

CÓDIGO DE ÉTICA

CAVEDI
CÁMARA ARGENTINA
DE VENTA DIRECTA

cavedi.org.ar

[@cavedi](https://www.instagram.com/cavedi)

Prefacio

La Cámara Argentina de Venta Directa (en adelante CAVEDI) adopta el presente Código de Ética, hacia Consumidores, hacia los Revendedores, y entre Empresas.

1. General

1.1 Ámbito de Acción

La Cámara Argentina de Venta Directa (CAVEDI) adopta el presente Código de Ética como una medida de regulación, que contiene normas de conducta ética para empresas de Venta Directa miembros de dicha Cámara y para todas aquellas Empresas que, con posterioridad, sean admitidas como tal, quienes se comprometen a acatar sus disposiciones como condición de admisión a la Cámara y para continuar en ella.

El presente Código de Ética de CAVEDI tiene como objetivo principal la adopción de normas generales aplicables a las relaciones entre las empresas de Venta Directa, entre las empresas y los revendedores y hacia los consumidores, así como la satisfacción y la protección de dichos consumidores y la promoción y difusión de la oportunidad de ganancia que la venta directa ofrece.

Es muy importante señalar que, dadas las características de comerciante independiente de todos los revendedores, estas normas no tienen otro objeto que sugerir conductas y actitudes, (la mayoría de ellas de tipo ético), que se consideran adecuadas para gestionar el negocio del revendedor independiente.

1.2 Glosario de terminología

Para el propósito de este Código, los términos usados tienen el siguiente significado:

Venta Directa: La Venta Directa es el canal de comercialización que se caracteriza por la participación de personas que en carácter independiente compran bienes a Empresas de Venta Directa para su posterior reventa a Consumidores Finales.

Revendedor Independiente: Es aquella persona que adquiere bienes a empresas de Venta Directa para su posterior reventa a consumidores finales, obteniendo ganancias derivadas de la diferencia entre el precio de compra y el precio de reventa de dichos bienes.

Empresa de Venta Directa: Establecimiento comercial cuyo objeto primordial es la venta y comercialización de bienes a través del canal de venta directa.

Incorporación: Cualquier actividad conducente a inducir a una persona a organizar un negocio independiente como revendedor de Venta Directa.

Reclutamiento: Cualquier actividad conducente a inducir a una persona a convertirse en revendedor/a de Venta Directa.

Administrador del Código: Persona o cuerpo independiente nombrado por CAVEDI para hacer observar el cumplimiento del Código de Ética por sus Empresas asociadas y resolver las quejas derivadas del incumplimiento del mismo.

Cliente/Consumidor: Cualquier persona que compra y/o consume productos vendidos a través del sistema de Venta Directa.

1.3 Empresas

Cada Empresa asociada a CAVEDI se compromete a cumplir este Código como condición de admisión y permanencia como miembro de la Cámara.

1.4 Revendedores

Los revendedores no están obligados directamente por el Código, pero se pondrá en conocimiento de los mismos, como un Código autorregulador de su actividad comercial independiente.

1.5 Autorregulación

El Código es un instrumento de autorregulación de la propia industria de Venta Directa. No es una ley y sus disposiciones pueden requerir un nivel de conducta ética que exceda requerimientos legales existentes. La no observancia no crea ninguna responsabilidad legal de carácter civil. Al finalizar la asociación a CAVEDI, la Empresa no está más obligada por este Código, pero sí por los eventos y transacciones ocurridos durante el tiempo que la Empresa fue miembro de la Cámara.

1.6 Requerimientos legales

Las Empresas y los revendedores están obligados a cumplir con los requerimientos legales existentes, y por consiguiente este Código no interfiere en el cumplimiento de dichas disposiciones.

1.7 Extraterritorialidad

Las empresas asociadas, se comprometen a cumplir con el Código de Ética de la Federación Mundial de Venta Directa, en referencia a las actividades de venta directa que sus subsidiarias realicen en otros países, a menos que esas actividades se encuentren bajo la jurisdicción de Códigos de Ética correspondientes a la Cámara de Venta Directa de esos países, de las cuales ellas sean miembros.

2. Ética hacia los Consumidores

2.1 Prácticas desaconsejadas

Se pide a los revendedores la no utilización de prácticas desleales, engañosas o injustas.

