

CODIGO DE ETICA

DE LA

**ASOCIACION PANAMEÑA DE
VENTAS DIRECTAS**

CAPITULO PRIMERO

GENERALIDADES

Artículo 1ro. Alcance ,

El código Mundial de Ética hacia los consumidores de las Asociaciones Nacionales de Ventas Directas (de aquí en adelante referido como "el Código") es publicado por la Federación Mundial de Asociaciones Nacionales de Ventas Directas (WFDSA), para sus miembros de asociaciones nacionales de ventas directas. El código concierne a las relaciones entre las empresas de Ventas directas y a sus vendedores por una parte y a los consumidores por la otra. El código tiene como objetivo, lograr la satisfacción y la protección de los consumidores, la promoción de la competencia leal en un marco de libre empresa y el mejoramiento de la imagen pública de las Ventas Directas.

Artículo 2. Definiciones

Para el objetivo del código, los términos utilizados tienen el siguiente significado:

- a) **Ventas Directas:** La comercialización de productos de consumo general, directamente a los consumidores en sus hogares o en los hogares de otros, en su sitio de trabajo y otros lugares apartados de sitios de venta al menudeo permanente, usualmente a través de la explicación o demostración de los productos realizada por un vendedor Directo.
- b) **APVD:** La Asociación de ventas Directas, es una Asociación Nacional de empresas Panameñas de Ventas directas, que representan los intereses de la industria de Ventas directas del país.
- c) **Empresas:** Una empresa de ventas directas es una entidad comercial que utiliza a la venta directa para la comercialización de productos relacionados con su marca comercial a marca de servicio y otro símbolo de identificación y que es miembro o socio de la APVD.
- d) **Vendedor Directo:** Un vendedor directo es una persona que es miembro de un sistema de distribución de una Empresa de Ventas directas. Este vendedor puede ser un agente comercial independiente, un comisionista independiente, un corredor o distribuidor independiente, un representante empleado o empleado por sí mismo, un franquiciatario a similar.
- e) **Producto:** El producto incluye bienes y servicios, tanto tangibles como intangibles.
- f) **Ventas:** Las ventas incluyen entrar en contacto con consumidores potenciales, las presentaciones y demostraciones de los productos, la toma de pedidos y la entrega de los bienes y el cobro de pagos.
- g) **Ventas en Reuniones:** La venta a través de la explicación y la demostración de productos a un grupo de posibles consumidores por parte de un vendedor, por lo general en el hogar de una anfitriona que invita a otras personas con este fin.
- h) **Forma de pedidos:** Incluye las formas de pedidos, recibos y contratos impresos o escritos.

- i) **Reclutamiento:** cualquier actividad realizada con el fin de inducir a una persona a convertirse en un vendedor directo.
- j) **Administrador del Código:** Persona o cuerpo independiente nombrado por el APVD para vigilar el cumplimiento por parte de las Empresas miembros del código de la WFDSA y para resolver las quejas bajo el código.

CAPITULO SEGUNDO

CONDUCTA DEL AFILIADO

Artículo 3. Definiciones:

- a) La APVD se compromete a adoptar un Código de ética que incorpore la sustancia de las disposiciones del código, como condición de su admisión en la WFDSA y para permanecer como miembro de esta.
- b) Cada empresa de la APVD se compromete a acatar el código como condición de admisión a la misma y para continuar como miembro de esta.
- c) Los vendedores no están directamente obligados por el código, pero sus Empresas, deben exigirles que se adhieran a este o a reglas de conducta que cumplan con sus normas como una condición de membresía, en los sistemas de distribución de las mismas.
- d) El código es una medida de autorregulación de la industria de Ventas Directas. No es una ley, y sus obligaciones pueden requerir de un nivel de conducta ética que exceda los requisitos legales existentes. El incumplimiento no crea ninguna responsabilidad de derecho civil. Con la terminación de su membresía en la APVD, una Empresa ya no está obligada por el Código, más sus disposiciones seguirán siendo aplicables a acontecimientos o transacciones que ocurran durante el tiempo en el cual esa empresa era miembro de la APVD.
- e) Se presume que las empresas y sus vendedores, cumplan con los requisitos legales y oficiales y por lo tanto el código no declara nuevamente sobre los mismos.
- f) El código contiene normas de conducta ética para las Empresas de Ventas Directas y los Vendedores. La APVD puede variar estas normas a condición de que se conserve el fundamento del código o según lo requieran las leyes de cada nación.

Se recomienda que el Código se utilice como evidencia de las normas de la industria.

CAPITULO TERCERO

CONDUCTA HACIA LOS CONSUMIDORES

Artículo 4. Prácticas Prohibidas

Los vendedores no utilizarán prácticas engañosas o desleales.

Artículo 5. Identificación

Desde el inicio de la presentación de ventas, los vendedores sin que se les solicite se identificaran verazmente ante el cliente potencial y tambien identificaran a su empresa, sus productos y el objetivo de su visita. En las ventas en un grupo, los vendedores deberan dejar claro el objetivo de la visita a la anfitriona y a los participantes.

