

CÓDIGO DE CONDUTA DIANTE DOS VENDEDORES DIRETOS E ENTRE EMPRESAS

1. GERAL

1.1 Objetivo

O Código de Conduta de Venda Direta Diante dos Vendedores Diretos e Entre Empresas (doravante referido como Código) é publicado pela Domus, de acordo com o modelo proposto pela World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) para seus membros, as Associações Nacionais de Venda Direta. Tem a ver com as relações das empresas de Venda Direta com os Vendedores Diretos e das empresas de Venda Direta entre si. O Código destina-se: à proteção dos Vendedores Diretos, à promoção da concorrência leal dentro da livre iniciativa, à melhoria da imagem pública da Venda Direta e à receptividade da indústria de Venda Direta como oportunidade bem-vinda de se ganhar dinheiro.

1.2 Glossário de termos

Para os objetivos deste Código, os termos usados têm os seguintes significados:

Venda Direta: A comercialização de bens e serviços de consumo diretamente aos consumidores em suas residências ou de outros, em seus locais de trabalho e outros locais fora de lojas, usualmente através de explicações ou demonstrações dos bens e serviços por um vendedor ou vendedora.

Domus: é a Associação Nacional de Venda Direta que representa os interesses da indústria da Venda Direta no Brasil.

Empresas: Empresas de Venda Direta são entidades de negócios que utilizam organizações para comercialização de produtos, associadas com sua marca registrada ou marcas de serviços ou outros símbolos de identificação, e que são afiliadas a uma associação nacional.

Vendedor Direto: É uma pessoa que participa do sistema de distribuição de uma empresa de venda direta. Podem ser agente comercial independente, contratado por empreitada, revendedor ou distribuidor independente, representante empregado ou por conta própria, franqueado ou similar.

Produtos: Incluem bens e serviços, tangíveis ou intangíveis.

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

Administradores do Código: Pessoas ou organismos independentes nomeados pelas associações nacionais para monitorar as empresas associadas no respeito aos Códigos de Conduta, para resolver as reclamações de consumidores, vendedores diretos e pendências com empresas de venda direta.

1.3 Associações

A Domus se compromete a adotar o presente Código como condição de e permanência como membro da WFDSA.

1.4 Empresas

Cada associada se compromete a aceitar o Código, como condição de admissão e permanência como membro da Domus.

1.5 Vendedores Diretos

Vendedores diretos não estão vinculados ao Código diretamente, mas devem ser compelidos por suas empresas a aderir a ele ou às normas de conduta que vão ao encontro de seus padrões, como condição de participarem do sistema de distribuição das empresas.

1.6 Auto-regulamentação

Este Código de Conduta é uma medida de auto-regulamentação da indústria de venda direta. Não é uma lei, e suas obrigações implicam em um nível de comportamento ético que excede às solicitações legais. A sua não observância não gera responsabilidade civil ou jurídica. Ao ser encerrada a participação de uma empresa na Domus, a empresa não estará mais comprometida a se reger por este Código, todavia as disposições permanecerão aplicáveis para os eventos ou transações ocorridos durante o período em que a empresa permaneceu como membro da Domus.

1.7 A lei

Assume-se que empresas e vendedores diretos devem normalmente cumprir os requisitos legais e, portanto, este Código não repetirá todas as obrigações legais normais.

1.8 Padrões

O Código estabelece padrões de comportamento ético para as empresas e para os vendedores diretos. A Domus é livre para fazer alterações, desde que preserve a essência do Código. Recomenda-se que o Código seja divulgado pelo sistema.

2. CONDUTA DIANTE DO VENDEDOR DIRETO

2.1 Concordância dos vendedores diretos

As empresas devem exigir, como requisito essencial de seus vendedores diretos - como condição para participarem de seu sistema de distribuição - que cumpram este Código, ou regras de conduta que obedeçam a seus padrões.

2.2 Recrutamento

As empresas e os vendedores diretos não devem usar práticas enganosas, dúbias ou injustas em relação ao recrutamento.

2.3 Informações Negociais

As empresas devem dar a seus vendedores diretos, assim como a seus potenciais vendedores diretos, as informações relativas a seus clientes e obrigações verdadeiras e completas. As empresas não devem fazer a recrutas em potencial quaisquer afirmações que não possam ser verificadas ou promessas que não possam ser cumpridas. As empresas não devem apresentar vantagens acerca da oportunidade de venda a qualquer recruta em potencial de maneira falsa ou enganosa.