2.2 Identificación

Desde el comienzo de la presentación de venta, se sugiere que los revendedores se identifiquen fehacientemente ante el potencial cliente, identificando también los productos, la empresa que los comercializa y el propósito de la visita. En la venta por reuniones, los revendedores deberían definir claramente el propósito de la reunión a la anfitriona y a los participantes.

2.3 Explicación y Demostración

Es muy importante que la explicación y demostración del producto ofrecido sea precisa y completa, tanto en lo que respecta al producto, como lo referente al precio y si corresponde, al costo del crédito, términos de pago, período de arrepentimiento y derecho de devolución, términos de garantía y servicio post venta.

2.4 Literatura

La literatura promocional, o publicidad, no debería contener la descripción de ningún producto, afirmaciones o ilustraciones que sean confusas o inciertas. Es deseable que la misma contenga el nombre completo, número de teléfono y dirección de la compañía o del revendedor, de acuerdo a los casos.

2.5 Testimonios

Las Empresas y revendedores se abstendrán de transmitir información que no sea verdadera, sea obsoleta, o inaplicable, tal que pueda ser utilizada para confundir al consumidor.

2.6 Comparación y difamación

No es ético que las Empresas y revendedores, usen comparaciones que puedan confundir y que sean incompatibles con los principios de defensa de la competencia. Los puntos de comparación no deben ser seleccionados deslealmente y deben basarse sobre hechos demostrables. No es ético difamar a una empresa o producto directamente o en forma implícita, ni utilizar de manera desleal la marca o el símbolo de otra empresa o producto.

2.7 Período de reflexión y devolución de productos

Se recomienda que los formularios utilizados, contengan, sea éste un requerimiento legal o no, una cláusula de período de reflexión al cliente, permitiéndole desistir de su compra dentro de un período especificado de tiempo y poder obtener un reembolso si hubo pago.

2.8 Respeto a la privacidad

Los revendedores deberían tratar que sus contactos personales o telefónicos no sean intrusivos. Una demostración de ventas, debería finalizar inmediatamente si el cliente así lo solicita. Las

Empresas y revendedores, deberían tomar los recaudos necesarios para asegurar la privacidad de los datos de los clientes, dados en el contexto de su relación comercial.

2.9 Lealtad - Honestidad

Los revendedores no abusarán de la confianza de los consumidores individuales, respetando su falta de experiencia comercial y no explotarán situaciones especiales como su avanzada edad, enfermedad, falta de entendimiento, desconocimiento del idioma, etc.

2.10 Venta por referencia

Los revendedores y Empresas de Venta Directa no deberían inducir al cliente a comprar productos o servicios basados en la promesa de que el cliente puede reducir o recobrar el precio de su compra por el hecho de dar referencias de posibles clientes para similares compras, si ese descuento o recuperación de dinero están basados sobre un evento futuro incierto.

2.11 Entrega

Las Empresas, tomarán los recaudos necesarios para que los productos solicitados por los consumidores, se entreguen debidamente y en el tiempo pactado.

2.12 Respuestas a preguntas

Los revendedores deberían dar respuestas claras y precisas a todas las preguntas de los consumidores concernientes al producto y a la oferta, así como la entrega de un formulario escrito en el que se identifique a la empresa que comercializa el producto y los datos del revendedor.

2.13 Garantía y Servicio postventa

Asimismo, es una buena práctica que las condiciones de la garantía, detalles y limitaciones del servicio postventa, el nombre y la dirección del garante y la duración de la garantía sean claramente explicados en el formulario o en el material impreso que lo acompañe, o sea provisto con el producto.

3. Ética hacia los Revendedores

3.1 Adhesión de los Revendedores

Las Empresas informarán a los revendedores sobre el Código de Ética.

3.2 Incorporación

Las Empresas no deberán usar prácticas de incorporación, desleales, engañosas o injustas. Este concepto es extensivo a los revendedores.

3.3 Información comercial

La información que provee la Empresa a los revendedores y a los potenciales revendedores, referente a las características del negocio que ofrecen, deberá ser precisa y completa. Las Empresas no deberán dar ninguna falsa perspectiva en el tema incorporación, que no pueda ser verificada o ninguna promesa que no pueda ser cumplida. Las Empresas no presentarán

las ventajas de la oportunidad de iniciar un negocio independiente a ningún posible nuevo revendedor de una manera falsa o engañosa.

