



Código de Ética

El presente Código de Ética forma parte de los Estatutos Sociales de la AMVD y está basado en el Código de Ética Mundial de Ventas Directas, aprobado por la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas (WFDSA) en octubre 2008 y fue sancionado por la Asamblea de la Asociación Mexicana de Ventas Directas, el 23 de enero 2015.

Índice

Introducción.....	3
Glosario de Términos.....	3
Generalidades.....	4
Conducta para la Protección a los Consumidores.....	5
Prácticas Prohibidas.....	5
Identificación.....	5
Explicación y Demostración.....	5
Forma de Pedido.....	5
Literatura.....	5
Testimoniales.....	6
Comparación y Denigración.....	6
Período de Tregua y Devolución de Bienes.....	6
Garantía y Servicio Posterior a la Venta.....	6
Respeto a la Privacidad.....	6
Justicia.....	6
Ventas por Referencias.....	7
Entrega.....	7
Conducta hacia los Vendedores Directos Independientes.....	7
Adhesión al Código.....	7
Reclutamiento.....	7
Información Comercial.....	7
Esquemas Piramidales o Cadenas sin fin.....	7
Cuentas.....	7
Declaración de Utilidades.....	8
Relación Comercial.....	8
Cuotas.....	8
Terminación.....	8
Inventario.....	9
Otros Materiales.....	9
Formación y Capacitación.....	9
Conducta entre Compañías.....	9
Interacción.....	9
Inducción.....	10
Denigración.....	10
Aplicación del Código.....	10
Incumplimiento del Código.....	11
Protección a los Consumidores y a los Vendedores Directos Independientes.....	11
Procedimiento para presentar una queja.....	11
Protección a las Compañías.....	12
Procedimiento para presentar una queja.....	12
Recomendaciones.....	13
Sanciones.....	13

Introducción

Todos los Asociados de la Asociación Mexicana de Ventas Directas A.C. (de aquí en adelante referida como "AMVD") deberán de cumplir con el Código de Ética (de aquí en adelante referido como "el Código") que a continuación se transcribe y con las normas que en éste se establecen, ya que representan las normas básicas en todos los niveles de acción.

El Código contiene guías de interacción entre:

- Las compañías de Venta Directa afiliadas a la AMVD y sus consumidores.
- Las compañías de Venta Directa afiliadas a la AMVD y sus vendedores directos independientes / distribuidores independientes actuales y futuros.
- Las mismas compañías de Venta Directa afiliadas a la AMVD en su calidad de competidores en el mercado.
- El Administrador del Código de Ética, las compañías de Venta Directa afiliadas a la AMVD y el público en general.

El Código tiene como objetivo lograr la satisfacción y la protección de los consumidores, establecer estándares éticos en la industria de la Venta Directa en un marco de libre empresa y el fortalecimiento de la imagen pública de la Venta Directa.

Glosario de Términos

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

Administrador del Código: Persona o cuerpo independiente nombrado por la AMVD para vigilar el cumplimiento del Código, así como, la resolución de quejas que puedan surgir.

Compañía: Una compañía de Venta Directa es una entidad comercial que (i) utiliza el sistema de Venta Directa para la comercialización de productos y (ii) que es miembro o Asociado Activo de la AMVD.

Consumidor: Cualquier persona que compra y consume productos de un vendedor directo independiente / distribuidor independiente y/o una compañía de Venta Directa.

Forma de Pedido: Incluye las formas de pedido, recibos y contratos impresos o escritos que confirman los detalles de la orden del consumidor. En el caso de las compras por Internet sería una forma que contenga todos los términos de la oferta y de la compra proporcionando un formato imprimible o descargable.

Producto: El producto incluye bienes y servicios.

Reclutamiento: Actividad realizada con el fin de invitar a una persona a convertirse en vendedor directo independiente / distribuidor independiente.

El **Código de Ética AMVD** cuenta con las siguientes secciones:

1. Conducta para la Protección a los Consumidores.
2. Conducta hacia los Vendedores Directos Independientes / Distribuidores Independientes.
3. Conducta entre Compañías.
4. Aplicación del Código.
5. Procedimientos para presentar una queja ante el incumplimiento del Código.