2.4 Alegações sobre ganhos

Empresas e vendedores diretos não devem exagerar nas alegações sobre vendas ou ganhos em potencial dos vendedores diretos. Qualquer apresentação sobre ganhos ou vendas deve ser baseada em fatos documentados.

2.5 Relacionamento

Empresas devem fornecer aos vendedores diretos uma concordância assinada pela empresa e pelo vendedor direto, contendo os elementos essenciais sobre o seu relacionamento comercial. As empresas informarão a seus vendedores diretos sobre suas obrigações legais, inclusive licenças, registros e impostos.

2.6 Honorários

Empresas e vendedores diretos não devem pedir a outros vendedores diretos que assumam obrigações financeiras fora do razoável, exclusivamente relacionadas com o direito de participar do negócio, ainda que denominadas como taxas de entrada, taxas de treinamento, taxas de franquias ou outras.

2.7 Término do relacionamento

Por ocasião do término do relacionamento com o vendedor direto, as empresas aceitarão devolução de mercadorias não vendidas, porém vendáveis, acompanhadas da devida documentação.

2.8 Estoque

As empresas não solicitarão nem encorajarão os vendedores diretos a comprar produtos em quantidade fora do razoável, para manter em estoque. Deve-se levar em consideração, ao se determinar o que seja razoável para estoque de produto, o seguinte: a relação entre o estoque e a expectativa de vendas, a natureza da concorrência do produto no mercado e a política da empresa em relação à recompra de produtos e ao reembolso.

2.9 Lucros e Extratos

As empresas, quando o sistema de venda por ela adotado assim o requerer, fornecerão aos vendedores diretos extratos das contas dos lucros, bonuses e descontos comerciais. Todos os valores devidos deverão ser pagos sem atrasos e sem retenções injustificáveis.

2.10 Educação e treinamento

As empresas providenciarão programas de educação e treinamento aos vendedores diretos, de modo a prepará-los para que atuem de acordo com seus padrões éticos. Isto poderá ser feito através de sessões de treinamento, de manuais ou guias escritos ou de audiovisuais.

3. CONDUCTA ENTRE EMPRESAS

3.1 Princípio

As empresas associadas à Domus são solicitadas a se conduzirem lealmente com respeito às demais associadas

3.2 Atração

Empresas e vendedores diretos não devem desenvolver ações de atração de vendedores diretos de outras empresas.

3.3 Denegrimiento

Empresas não denegrirão nem permitirão a seus vendedores diretos que denigram produtos, vendas ou planos mercadológicos ou qualquer característica de outra empresa.

4. CUMPRIMENTO DO CÓDIGO

4.1 Responsabilidades das empresas

A responsabilidade primária na observância deste Código é das próprias empresas. No caso de infração ao Código, as empresas devem fazer todo o possível para satisfazer o reclamante.

4.2 Responsabilidade da Domus

A Domus deve providenciar uma pessoa responsável pelo manuseio das reclamações. Esta pessoa deve fazer o melhor possível para satisfazer as reclamações dos consumidores.

4.3 Administrador do Código

A Domus deve nomear uma pessoa ou organismo independente para ser o Administrador do Código. O Administrador deverá monitorar as empresas na observância do Código e tomar as medidas apropriadas. O Administrador do Código deverá resolver quaisquer reclamações pendentes, baseado na infração deste Código.

4.4 Ações

As ações a serem tomadas pelo Administrador do Código contra uma empresa, com respeito a reclamações que infrinjam o Código, devem incluir: término do contrato ou da relação com a empresa, reembolso de pagamentos, divulgação da advertência à empresa ou aos vendedores diretos, além de outras medidas apropriadas. As ações e sanções devem ser publicadas.

4.5 Atendimento a reclamações

Empresas, Domus e Administrador do Código devem estabelecer procedimentos para gerenciar as reclamações, devem assegurar que as reclamações sejam confirmadas rapidamente e que as decisões sejam tomadas dentro de um tempo razoável.

4.6 Reclamações de empresas

Reclamações de uma empresa associada contra outra, devem ser resolvidas pelo Administrador do Código ou por um árbitro independente. A Domus poderá definir seus próprios procedimentos em relação a este item.

4.7 Publicação

A Domus deve publicar o Código e torná-lo o mais conhecido possível. Cópias devem ser distribuídas gratuitamente.