

Código de **Ética**

Diante
dos Consumidores

Diante
dos Vendedores Diretos
e entre Empresas

Código de **Ética**

Diante dos Consumidores

(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, por um lado, as empresas associadas à ABEVD - Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas e os vendedores diretos a elas relacionados e, por outro lado, os consumidores dos produtos comercializados pelas empresas e pelos vendedores diretos.

1. GERAL

1.1 ABRANGÊNCIA DESTE CÓDIGO

Este Código contém disposições relacionadas à conduta das empresas para proteção dos direitos dos consumidores e visa contribuir para a satisfação desses consumidores, para a promoção da concorrência leal, respeitando-se 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 estabelecer uma pessoa como 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 DESTE 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 divulgar este Código e as 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 PARA PROTEÇÃO DOS CONSUMIDORES

2.1 PRÁTICAS PROIBIDAS

O vendedor direto não deve adotar práticas comerciais enganosas, desleais ou que induzam a erro.

2.2 IDENTIFICAÇÃO

Ao iniciar a atividade de venda, o vendedor direto deve, mesmo que não seja solicitado, identificar-se com clareza e fidedignidade, identificando a empresa cujos produtos está comercializando, a natureza desses produtos e o objetivo de sua abordagem ao potencial consumidor.

2.3 EXPLICAÇÃO E DEMONSTRAÇÃO

O vendedor direto deve oferecer ao consumidor explicação e demonstração precisas e completas sobre o preço do produto e eventuais condições de crédito, os prazos de pagamento, o direito de arrependimento, inclusive políticas de devolução, as condições de garantia, o serviço pós-venda e o prazo de entrega. O vendedor direto deve fornecer respostas precisas e inteligíveis para as perguntas do consumidor. Na medida em que sejam solicitados esclarecimentos com relação à eficácia do produto, o vendedor direto deve fornecer, oralmente ou por escrito, somente as informações autorizadas pela empresa.

2.4 COMPROVAÇÃO DO PEDIDO

Um comprovante de pedido deve ser entregue ou disponibilizado para o consumidor no momento da venda. No caso de uma venda por correio, telefone ou por meios semelhantes, inclusive eletrônicos, que não incluam a presença do consumidor, o comprovante de pedido deve ser entregue ou disponibilizado para o consumidor no menor tempo possível. O comprovante do pedido deve identificar a empresa e o vendedor direto e conter o nome completo, o endereço permanente e o número de telefone da empresa ou do vendedor direto, assim como todos os termos relevantes da venda. Os termos da garantia, os detalhes e a limitação do serviço pós-venda, o nome e endereço do garantidor, a duração da garantia e a ação de reparação disponível para o consumidor devem

estar estipulados de forma clara no comprovante de pedido ou em outro material impresso que acompanhe o produto. Todos os termos devem estar redigidos de forma clara e legível.

2.5 MATERIAL INFORMATIVO

O material informativo, incluindo-se os anúncios e as peças de mala-direta, não deve conter descrições, informações, fotos ou ilustrações do produto que sejam enganosas ou que induzam a erro. O material informativo deve conter o nome e o endereço ou o número de telefone da empresa, podendo incluir o número de telefone do vendedor direto.

2.6 DEPOIMENTOS

A empresa e o vendedor direto não devem se valer de depoimento, testemunho ou declaração de apoio que não seja autorizado ou que seja falso, obsoleto ou inaplicável ou, ainda, que não esteja relacionado com a oferta, ou seja utilizado de modo a induzir o consumidor a erro.

2.7 COMPARAÇÃO E DENEGRIMENTO

A empresa e o vendedor direto não devem fazer uso de comparações que sejam enganosas. Os pontos de comparação devem ser baseados em fatos que possam ser comprovados. A empresa e o vendedor direto não devem denegrir qualquer empresa, negócio ou produto, diretamente ou por insinuação. A empresa e o vendedor direto não devem obter vantagem, de forma desleal, da reputação associada ao nome e à marca de qualquer empresa, negócio ou produto.

2.8. DESISTÊNCIA E DEVOUÇÃO DO PRODUTO

Independentemente de exigência legal, a empresa e o vendedor direto devem oferecer condições que permitam ao consumidor, em um prazo especificado e razoável, desistir do pedido. Esse prazo deve ser declarado de forma clara. A empresa e o vendedor direto, ao oferecerem o direito de devolução, condicionado ou não a determinados eventos, devem fazê-lo por escrito.

2.9 RESPEITO À PRIVACIDADE

O vendedor direto deve fazer contato pessoal ou por telefone com o consumidor de modo adequado e em horários razoáveis, de forma a evitar incômodo ao consumidor. O vendedor direto deve interromper uma demonstração ou apresentação de venda imediatamente após solicitação do consumidor. A empresa e o vendedor direto devem tomar as medidas apropriadas para assegurar a proteção de todas as informações pessoais fornecidas por um consumidor, por um consumidor em potencial ou por um vendedor direto.

2.10 RESPEITO

O vendedor direto deve respeitar a falta de experiência comercial do consumidor. O vendedor direto não deve abusar da confiança do consumidor e nem se aproveitar de sua idade ou de doença, bem como da falta de entendimento ou de familiaridade com o idioma.

2.11 VENDA POR INDICAÇÃO

A empresa e o vendedor direto não devem induzir uma pessoa a adquirir bens ou serviços com base na perspectiva de obtenção de redução ou recuperação do valor da compra em troca da indicação de potenciais consumidores para compras semelhantes, caso tais benefícios estejam condicionados a eventos futuros e incertos.

2.12 ENTREGA

A empresa e o vendedor direto devem atender no prazo previsto aos pedidos formulados pelo consumidor.

3. APLICAÇÃO DO CÓDIGO

3.1 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.

3.2 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.

3.3 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.

3.4 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.

3.5 DIVULGAÇÃO

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

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. CONDUTA 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.