El **Administrador del Código** es la persona o cuerpo independiente nombrado por la AMVD para vigilar el cumplimiento del Código, así como, la resolución de quejas que puedan surgir.

Las **compañías afiliadas** a la AMVD se comprometen a acatar el Código como condición de admisión y permanencia en la misma.

¿Quiénes son los **vendedores directos independientes**?

Son personas dedicadas a la actividad de la Venta Directa de manera independiente, participando por sí mismas en la venta de productos y servicios mediante contactos personales de venta, distribuyendo productos de las compañías de Venta Directa, desarrollando un negocio propio y obteniendo ganancias o utilidades del mismo.

Vendedor Directo Independiente / Distribuidor Independiente: Es una persona dedicada a la actividad de la Venta Directa de manera independiente, participando por sí misma en la venta de productos y servicios mediante contactos personales de venta, distribuyendo productos de las compañías de Venta Directa, desarrollando un negocio propio y obteniendo ganancias o utilidades del mismo.

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 fuera de local comercial, usualmente a través de la explicación o demostración de los productos realizada por un vendedor directo independiente / distribuidor independiente. Aunque "las comunicaciones a distancia" (por ejemplo, las ventas por Internet) generalmente no suelen considerarse como Venta Directa, algunas compañías utilizan como apoyo técnicas de comercialización a distancia y nueva tecnología para mejorar su negocio por lo que las transacciones realizadas por estos medios también están cubiertas por el Código.

Generalidades

Compañías: Las compañías afiliadas a la AMVD se comprometen a acatar el Código como condición de admisión y permanencia en la misma. También se comprometen a dar a conocer el Código entre sus consumidores y vendedores directos independientes / distribuidores independientes.

Vendedores Directos Independientes / Distribuidores Independientes: Por su condición de independencia, las personas dedicadas a la actividad de Venta Directa no están directamente obligadas por el Código, pero las compañías les sugerirán adherirse a éste o a reglas de conducta que cumplan con sus normas.

Autorregulación: El Código es una medida de autorregulación de la industria de la Venta Directa. No es una ley, pero sus obligaciones pueden requerir de un nivel de conducta ética que excede los requisitos legales existentes. El incumplimiento no crea ninguna responsabilidad de derecho civil. Con la terminación de su membresía en la AMVD, una compañía ya no está obligada por el Código, sin embargo, sus disposiciones seguirán siendo aplicables a acontecimientos o transacciones que hayan ocurrido durante el tiempo en el cual esa compañía era miembro de la AMVD.

Legislación: Las compañías y las personas dedicadas a la Venta Directa deberán cumplir con las Leyes, Reglamentos y Normas del país en que operan y por lo tanto el Código no declara expresamente las obligaciones legales que se deben cumplir, pero el cumplimiento de las Leyes del País es una condición para su permanencia en la AMVD.

Efectos Extraterritoriales: Las compañías se comprometen a cumplir con el Código de Ética de la Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa (WFDSA), en relación 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 de otras Asociaciones en donde ellas también sean miembros.

Los vendedores directos independientes no deberán utilizar **prácticas engañosas o injustas**.

¿Qué debe contener la **Forma de Pedido?**

Deberá incluir el nombre completo, el domicilio permanente y el número telefónico de la compañía o del vendedor directo independiente y todos los términos materiales de la transacción comercial.

Todos los términos deberán ser claros y legibles.

La **literatura de promoción** y publicidad no contendrán descripciones del producto, aseveraciones, fotografías o ilustraciones engañosas.

Esta disposición tiene por objeto promover la uniformidad de las prácticas comerciales éticas, normas y estándares de comportamiento a nivel global. Al participar en actividades de Venta Directa fuera del país, cada compañía se compromete a cumplir con las disposiciones del Código de la Asociación de Venta Directa de ese país (si es miembro). Si una compañía no es socio de la Asociación de Venta Directa en otro país, la compañía se compromete a cumplir con las disposiciones del Código de la Asociación de Venta Directa en el que la compañía tiene su sede o casa matriz (si es un socio de esa Asociación de Venta Directa).

1. Conducta para la Protección a los Consumidores

1.1 Prácticas Prohibidas

Los vendedores directos independientes / distribuidores independientes no deberán utilizar prácticas engañosas o injustas.