3.4 Información del negocio

Las Empresas y los revendedores, no deben presentar datos falsos relacionados con el volumen de ventas o ganancia actual o potencial de los revendedores. Cualquier ganancia o volumen de venta que se intente demostrar será realizada sobre hechos documentados.

3.5 Acuerdo

Las Empresas informarán adecuadamente a los revendedores, sobre las obligaciones legales y fiscales que surgen del negocio independiente que comienzan.

3.6 Pagos

Las Empresas y los revendedores no pedirán a otros revendedores que asuman obligaciones financieras irrazonables como pagos de ingreso, capacitación, franquicias, materiales promocionales u otros pagos relativos solamente al derecho de participar en el negocio.

3.7 Inventario

Las Empresas no requerirán o alentarán a los revendedores a comprar productos en cantidades grandes e irrazonables. Cuando se determina la razonabilidad del inventario de productos, es muy importante tener en cuenta la relación entre inventario y las posibilidades reales de venta, así como la naturaleza y la competitividad de los productos y del mercado. Las compras de los clientes revendedores son siempre en firme. Las empresas de Venta Directa desalientan que los revendedores acumulen stocks adicionales y solo en contadas y especiales ocasiones, algunas admiten devoluciones, ya que cada cliente revendedor es responsable de sus compras y del consiguiente pago.

3.8 Capacitación

Las Empresas ofrecerán una adecuada capacitación, para ayudar a los revendedores a operar éticamente. Estas capacitaciones, podrán ser realizadas por cualquier medio, con o sin costo para el revendedor, quien podrá decidir libremente su participación.

4. Ética entre Empresas

4.1 Principios

Las Empresas miembros de CAVEDI deberán conducirse éticamente y lealmente hacia los otros miembros.

4.2 Atracción desleal

Los revendedores pueden comercializar productos de diferentes Empresas, sin perjuicio de lo cual, no se debería tratar de atraer deslealmente a un revendedor que está vendiendo productos de una Empresa, para que venda los de otra competidora.

4.3 Difamación

Las Empresas no deberán difamar productos, planes comerciales o de cualquier otro rubro, de otras Empresas.

5. Observancia del Código

5.1 Responsabilidad de las Compañías

La primera responsabilidad para la observancia de este Código descansará en cada Empresa individualmente. En caso de cualquier incumplimiento de este Código, las Empresas harán todos los esfuerzos posibles para satisfacer los reclamos.

5.2 Responsabilidad de la Cámara Argentina de Venta Directa

La Cámara Argentina de Venta Directa nombrará a una persona responsable para atender los reclamos y realizará todos los esfuerzos posibles para resolver los mismos.

5.3 Administrador del Código

La Cámara Argentina de Venta Directa nombrará una persona o cuerpo independiente como Administrador del Código. El Administrador controlará la observancia que de este Código hagan las Empresas. El Administrador resolverá cualquier asunto basado en el incumplimiento de este Código.

5.4 Acciones

Las acciones determinadas por el Administrador del Código contra una Empresa, con referencia a las quejas de un revendedor por incumplimiento del Código pueden incluir la terminación del contrato o relación comercial del revendedor con la Empresa, devolución de pagos, aviso de advertencia a la Empresa o a sus revendedores u otras acciones apropiadas y la publicación de estas acciones y sanciones.

5.5 Atención de Quejas o Reclamos

Las Empresas, la Cámara Argentina de Venta Directa y los Administradores del Código establecerán procedimientos para la atención de quejas y reclamos y asegurarán que la recepción de los mismos sea confirmada en un tiempo breve y las decisiones tomadas dentro de un período razonable.

5.6 Reclamos de las Empresas

Los reclamos de una Empresa sobre otra Empresa, serán resueltos por el Administrador del Código o un árbitro independiente. La Cámara Argentina de Venta Directa definirá los detalles de sus propios procedimientos.

5.7 Publicación

CAVEDI publicará el Código y lo hará conocer de la manera más amplia posible. Las publicaciones serán distribuidas gratuitamente.

