

Código de **Ética**

Diante dos Vendedores Diretos e entre Empresas

(Texto em conformidade com as deliberações da Assembléia Geral Extraordinária da ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas realizada em 03.07.2009)

Este Código de Ética fornece orientação para o relacionamento entre as empresas associadas à ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas e os vendedores diretos a elas relacionados, assim como para o relacionamento entre as próprias empresas.

1. GERAL

1.1 ABRANGÊNCIA DO CÓDIGO

Este Código contém disposições relacionadas à conduta das empresas no relacionamento com os vendedores diretos, assim como para o relacionamento entre as próprias empresas e visa contribuir para a satisfação dos vendedores diretos e para a promoção da concorrência leal, respeitando a livre iniciativa, para a disseminação da imagem pública da venda direta e para a percepção pela sociedade da atividade de venda direta como oportunidade de trabalho e geração de renda.

1.2 GLOSSÁRIO DE TERMOS – para os objetivos deste Código, os termos nele utilizados têm os seguintes significados:

Administrador do Código: a pessoa ou entidade independente nomeada pela ABEVD para acompanhar e orientar o cumprimento deste Código pelas empresas e para solucionar as reclamações relacionadas às disposições deste Código.

Empresa: é uma entidade de negócios (a) que utiliza o sistema de distribuição por venda direta para comercialização de seus produtos e (b) que é associada à ABEVD.

Consumidor: é qualquer pessoa que adquira ou consuma produtos de uma empresa comercializados por um vendedor direto ou pela própria empresa.

Vendedor direto: é uma pessoa que, na condição de vendedor autônomo, participa do sistema de distribuição de uma empresa de venda direta, sem manter com essa empresa relação de emprego. O vendedor direto comercializa bens ou serviços diretamente para os consumidores em ambiente diverso de um local de varejo permanente e fixo, geralmente explicando ou demonstrando os bens ou serviços.

Comprovante de pedido: é um documento manuscrito, impresso ou digitalizado em formato para impressão ou *download*, que confirme os detalhes do pedido efetuado por um consumidor e sirva como comprovante de venda.

Produto: é um bem ou serviço, tangível ou intangível.

Recrutamento: qualquer atividade conduzida com o objetivo de auxiliar uma pessoa a se tornar vendedor direto.

Venda direta: é a comercialização de bens ou serviços diretamente ao consumidor, em sua residência ou na de outras pessoas, em seu local de trabalho ou em qualquer outro ambiente diverso de um local de varejo permanente e fixo, através da ação de um vendedor direto.

1.3 ADOÇÃO DESTES CÓDIGO PELAS EMPRESAS

As empresas se comprometem a adotar e executar normas de conduta que incorporem a essência das disposições deste Código como condição para admissão e permanência no quadro de associados à ABEVD. As empresas também se comprometem a dar divulgação a este Código e às disposições especificamente aplicáveis aos consumidores e aos vendedores diretos, bem como a informar sobre como e em que locais os consumidores e os vendedores diretos podem obter cópia deste Código.

1.4 VENDEDORES DIRETOS

Os vendedores diretos devem ser incentivados pelas empresas a observar normas de conduta que atendam aos padrões estabelecidos neste Código.

1.5 AUTO-REGULAMENTAÇÃO

Este Código se constitui em medida de auto-regulamentação da atividade de venda direta e o cumprimento das obrigações nele estabelecidas implica comportamento ético que atenda ou mesmo exceda às exigências legais. A inobservância deste Código não acarreta responsabilidade civil perante terceiros. Com o encerramento de sua associação à ABEVD, uma empresa não permanecerá vinculada a este Código. Todavia, as disposições deste Código continuarão a se aplicar aos eventos ou transações correspondentes ao período de associação da empresa à ABEVD.