1.2 Identificación

Al inicio de una presentación de ventas, los vendedores directos independientes / distribuidores independientes sin que se les solicite, se identificarán verazmente ante el consumidor potencial, identificarán sus productos y la identidad de la compañía o compañías que representen y el objetivo de su solicitud.

1.3 Explicación y Demostración

La explicación y demostración del producto ofrecido será exacta y completa, en particular con respecto al precio y si es aplicable, el precio a crédito; los plazos de pago; el período; los términos de garantía; la devolución de productos y servicio posterior a la venta, así como, los plazos de entrega de los productos. Los vendedores directos independientes / distribuidores independientes darán respuestas precisas y comprensibles para todas las preguntas de los consumidores con respecto al producto y al ofrecimiento hecho.

1.4 Forma de Pedido

En el momento de la venta deberá ser entregado o puesto a disposición del consumidor un formato de pedido por escrito. En el caso de una venta realizada a través de Internet o medios similares se dispondrá en forma imprimible o descargable a través de Internet. El formato contendrá el nombre completo, el domicilio permanente y el número telefónico de la compañía o del vendedor directo independiente / distribuidor independiente y todos los términos materiales de la transacción comercial. Todos los términos deberán ser claros y legibles.

1.5 Literatura

La literatura de promoción, publicidad o envíos por correo no contendrán descripciones del producto, aseveraciones, fotografías o ilustraciones engañosas y se especificará el nombre y el domicilio o el número telefónico de

Las compañías y los vendedores directos independientes se abstendrán de hacer **comparaciones que puedan engañar** y que sean incompatibles con los principios de la competencia leal.

Las compañías y los vendedores directos independientes deberán asegurarse de que cualquier forma de pedido contenga una **cláusula de revocación** de la compra que le permita al consumidor retractarse de cualquier pedido dentro de un período de tiempo especificado.

En la forma de pedido u otros documentos que se proporcionen junto con el producto se explicarán de forma clara los términos de la **garantía**, los detalles y las limitaciones del servicio posterior a la venta, el nombre y el domicilio del responsable de la garantía, la duración de la misma y las posibles acciones a seguir por parte del consumidor.

la compañía o del vendedor directo independiente / distribuidor independiente.

1.6 Testimoniales

No se presentarán pruebas testimoniales o argumentos que sean falsos, obsoletos, no aplicables o manipulados de cualquier manera que puedan engañar o inducir al error del consumidor.

1.7 Comparación y Denigración

Las compañías y los vendedores directos independientes / distribuidores independientes se abstendrán de hacer comparaciones que puedan engañar y que sean incompatibles con los principios de la competencia leal. Los puntos de comparación se basarán en hechos que puedan justificarse y ser probados, no desprestigiando a otra empresa o producto directamente o mediante implicación. No aprovecharán injustamente la buena voluntad adjunta al nombre comercial y al símbolo de otra empresa o producto.

1.8 Período de Tregua y Devolución de Bienes

Las compañías y los vendedores directos independientes / distribuidores independientes deberán asegurarse de que cualquier forma de pedido contenga una cláusula de revocación de la compra que le permita al consumidor retractarse de cualquier pedido dentro de un período de tiempo especificado y obtener el reembolso de cualquier pago o bienes comercializados. Este derecho será proporcionado por escrito.

1.9 Garantía y Servicio Posterior a la Venta

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

1.10 Respeto a la Privacidad

Los contactos personales o telefónicos se realizarán de manera razonable y durante horas hábiles para evitar cualquier intromisión. Un vendedor directo independiente / distribuidor independiente suspenderá la demostración o presentación de ventas cuando el consumidor se lo solicite. Los vendedores directos independientes / distribuidores independientes y las compañías deberán tomar las medidas necesarias para asegurar la protección de datos personales proporcionados por el consumidor o por otro vendedor directo independiente / distribuidor independiente.

1.11 Justicia

Los vendedores directos independientes / distribuidores independientes no abusarán de la confianza de los consumidores, respetarán la falta de experiencia comercial de los consumidores y no explotarán la edad,

Las compañías no emplearán **prácticas de reclutamiento** engañosas, abusivas, fraudulentas o injustas con los potenciales o existentes vendedores directos independientes.

