptămâni. Nu mai trebuie să comentăm că atât banii,

cât și pachetele sunt exportate și importate ilegal! Treaba merge, traficul este în floare, toată lumea este sau pare fericită...

Dar, după câțva timp, creșterea structurii din România complică administrarea încasărilor și a importului de pachete cu produse și cataloage străine, ajungându-se la greșeli de înregistrare, la întâzieri de livrare, la nemulțumiri, suspiciuni, etc.

Să nu mai vorbim și de încasarea comisioanelor rezidenților din România, care au început să recruteze și ei noi distribuitori, deci au început să primească bani în valută. Cum primesc și când încasează banii? De cele mai multe ori tot prin trafic ilegal, sau într-un cont deschis în străinătate.

Și așa mai departe, până compania se hotărăște să deschidă o reprezentanță și în România. Câte delictive financiare se creează prin acest "salt al iepurelui"? Cred că nici garda financiară nu ar ști!

Iată câteva consecințe:

- se recrutează oameni fără să dispună de un depozit LEGAL de produse
- se face o ofertă falsă, pentru că nu se explică partea administrativă a afacerii sau se lasă la voia întâmplării
- se prezintă afacerea prin atracția câștigului de "un milion de dolari", adică se exagerează succesul afacerii
- nu se folosesc cataloage și documentații în limba română, iar produsele (dacă există) nu au specificații în limba română și nu sunt omologate aici.
- se stimulează fraudă fiscală, prin nedeclararea veniturilor
- se stimulează recrutarea oamenilor și vânzarea pachetelor de start în afacere
- nu se stimulează vânzarea produselor și nu se prezintă toate avantajele sau dezavantajele lor, etc.

**Observație:** Dacă promovarea s-ar face etic, compania ar trebui să testeze prima dată piața, apoi să-și deschidă o reprezentanță și pe urmă să înceapă recrutarea prospectanților și a clienților.

## **"Recutarea forțată"**

Prin anii 1996-1997, una din marile companii MLM din America și-a trimis emisarii în România pentru a deschide rețelele de distribuitori. Liderii companiei au venit din Italia, Ungaria, Suedia, Olanda, Germania, Israel, etc. Au început recrutările și vânzarea de produse la negru, iar oamenii erau înregistrați la adrese fictive din țările respective. Comerțul peste graniță era în floare (oricum nu depășea traficul ilegal de motorină și benzină practicat de viitorii marii potențați ai României), iar numărul distribuitorilor din România ajunsese la aproape 80.000.

Atunci când s-a anunțat că se va deschide oficial o reprezentanță în România, iar regula funcționării afacerii impunea ca toată lumea să se înregistreze în rețeaua din România, liderii străini au încasat de la distribuitorii lor 100 de mărci germane, aconto pentru viitoarea înregistrare în rețeaua locală, forțând oamenii să se înscrie în afacerea din România. Șanțul liderilor a fost foarte clar: cine nu se înscrie cu aconto de 100 mărci, nu primește comisionul din străinătate (mai ales că pe vremea aceea vizele erau în vigoare, iar oamenii nu putea să-și ridice personal banii).

**Observație:** Liderii companiei americane voiau de fapt să rețină oamenii în rețeaua lor, ca să nu se înscrie în alte rețele concurente. Astfel au îngădit libera alegere a rezidenților de a-și alege sponsorul. A fost o practică acceptată tacit de companie, contrar Codului Etic de care aparținea.

## **"Scrisorile în lanț" și "Afacerile financiare piramidale"**

Dacă doriți să vă documentați ce înseamnă aceste escrocherii, citiți paginile din [www.rodso.ro](http://www.rodso.ro) la capitolul [scheme piramidale](#), în special despre Delphin Internațional și anchetele asupra promotorilor escrocheriei.