1.6 LEGISLAÇÃO

As empresas devem cumprir as exigências legais estabelecidas nos países em que conduzem seus negócios. Portanto, este Código não reproduz todas as obrigações legais aplicáveis à atividade de venda direta. A conformidade por parte das empresas com a legislação que se aplica à atividade de venda direta é condição para associação e permanência na ABEVD.

1.7 EXTRATERRITORIALIDADE

As disposições deste Código aplicam-se às atividades de venda direta desenvolvidas por empresa fora do território brasileiro, salvo na hipótese dessas atividades ocorrerem no território de jurisdição de uma associação nacional de empresas de venda direta de um outro país, à qual a empresa também esteja associada e a cujo Código de Ética se encontre vinculada.

2. CONDOTA DIANTE DOS VENDEDORES DIRETOS

2.1 CONCORDÂNCIA POR PARTE DOS VENDEDORES DIRETOS

A empresa deve recomendar e estimular o vendedor direto a cumprir este Código e observar regras de conduta que obedeçam a seus padrões.

2.2 RECRUTAMENTO

A empresa não deve usar práticas de recrutamento enganosas, desleais ou que induzam a erro no seu relacionamento com o potencial vendedor direto.

2.3 INFORMAÇÕES COMERCIAIS

As informações fornecidas pela empresa ao vendedor direto potencial ou em atividade, referentes a oportunidades comerciais e aos respectivos direitos e obrigações devem ser precisas e completas. A empresa não deve fazer qualquer declaração a um potencial vendedor direto que não possa ser confirmada nem efetuar qualquer promessa que não possa ser cumprida. A empresa não deve apresentar vantagens acerca das oportunidades comerciais para qualquer vendedor direto em potencial de forma enganosa ou que induza a erro. A empresa não pode determinar o preço de revenda de seus produtos ao vendedor direto, que é livre para estabelecer suas próprias práticas comerciais.

2.4 GANHOS E DEMONSTRATIVOS

A empresa deve fornecer ao vendedor direto demonstrativos periódicos referentes a compras, vendas, lucros, bônus, descontos, entregas, cancelamentos e outros dados relevantes, em conformidade com o acordo estabelecido entre a empresa e o vendedor direto. Todo valor devido deve ser pago e eventual retenção deve ser efetuada de maneira comercialmente razoável.

2.5 ALEGAÇÕES SOBRE GANHOS

A empresa e o vendedor direto não devem distorcer as informações relativas ao volume de vendas ou ao valor dos ganhos, reais ou potenciais, do vendedor direto.

2.6. RELACIONAMENTO

A empresa deve fornecer ao vendedor direto um contrato escrito, a ser assinado tanto pela empresa como pelo vendedor direto, ou uma declaração por escrito, contendo todas as informações essenciais ao relacionamento entre a empresa e o vendedor direto. A empresa deve informar ao vendedor direto sobre suas obrigações legais, inclusive licenças, registros e tributos aplicáveis.

2.7 OBRIGAÇÕES FINANCEIRAS

A empresa e o vendedor direto não devem solicitar que vendedor direto, em potencial ou em atividade, se comprometa ao pagamento de taxas de adesão, treinamento ou de materiais promocionais que sejam desproporcionalmente elevadas, nem qualquer outra taxa relacionada exclusivamente ao direito de participar do sistema de distribuição da empresa. Quaisquer taxas cobradas de uma pessoa que queira se tornar um vendedor direto devem estar diretamente relacionadas ao valor dos materiais, dos produtos e dos serviços fornecidos em troca.

2.8 TÉRMINO DO RELACIONAMENTO COMERCIAL

Por ocasião do término do relacionamento com o vendedor direto, as empresas aceitarão devolução de mercadorias não vendidas, porém comercializáveis, acompanhadas da devida documentação fiscal. Poderão ser deduzidas pelas empresas exclusivamente as despesas financeiras, de transporte e de incentivos correspondentes.