6. Normas Reglamentarias

6.1 Aplicación

El Administrador del Código de Ética de CAVEDI, en caso de tomar conocimiento respecto a una situación que significará, prima facie, desconocer las normas vigentes relativas al Código de Ética por parte de algún Asociado a CAVEDI, de oficio o en caso de denuncia por parte de otro Asociado o de un tercero, deberá proceder a sustanciar la aplicación del Código conforme el siguiente procedimiento, que se llevará a cabo para preservar la vigencia del Código de Ética.

6.2 Procedimiento

Si un Tercero a CAVEDI o si un Asociado sufre algún agravio a causa de que otro Asociado incumpliere con lo establecido en el Código de Ética, deberá presentar su reclamación mediante escrito dirigido al Administrador del Código de Ética el cual deberá contener cuando menos la siguiente información:

- Nombre del Asociado o Tercero denunciante, quien deberá ser el que firme el escrito.
- Domicilio del Asociado o Tercero denunciante o en su caso un domicilio legal para oír y recibir notificaciones sobre este asunto en particular.
- Nombre del Asociado o los Asociados que se considere están incurriendo en violación o incumplimiento.
- Domicilio del Asociado o los Asociados que se considere están incurriendo en violación o incumplimiento.
- Relación sucinta de los hechos que han motivado la denuncia, redactados en términos claros y precisos, acompañada de los elementos o pruebas que lo acrediten y las que se ofrezcan para producir.
- Tanto el escrito como sus anexos se deberán presentar en original, anexando las copias que sean necesarias para correr traslado a cada uno de los Asociados que se considere están incurriendo en violación o en incumplimiento.
- Con copia del escrito y sus anexos el Administrador del Código de Ética notificará al Asociado o los Asociados contra los cuales se presente la reclamación, en un término que no excederá de 15 (quince) días hábiles, mediante citatorio con acuse de recibo o mediante correo certificado.

A partir del día en que se le notifique, cada uno de los Asociados contra los cuales se presente la reclamación, contará con un término de 15 (quince) días hábiles para que mediante escrito dirigido al Administrador del Código de Ética contesten lo que su derecho convenga y exhiban y ofrezcan las pruebas que acrediten sus alegaciones.

En caso de que no se formule contestación alguna dentro del término señalado anteriormente, se tendrá por contestada la reclamación en sentido afirmativo.

6.3 Recomendaciones

El Administrador del Código es el órgano de aplicación del presente procedimiento. Sus decisiones son inapelables. Es el director del procedimiento pudiendo realizar cuantos actos sean necesarios a efectos de llegar a su decisión. Sin perjuicio de ello, deberá sujetarse a los siguientes lineamientos:

Después de presentada la contestación o vencido el plazo para presentarla, o en el caso que se ofrezca prueba, luego de concluida su sustanciación, el Administrador del Código de Ética contará con un término que no excederá de 20 (veinte) días hábiles para entregar un informe por escrito a la Comisión Directiva de CAVEDI, que contendrá lo siguiente:

- Procedencia o no de la queja o denuncia.
- Antecedentes de la queja o denuncia y su contestación.
- Recomendaciones en cuanto a la solución posible o sanción aplicable, en caso de que sea procedente.

Las recomendaciones del Administrador del Código de Ética deberán estar fundadas en el Código de Ética de CAVEDI.

El Administrador del Código de Ética podrá en todo momento proponer soluciones al conflicto entre las partes afectadas, siempre que no exista oposición de alguna de ellas y que no se contraponga al Código de Ética.

En el caso que las partes ofrecieran prueba, aparte de la documental, la misma se sustanciará sumariamente en una audiencia convocada al efecto donde deberán participar las partes, los testigos y los peritos propuestos por ellas, con el dictamen técnico que se produjo. La carga de su notificación, comparecencia y realización del dictamen se encontrará a cargo de quienes lo propusieron. La sustanciación de la prueba no podrá ser superior a los 20 días hábiles.

6.4 Sanciones

Una vez recibido el informe, la Comisión Directiva tendrá un plazo de 20 (veinte) días hábiles para resolver sobre la denuncia.