## **Care sunt capcanele din jurul afacerilor MLM**

Voi enumera cele mai importante 10 capcane ale afacerilor MLM, care conduc spre fraudă morală și financiară:

1. Produsele nu sunt produse adevărate, nu au valoare de întrebuințare și, mai ales, nu sunt consumabile.
2. Planurile de marketing sunt greșit concepute, nu atribuie echitabil comisioane tuturor distribuitorilor activi.
3. Companiile MLM nu au bonitate bancară, ascund datorii față de stat și nu au forță financiară.
4. Managerii companiilor nu promovează calitatea produselor și sistemele de instruire a distribuitorilor.
5. Liderii MLM nu prezintă toate aspectele funcționale și administrative ale afacerilor, ascunzând aspectele negative.
6. Distribuitorii nu au un comportament civilizat față de clienți și propectanți, abuzând de credibilitatea lor.
7. Managerii companiilor mută structurile de la un lider la altul, ca formă de penalizare, neplătind comisioanele.
8. Sponsorii, liderii și managerii interzic distribuitorilor să participe la evenimente organizate de companii specializate.
9. Companiile și liderii promovează sisteme piramidale ilegale, sub masca sistemelor MLM.
10. Companiile acceptă tacit pătrunderea pe piețe interne și externe a formatorilor de rețea, prin recrutarea liderilor și distribuitorilor din alte rețele MLM.

Dar cea mai periculoasă capcană este minciuna unor sponsori, care ascund cu bună știință prezentarea riscului de a intra într-o afacere nerezidentă.

## **Cum putem deveni onești în afacerile MLM**

**Onestitatea** în afaceri este o valoare rar întâlnită, care face cinste celor care o practică din bun-simț și obișnuință.

Aș dori să recomand lectura (și studiul) cărților unui mare autor din America, **John Milton Fogg**, care prin cele trei cărți publicate la **Editura Digital Data Cluj** a

reușit să definească aria valorilor persoanele ale celui mai mare specialist în Network Marketing. John a studiat vreme de câțiva ani această problemă și a ajuns la concluzia că personalitatea unui lider MLM poate fi modelată numai prin adoptarea unor valori morale intrinseci comportamentului decent uman.

Dacă citiți cartea "["Cel Mai Mare Specialist în Network Marketing"](#)" și continuare ei "["Conversații cu Cel Mai Mare Specialist în Network Marketing"](#)", veți fi supuși unui exercițiu psihologic inedit, extrem de profund și de folositor pentru formarea personalității dumneavoastră.

Iar dacă citiți cartea "["Îmbogățește-te încet!"](#)", veți învăța cum se pot dobândi valorile personale necesare pentru obținerea succesului printr-o muncă inteligentă în MLM.

Deși par dificile de asimilat, învățăturile lui John reprezintă cea mai bună cale de analiză persoanlă a stării dumneavoastră morale și a eticii de care dați dovadă. Citiți-le și folosiți-le cu succes!

### **Ce fel de personalitate doriți să aveți**

**Personalitatea** fiecărui om care practică o afacere MLM se construiește în funcție de valorile morale însușite prin educație și de valorile etice învățate de la mentori.

Probabil sunt considerat naiv dacă afirm că numai acei oameni reușesc în viață care dau dovadă de o personalitate marcată prin onestitate, etică profesională și moralitate desăvârșită. Acesta este idealul omului modern (sau al ființei umane civilizate care trăiește într-o societate civilizată), cu un profilul psihologic de invidiat.

La fel de probabil pot fi considerat un idealist, dacă mă prefac că nu văd ce se întâmplă în jur, dacă ignor marea corupție, mica înșelăciune, furtul ca sport național, promovarea nonvalorii, invazia ignoranței, parvenitizmul, "miliardarii de carton", politicienii de paradă, etc. etc. etc.

Dar, în mod sigur, știu că sunt văzut ca un visător cu ochii deschiși, deoarece cred că omul zilei de azi care trăiește în România ar putea să reușească în viață (respectiv în MLM) dacă este moral, etic și onest!

Dacă cineva se simte jignit, citind aceste rânduri, îmi cer scuze. Înseamnă că există deja oameni care se îndreaptă spre dobândirea personalității ideale și îi felicit din toată inima!

**Pe curând,**

**D.M.D.**

*Dacă v-a plăcut acest articol, transmiteți un e-mail cu părerea dvs. despre el  
la adresa [mlmir@rdslink.ro](mailto:mlmir@rdslink.ro) sau prin poștă, la adresa:  
MLM International România  
C.P. 1- 470,  
str. Ady Endre nr. 29  
400064 Cluj-Napoca*

*© 2005 Dan Marius Dumitraș, Reproducerea articolelor este permisă cu aprobarea autorului și menționarea sursei, respectiv [www.mlm.ro](http://www.mlm.ro)*