Articulo 6°. Explicación y Demostración

La explicación y demostración del producto ofrecido sera exacta y completa, en particular con respecto al precio y, si es aplicable, el precio a crédito, las plazas de pago, el periodo de tregua y la devolución de productos, terminos de la garantia y servicio posterior a la venta, asi como la entrega y plazo de los productos.

Articulo 7°. Respuestas a Preguntas

Los Vendedores deberan proporcionar respuestas precisas y comprensibles a todas las preguntas de los consumidores con respecto al producto y al ofrecimiento hecho.

Articulo 8° Formas de Pedido

Una forma de pedido preimpresa, sera entregada al consumidor en el momento de la venta, esta identificara a la Empresa, al Vendedor y contendra el nombre completo, el domicilio permanente y el numero telefonico de la empresa o del Vendedor y todos los terminos materiales de la venta. Todos los terminos seran claramente legibles.

Articulo 9° Promesas verbales

Los vendedores solo haran promesas verbales con respecto al producto, que esten autorizadas por su empresa.

Articulo 10° Periodo de Tregua y Devolución de Bienes

La empresa y los vendedores Directos, se aseguraran que cualquier forma de pedido contenga, ya sea requisito legal o no, una clausula de tregua que le permita al consumidor retractarse de cualquier pedido dentro de un periodo de tiempo especificado por la politica de cada Empresa y obtener el reembolso de cualquier pago o bienes comercializados. Las Empresas y los Vendedores que ofrezcan un derecho incondicional de devolución lo proporcionaran por escrito.

Articulo 11° Garantia y Servicio Posterior a la Venta

Los terminos de una garantia, los detalles y las limitaciones del servicio posterior a la venta, el nombre y el domicilio del responsable de la garantia, la duración de la misma y las posibles acciones a seguir por parte del consumidor se explicarán claramente en la forma de pedido y otros documentos que acompañen o se proporcionen junto con el producto.

Articulo 12°. Literatura

La literatura de promoción, anuncios o envíos por correo no contendrán ninguna descripción del producto, aseveraciones o ilustraciones engañosas y contendran el nombre y el domicilio o el número telefónico de la Empresa a del Vendedor.

Artículo 13° Pruebas Testimoniales

Las Empresas y los Vendedores Directos, no presentaran ninguna prueba testimonial o argumento que no este autorizado, no sea verdadero, sea obsoleto o no aplicable, no relacionado con su oferta o manipulado en cualquier manera que pueda engañar al consumidor.

Artículo 14° Comparacion y Denigracion

Las Empresas y los Vendedores Directos, se abstendran de hacer comparaciones que puedan engañar y que sean incompatibles con los principios de la competencia leal. Los puntos de comparacion no se seleccionaran deslealmente y se basaran en hechos que puedan justificarse. Las Empresas y sus Vendedores, no denigraran injusta o deslealmente a cualquier empresa o producto directamente o mediante desleal implicacion. Las Empresas y los Vendedores no aprovecharan injusta o deslealmente la buena voluntad adjunta al nombre comercial y al simbolo de otra empresa o producto.

Artículo 15° Respeto a la Intimidad

Los contactos personales o telefonicos, se realizaran de manera razonable y durante horas razonables para evitar cualquier intromision. Un vendedor discontinuara la demostración o presentación de ventas cuando se lo solicite el consumidor.

Artículo 16° Justicia

Los vendedores no abusaran de la confianza de los consumidores individuales, y respetaran la falta de experiencia comercial de los consumidores y no explotaran la edad, enfermedad, falta de comprension y falta de conocimiento del lenguaje por parte de ellos.

Artículo 17.- Ventas por Referencia

Las Empresas y los Vendedores no inducirán a un consumidor a comprar bienes o servicios, con base en la argumentacion de un cliente puede reducir o recuperar el precio de compra recomendado a otros consumidores potenciales o a los vendedores para realizar ventas similares, si dichas reducciones o recuperaciones, dependen de algún acontecimiento futuro poco probable.

Artículo 18.- Entrega

Las Empresas y los Vendedores surtirán el pedido del cliente de manera oportuna, según lo comprometido.

CAPITULO CUARTO

CONDUCTA HACIA LOS VENDEDORES

Artículo 19.- Cumplimiento de los Vendedores

Las Empresas exigirán a sus Vendedores, como condición de membresía de los sistemas de distribución de las Empresas, cumplir el Código o con las reglas de conducta que cumplan con sus normas.

Artículo 20.- Reclutamiento

Las Empresas y los Vendedores no emplearan prácticas de reclutamiento engañosas o desleales.

Artículo 21.- Información Comercial

La información proporcionada por la Empresa a sus Vendedores y a sus posibles Vendedores con respecto a las oportunidades y los derechos y obligaciones relacionadas será exacta y completa. Las Empresas no realizaran ninguna representation tacita que no pueda verificarse o hacer una promesa que no se pueda cumplir. Las Empresas no presentaran las ventajas de la oportunidad de venta a ningún reclutado potencial de manera falsa o engañosa.