Las sanciones por incumplimiento al Código de Ética serán aplicadas por la Comisión Directiva y podrán ser:

- Amonestación, pudiendo otorgar un plazo para que la empresa involucrada corrija la situación, debiendo guardarse absoluta confidencialidad acerca de la misma, la cual será impuesta por la Comisión Directiva.
- Suspensión temporal o exclusión del Asociado con la pérdida de sus derechos como tal. Esta última será apelable ante la Asamblea, la cual deberá ser deducida en el término de 30 días hábiles de comunicada, sin perjuicio de la ejecución de la sanción mientras dure la sustanciación de la apelación.

Cámara Argentina de Venta Directa Compendio Código de Ética

Ámbito de Acción

La Venta Directa tiene una historia de más de 100 años en el mundo y más de 50 años en Argentina y durante todo ese tiempo ha estado sirviendo a los consumidores con productos de calidad y relaciones sociales de confianza.

Con el sentido de afianzar más aún estos vínculos, la Cámara Argentina de Venta Directa (CAVEDI) adopta el Código de Ética como una medida de regulación que contiene normas de conducta ética para las empresas de venta directa asociadas, quienes se comprometen a acatar sus disposiciones como condición de admisión a la Cámara y para continuar como miembros de ésta.

El Código de Ética de CAVEDI tiene como objetivo principal la adopción de normas generales aplicables a las relaciones entre las empresas de venta directa, entre las empresas y los revendedores y hacia los consumidores, así como la satisfacción y protección de dichos consumidores y la promoción y difusión de la oportunidad de negocio que la venta directa ofrece.

Es muy importante señalar que, dadas las características de comerciante independiente de todos los revendedores, estas normas no tienen otro objeto que sugerir conductas y actitudes (la mayoría de ellas de tipo ético), que se consideran adecuadas para gestionar el negocio del revendedor independiente.

Ética hacia los consumidores

Los revendedores independientes

- Hacer conocer su calidad de revendedor independiente y transmitir una clara y completa explicación de las características de los productos que ofrece, precio, modalidad de pago, garantía, entrega, etc.
- Abstenerse de usar comparaciones que puedan confundir o sean incompatibles con los principios de defensa de la competencia.
- No utilizar prácticas desleales, engañosas o injustas
- Comunicar con claridad al consumidor final, la existencia del período de reflexión, para la devolución del producto.
- Evitar actitudes intrusivas con los clientes, en ocasión de contactos personales, telefónicos, o de cualquier tipo.
- No abusar de la confianza de los consumidores.
- Entregar en tiempo y forma los productos solicitados.

Ética hacia los revendedores

Las empresas

- No utilizar prácticas de incorporación, desleales o engañosas.
- Brindar información precisa y completa sobre las características del negocio que se ofrece.
 - Presentar datos reales relacionados con el volumen de ventas o ganancia, actual o potencial, de los revendedores independientes.
 - Informar adecuadamente a los revendedores, sobre las obligaciones legales, y fiscales que surgen del negocio independiente que comienzan.
 - No requerir o alentar a los revendedores a comprar productos en cantidades grandes e irrazonables.
 - Proveer toda la información necesaria, para ayudar a los revendedores independientes, a operar éticamente su negocio.

Ética entre las empresas

- Las empresas asociadas a CAVEDI deberán conducirse ética y lealmente hacia los otros miembros.
- Los revendedores pueden comercializar productos de diferentes empresas, sin perjuicio de lo cual, éstas deben evitar atraer deslealmente a un revendedor que está vendiendo productos de otra empresa, para que venda los propios.
- Las empresas no deben desacreditar productos, planes comerciales o cualquier otra propuesta de otra empresa.

Resolución de conflictos

El Administrador del Código de Ética

Las empresas asociadas a CAVEDI, se comprometen a realizar el máximo esfuerzo para resolver los conflictos y quejas, a través de sus sistemas y procedimientos de satisfacción al cliente, pero, si aun así, el conflicto no pudiera resolverse satisfactoriamente, el Administrador del Código de Ética de CAVEDI, intervendrá en una segunda instancia, para brindar a las partes, las mejores alternativas de solución posibles, aplicando las normas definidas en el Código de Ética.

ADMINISTRADOR DEL CÓDIGO DE ÉTICA

Dr. José Ignacio García Hamilton

joseh@garciahilton.com.ar