2.9 ESTOQUE

A empresa não deve solicitar ou encorajar o vendedor direto a adquirir uma quantidade excessiva de produtos. A empresa deve adotar medidas adequadas para se assegurar que o vendedor direto que estiver recebendo ganho adicional pelo volume de vendas de outros vendedores diretos que integrem seu grupo de relacionamento esteja, juntamente com os integrantes de seu grupo de relacionamento, consumindo ou revendendo os produtos adquiridos, a fim de que possa se qualificar ao recebimento desse ganho adicional.

2.10 OUTROS MATERIAIS

A empresa deve desaconselhar o vendedor direto a comercializar ou exigir a compra por parte de terceiros de qualquer material que não seja consistente com as políticas e procedimentos da empresa.

O vendedor direto que comercializa material promocional ou de treinamento aprovado pela empresa, seja impresso ou em formato eletrônico, (a) deve utilizar somente material que esteja em conformidade com os padrões adotados pela empresa, (b) não deve fazer da aquisição de material de suporte à atividade de venda uma exigência para os vendedores diretos que integrem seu grupo de relacionamento, (c) deve fornecer material de suporte à atividade de venda a um preço razoável e justo, que seja equivalente ao de material semelhante geralmente disponível no mercado, e (d) deve assegurar por escrito o compromisso com uma política de devolução que seja igual à política de devolução da empresa à qual o vendedor direto se encontra relacionado. A empresa deve adotar medidas eficazes e razoáveis para se assegurar de que o material de suporte à atividade de venda produzido pelo vendedor direto esteja em conformidade com as disposições deste Código e não seja enganoso ou induza a erro.

2.11 TREINAMENTO

A empresa deve fornecer treinamento adequado para que o vendedor direto atue de forma ética.

3. CONDUITA ENTRE AS EMPRESAS

3.1 RELACIONAMENTO

A empresa deve conduzir suas atividades com espírito de concorrência leal em relação às demais empresas.

3.2 ALICIAMENTO

A empresa e o vendedor direto não devem desenvolver ações abusivas e inadequadas de atração de vendedores diretos relacionados a outras empresas.

3.3 DENEGRIMENTO

A empresa não deve denegrir e nem aprovar de forma alguma que o vendedor direto a ela relacionado denigre os produtos, os planos de venda e de marketing ou qualquer outro atributo de outra empresa.

4. APLICAÇÃO DO CÓDIGO

4.1 RESPONSABILIDADE DA EMPRESA

A responsabilidade primária no cumprimento deste Código é de cada empresa. Em caso de infração ao Código, a empresa deve fazer todo o possível para satisfazer o reclamante.

4.2 NOMEAÇÃO DO ADMINISTRADOR DO CÓDIGO

A ABEVD deve nomear uma pessoa ou entidade independente como Administrador deste Código. O Administrador do Código deve acompanhar e orientar o cumprimento deste Código por parte das empresas através de medidas adequadas e deve ser responsável pelo estabelecimento e aplicação de regras de processo para resolução das reclamações. O Administrador do Código deve dirimir qualquer reclamação de consumidor que esteja baseada em infração a este Código e que não tenha sido solucionada.

4.3 MEDIDAS DE REPARAÇÃO

O Administrador do Código pode recomendar à empresa o cancelamento de pedidos, a devolução de produtos adquiridos, o reembolso de pagamentos ou outras medidas adequadas, incluindo cancelamento ou rescisão de contrato de vendedor direto com empresa, bem como efetuar advertência à empresa.

4.4 RECEBIMENTO E PROCESSAMENTO DE RECLAMAÇÕES

A ABEVD e o Administrador deste Código devem estabelecer, divulgar e implementar procedimentos para recebimento e processamento de reclamações a fim de assegurar sua solução imediata. As empresas também devem estabelecer, divulgar e implementar procedimentos próprios para recebimento e processamento de reclamações igualmente com a finalidade de sua pronta solução.

4.5 DIVULGAÇÃO

Todas as empresas devem divulgar este Código de Ética para os consumidores e vendedores diretos.