La información que les proporcionen respecto a la oportunidad de negocios y ganancias deberá ser exacta y completa. Las compañías no realizarán promesas que no se puedan cumplir, ni podrán utilizar razonamientos de ventajas falsas o engañosas.

Prohibición Esquemas Piramidales

Las ganancias que las compañías ofrecen a los vendedores directos independientes deberán provenir principalmente de la venta de productos o servicios para consumo real ya sea personal o de su línea descendente.

Las compañías no ofrecerán ganancias por el mero hecho de reclutar nuevos vendedores directos o por la venta de productos que no sean útiles y factibles de comercializar.

enfermedad, falta de comprensión y falta de conocimiento del lenguaje por parte de ellos.

1.12 Ventas por Referencias

No se inducirá al consumidor a comprar bienes o servicios, con base en la argumentación de que puede reducir o recuperar el precio de compra recomendando a otros consumidores potenciales para realizar compras similares, si dichas reducciones o recuperaciones dependen de algún acontecimiento futuro poco seguro.

1.13 Entrega

Se surtirá el pedido del consumidor de manera oportuna según lo comprometido.

2. Conducta hacia los Vendedores Directos Independientes / Distribuidores Independientes

2.1 Adhesión al Código

Las compañías les sugerirán a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes adherirse al Código o a reglas de conducta que cumplan con sus normas.

2.2 Reclutamiento

Las compañías no emplearán prácticas de reclutamiento engañosas, abusivas, fraudulentas o injustas con los potenciales o existentes vendedores directos independientes / distribuidores independientes.

2.3 Información Comercial

La información proporcionada por las compañías a los potenciales o existentes vendedores directos independientes / distribuidores independientes con respecto a la oportunidad de negocios y ganancias será exacta y completa. Las compañías no realizarán promesas que no se puedan cumplir, ni podrán utilizar razonamientos de ventajas falsas o engañosas.

2.4 Esquemas Piramidales o Cadenas sin fin

Las ganancias que las compañías ofrecen a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes deberán provenir principalmente de la venta de productos o servicios para consumo real, ya sea personal o de su línea descendente. Las compañías no ofrecerán ganancias por el mero hecho de reclutar nuevos vendedores directos independientes / distribuidores independientes o por la venta de productos que no sean útiles y factibles de comercializar.

2.5 Cuentas

Las compañías proporcionarán a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes reportes periódicos concernientes a sus ventas,

Las compañías celebrarán con los vendedores directos independientes un **contrato de comisión o de mediación mercantil o un contrato de compra-venta o de suministro** que contenga todos los detalles esenciales de la **relación comercial** y sobre el cumplimiento del Código.

Terminación de la relación comercial de un vendedor directo independiente con la compañía.

La compañía le comprará los productos no vendidos pero vendibles, material promocional, los auxiliares o estuches de ventas comprados durante los doce meses anteriores a la terminación de la relación comercial.

La compañía le acreditará el costo neto original por concepto de los mismos, menos un cargo por manejo de hasta el 10% del precio neto de compra, menos cualquier beneficio que haya recibido el vendedor directo independiente al momento de la compra original de los bienes devueltos.

compras, detalle de utilidades, descuentos, entregas, cancelaciones y otros datos relevantes, de conformidad con el contrato originalmente pactado.

2.6 Declaración de Utilidades

Las compañías y los vendedores directos independientes / distribuidores independientes no falsearán la información sobre ganancias o utilidades reales o potenciales. Cualquier información se basará en hechos documentados y reales.

2.7 Relación Comercial

Las compañías celebrarán con los vendedores directos independientes / distribuidores independientes un contrato de comisión o de mediación mercantil o un contrato de compra-venta o de suministro que contenga todos los detalles esenciales de la relación comercial y sobre el cumplimiento del Código. Las compañías informarán a las personas dedicadas a esta actividad sobre sus obligaciones legales, licencias, altas, registros e impuestos aplicables, en el entendido de que los vendedores directos independientes / distribuidores independientes no mantienen ninguna relación laboral con las empresas, por ser micro empresarios independientes cuyas ganancias dependen del nivel de ventas de sus propios negocios. Los términos de "acuerdos, contratos o formas de pedido por escrito" incluyen documentos proporcionados por vía electrónica, siempre y cuando estos documentos se puedan imprimir o descargar vía Internet.