Artículo 22.- Declaración de Utilidades

Las Empresas y los Vendedores, no falsearan la información sobre las ventas o utilidades reales o potenciales a sus Vendedores. Cualquier información sobre alguna venta o utilidad presentada se basará en hechos documentados y reales.

Artículo 23.- Relación

Las Empresas entregaren a sus Vendedores, ya sea un contrato por escrito que sera firmado por la Empresa como por el Vendedor a una declaracion por escrito que contenga todos los detalles esenciales sobre la relacion entre el y la Empresa. Las Empresas informan a sus Vendedores, sobre sus obligaciones legales, incluso todas las licencias, altas, registros e impuestos aplicables.

Artículo 24.- Cuotas

Las Empresas no pedirán a los Vendedores que asuman cuotas de entrada, cuotas irrazonablemente altas por concepto de entrada, capacitación, franquicias, materiales promocionales u otras cuotas relacionadas únicamente con el derecho de participar en la empresa.

Artículo 25.- Terminación

Al momento de terminación de la relacion de un Vendedor y la Empresa, las Empresas compraran todo el inventario de productos no vendidos pero vendibles, incluso el material promocional, los auxiliares de ventas y los estuches de ventas, y acreditaran el costo neto original a los Vendedores por concepto de los mismos, menos un cargo por manejo al Vendedor de hasta el 10% del precio de compra neto, menos cualquier beneficio recibido por el Vendedor con base en la compra original de los bienes devueltos.

Artículo 26.- Inventario

Las Empresas no exigirán ni fomentarán a los Vendedores, para que compren inventarios de los productos en cantidades irrazonablemente grandes. Lo siguiente debe tomarse en cuenta al terminar la cantidad adecuada de inventarios de

productos: la relación del inventario con las posibilidades realistas de ventas, la naturaleza de competencia de los productos y la media ambiente del mercado, y las políticas de devaluación de productos y de reembolsos de la Empresa.

Artículo 27.- Remuneración y Cuentas

Las Empresas proporcionaran a los Vendedores, reportes periodicos concernientes a sus ventas, compras, detalle de utilidades, comisiones, bonos, descuentos, entregas, cancelaciones y otros datos relevantes, de conformidad con el contrato originalmente pactado entre la Empresa y su Vendedor. Todo lo devengado sera pagado y cualquier retencion sera hecha de manera comercialmente razonable.

Artículo 28.- Formación y Capacitación

Las Empresas deberán proporcionar formación y capacitación para permitir a los Vendedores Directos, funcionar eticamente. Esto puede lograrse, mediante sesiones de capacitación o a través de manuales o guias escritas, o materiales audiovisuales.

CAPITULO QUINTO

CONDUCTA ENTRE LAS EMPRESAS

Artículo 29.- Principio

Se les solicita a las Empresas miembros de la AGEVD que se conduzcan con justicia hacia los otros miembros.

Artículo 30.- Inducción

Las Empresas y los Vendedores, no deben animar a solicitar a ningún Vendedor mediante inducción sistematica para que pasen de otra Empresa a la suya.

Artículo 31.- Denigración

Las Empresas no denigraran injusta o deslealmente a sus Vendedores ni permitiran que ellos denigren injustamente el producto, las ventas y plan de comercialización del producto de otra Empresa ni ninguna otra característica de la misma.

CAPITULO SEXTO

APLICACION DEL CODIGO

Artículo 32.- Responsabilidad de la Empresa

La responsabilidad principal para el cumplimiento del Código descansa en cada Empresa. En caso de cualquier incumplimiento del Código, las Empresas realizaran todos los esfuerzos razonables para resolver la queja.

Artículo 33.- Responsabilidad de la APVD

La APVD nombrara una persona responsable para el manejo de quejas. La APVD realizara todos los esfuerzos razonables para asegurar que todas las quejas se resuelvan.

Artículo 34.- Administrador del Código

La APVD deberá nombrar ya sea a una persona o a un cuerpo independiente como Administrador del Código. El Administrador del Código vigilara el cumplimiento del código por parte de las Empresas, mediante acciones adecuadas. El Administrador del código resolverá cualquier queja de los Consumidores no resuelta con base en incumplimientos del Código.

Artículo 35.- Acciones

Acciones sobre las cuales decidiran las Empresas, la APVD o el administrador del Código, pueden recomendar la cancelacion de pedidos, la devolution de bienes comprados, el reembolso de pagos u otras acciones adecuadas, incluso advertencias a los vendedores. La cancelaciOn o termination de los contratos de los vendedores u otras relaciones con la Empresa, advertencias a las Empresas, la exclusion de Empresas como miembros de la APVD y la publication de dichas acciones y sanciones.

Artículo 36.- Quejas de las Empresas

Las quejas de una Empresa sobre otra Empresa o APVD, deberan ser resueltas, ya sea por el Administrador del Código o por un arbitro independiente. La APVD, debera definir los detalles de sus propios procedimientos.

Artículo 37.- Publicación

La APVD publicará el código y le dará la divulgación más amplia posible. Se tendrán disponibilidades al público ejemplares impresos y gratuitos.