2.8 Cuotas

Las compañías no pedirán a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes cuotas elevadas para su inicio en el negocio, por capacitación, franquicias, etc. o únicamente por el derecho de participar en el sistema de distribución de la compañía. Los nuevos vendedores directos independientes / distribuidores independientes podrán iniciar con una inversión mínima en materiales promocionales que les permita hacer crecer su propio negocio y cuyo valor deberá estar directamente relacionado con el monto de la inversión.

2.9 Terminación

Al momento de la terminación de la relación comercial de un vendedor directo independiente / distribuidor independiente con la compañía, ésta le comprará los productos no vendidos pero vendibles, material promocional, los auxiliares o estuches de ventas comprados durante los doce meses anteriores a la terminación de la relación comercial. La compañía le acreditará el costo neto original por concepto de los mismos, menos un cargo por manejo de hasta el 10% del precio neto de compra, menos cualquier beneficio que haya recibido el vendedor directo independiente / distribuidor independiente al momento de la compra original de los bienes devueltos.

Las compañías no exigirán ni fomentarán la compra de **inventarios** de los productos en grandes cantidades.

Las compañías deben de tomar medidas razonables a fin de asegurar que las **ayudas de ventas** producidas por los vendedores directos independientes cumplan con las disposiciones de este Código y no se induzca a error o engaño.

Las **compañías** desarrollarán sus actividades con un espíritu de **competencia equitativa**, conduciéndose con justicia y respeto hacia otras empresas.

No deben alentar, atraer o inducir a ninguna persona mediante la persuasión o acciones desleales para que cambien de otra compañía a la suya.

Tampoco desacreditarán a los vendedores directos independientes que mantengan relaciones comerciales con otra compañía ni desprestigiarán sus productos, servicios y planes de comercialización.

2.10 Inventario

Las compañías no exigirán ni fomentarán la compra de inventarios de los productos en grandes cantidades. Para determinar la cantidad apropiada de inventario de productos, se deben de tomar en cuenta los siguientes aspectos (i) el inventario deberá de ser de acuerdo a las posibilidades reales de venta de los productos (ii) la competitividad de los productos (iii) el comportamiento del mercado (iv) las políticas de devolución y reembolso de la compañía. Las compañías deberán tomar medidas razonables para asegurarse que los vendedores directos independientes / distribuidores independientes que reciben ganancias por el volumen de ventas de su línea descendente están ya sea consumiendo o revendiendo los productos que compran con el fin de recibir sus ganancias.

2.11 Otros Materiales

Los vendedores directos independientes / distribuidores independientes que venden material promocional o de formación y entrenamiento, aprobado por las compañías, ya sea en papel o en formato electrónico podrán (i) utilizar solo los materiales que cumplan con los mismos estándares que los aprobados (ii) abstenerse de hacer que la compra de estos materiales sea un requisito para su línea descendente (iii) proporcionar ayudas de ventas a un precio razonable y justo, lo que equivale a un material similar disponible en el mercado en general y (iv) ofrecer una política de devolución por escrito similar a la política de devoluciones de las compañías que representan. Las compañías deben de tomar medidas razonables a fin de asegurar que las ayudas de ventas producidas por los vendedores directos independientes / distribuidores independientes cumplan con las disposiciones de este Código y no se induzca a error o engaño.

2.12 Formación y Capacitación

Las compañías podrán proporcionar formación y capacitación para apoyar a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes en el desarrollo de sus negocios y comportamiento ético.

La capacitación sobre el comportamiento ético en los negocios se puede realizar a través de sesiones presenciales, capacitación en línea, manuales o guías escritas o con materiales audiovisuales. Se sugiere que las compañías proporcionen esta formación de manera gratuita o a bajo costo y en cualquier caso las compañías no deberán utilizar los programas de formación ética como medio de lucro. La formación ética se puede proporcionar como parte de un programa de capacitación más amplio, el cual podría tener un costo adicional.

3. Conducta entre Compañías

3.1 Interacción

Las compañías desarrollarán sus actividades con un espíritu de competencia equitativa, conduciéndose con justicia y respeto hacia los otros miembros.

3.2 Inducción

Las compañías no deben alentar, atraer o inducir a ninguna persona mediante la persuasión o acciones desleales para que cambien de otra compañía a la suya.

3.3 Denigración

Las compañías no desprestigiarán ni denigrarán los productos, servicios, planes de comercialización de otras compañías. Tampoco desacreditarán a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes que mantengan relaciones comerciales con otra compañía.

Aplicación del Código

Responsabilidad de las Compañías: Cada compañía es responsable del cumplimiento del Código. En caso de cualquier incumplimiento, las compañías realizarán todos los esfuerzos razonables para resolver la queja.

Administrador del Código: La AMVD nombrará a una persona o a un cuerpo independiente como Administrador del Código. El Administrador del Código vigilará su cumplimiento por parte de las compañías mediante acciones adecuadas y será responsable del manejo de las quejas y del seguimiento del procedimiento establecido para tal fin. También resolverá cualquier queja no resuelta de los consumidores con base en el Código.

El Administrador del Código tiene la autoridad para determinar qué es una práctica fraudulenta, ilegal o no ética hacia los consumidores, hacia los vendedores directos independientes / distribuidores independientes y entre las compañías bajo el Código vigente, usando como guía los lineamientos legales imperantes en el país.

El cumplimiento de cualquier ley en particular, regulación o las disposiciones del Código no impide que el Administrador del Código determine que una práctica es engañosa o no ética. Por ejemplo, en una venta al consumidor que cumple con la Ley, el Administrador del Código podrá determinar que esta venta fue realizada mediante prácticas de ventas engañosas o poco éticas, por lo que podría determinar alguna sanción como sería el reembolso o alguna compensación.

Acciones: El Administrador del Código podrá considerar acciones tales como la cancelación de pedidos, la devolución de los productos comprados, el reembolso de pagos u otras, incluyendo advertencias a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes, la cancelación o terminación de los contratos mercantiles con los mismos, advertencias a las compañías y la exclusión de compañías como miembros de la AMVD.

Manejo de Quejas: La AMVD y el Administrador del Código deberán establecer, difundir y aplicar procedimientos de manejo de quejas para garantizar su pronta resolución. Las compañías también deberán implementar y dar a conocer un

Cada **compañía** es **responsable** del cumplimiento del Código.

El **Administrador del Código** tiene la **autoridad** para determinar qué es una práctica fraudulenta, ilegal o no ética hacia los consumidores, hacia los vendedores directos independientes y entre las compañías bajo el Código vigente, usando como guía los lineamientos legales imperantes en el país.

Si algún consumidor o algún vendedor directo independiente considera que una compañía afiliada a la AMVD está incurriendo en una **posible violación al Código**, podrá presentar una queja.

¿Qué pasos seguir para la **presentación de una queja** por parte de los consumidores y vendedores directos independientes?

Tratar de resolver el asunto directamente entre las partes involucradas.

Si después de completar el primer paso la situación no es resuelta satisfactoriamente, se deberá contactar a la AMVD para que la queja sea canalizada al Administrador del Código.

Si la queja no es resuelta satisfactoriamente después de completar los pasos 1° y 2° se podrá enviar un resumen completo de la queja a la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas (WFDSA).

procedimiento de manejo de quejas interno en base a sus políticas individuales para asegurar la pronta resolución de todas las quejas.

Publicación: Todas las compañías darán a conocer el Código a los vendedores directos independientes / distribuidores independientes y a los consumidores.

INCUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA

PROTECCIÓN A LOS CONSUMIDORES Y A LOS VENDEDORES DIRECTOS INDEPENDIENTES / DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES

Si algún consumidor o algún vendedor directo independiente / distribuidor independiente considera que una compañía afiliada a la AMVD está incurriendo en una posible violación al Código, podrá presentar una queja.

Procedimiento para presentar una queja ante el incumplimiento del Código

1°. Tratar de resolver el asunto directamente entre las partes involucradas. La queja deberá ser por escrito incluyendo la siguiente información:

- Fecha y detalles del incidente.
- Las partes involucradas.
- La sección del Código que considera ha sido violada.
- Una descripción de las acciones realizadas por ambas partes para resolver el asunto.
- Si es el caso, el costo del producto involucrado y si es relevante incluir facturas u otros documentos de apoyo.
- El estado actual de la queja.
- La solución que se considere debería ser aplicada.

Se recomienda dar el tiempo suficiente para que la compañía pueda responder a su queja. Por lo general, se sugiere un período de 30 días.

2°. Si después de completar el primer paso la situación no es resuelta satisfactoriamente, se deberá contactar a la AMVD para que la queja sea canalizada al Administrador del Código, proporcionándole por escrito la misma información anteriormente mencionada.

3°. Si la queja no es resuelta satisfactoriamente después de completar los pasos 1° y 2° se podrá enviar un resumen completo de la queja, incluyendo las respuestas tanto de la compañía como la del Administrador del Código a la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas (WFDSA) a: info@wfdsa.org La Federación Mundial se contactará con el Administrador del Código para aclarar por qué la queja no ha sido resuelta. El Código de la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas provee efecto extraterritorial. Esto quiere decir que se está protegido presentando una reclamación a la WFDSA aunque la compañía en cuestión no sea miembro de la AMVD, pero que su oficina matriz sí esté afiliada a la Asociación de Ventas Directas donde se encuentra la sede.

Pasos a seguir:

- Investigar donde se localiza la oficina matriz de la compañía.
- Investigar si la compañía es miembro de la Asociación de Venta Directa donde se localiza su oficina matriz.
- Si la compañía no es miembro de la Asociación de Venta Directa donde ocurrió la violación y tampoco es miembro de la Asociación donde se localiza su oficina matriz, se deberá presentar una queja en las instancias gubernamentales / Procuraduría Federal del Consumidor.

PROTECCIÓN A LAS COMPAÑÍAS

Si algún Asociado incumple con lo establecido en el Código o si algún Asociado tiene conocimiento de que otro Asociado está incumpliendo, se sujetarán a lo establecido en el siguiente procedimiento.

Procedimiento para presentar una queja ante el incumplimiento del Código

Si un Asociado sufre algún agravio a causa de que otro Asociado incumpla con lo establecido en el Código, deberá presentar su reclamación mediante escrito dirigido al Administrador del Código conteniendo cuando menos la siguiente información:

- a) Nombre del Asociado denunciante, así como el de su representante quien deberá ser el que firme el escrito.
- b) Domicilio del Asociado denunciante o en su caso un domicilio convencional para oír y recibir notificaciones sobre este asunto en particular.
- c) Nombre y domicilio del Asociado o los Asociados que se considere están incurriendo en violación o incumplimiento.
- d) 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.
- e) 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 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

Quejas entre Compañías

Si un Asociado sufre algún agravio a causa de que otro Asociado incumpla con lo establecido en el Código, deberá presentar su reclamación mediante escrito dirigido al Administrador del Código.

El Código de Ética de la AMVD es una medida de **autorregulación** de la industria de la Venta Directa que garantiza el respeto, la transparencia y la legalidad de la industria estableciendo lineamientos de comportamiento ético que deben prevalecer entre los vendedores directos independientes y las compañías afiliadas en beneficio de los consumidores.

Asociación Mexicana de Ventas Directas A.C.

Tlacoquemecatl 21 Desp.
201, Col. Del Valle C.P. 03100,
México D.F.



(55) 5575 8233
(55) 5575 8237



amvdac@prodigy.net.mx



www.amvd.org.mx

Administrador del Código de Ética: Lic. Francisco Gaxiola
fgax@gaxiola-abogados.com

mediante escrito dirigido al Administrador del Código contesten lo que a su derecho convenga y exhiban las pruebas que acrediten su dicho.

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

Recomendaciones

Después de presentada la contestación o vencido el plazo para presentarla, el Administrador del Código contará con un término que no excederá de 20 (veinte) días hábiles para entregar un informe por escrito al Consejo Directivo de la AMVD, el cual contendrá lo siguiente:

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

Las recomendaciones del Administrador del Código deberán estar fundadas en el Código.

El Administrador del Código 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 o a los Estatutos Sociales de la AMVD.

Sanciones

Una vez recibido el informe, el Consejo Directivo AMVD tendrá un plazo de 20 (veinte) días hábiles para resolver sobre la denuncia o convocar a la Asamblea General para que resuelva conforme a los Estatutos.

Las sanciones por incumplimiento al Código pueden ser:

- a) Amonestación, pudiendo otorgar un plazo para que la compañía corrija la situación, debiendo guardarse absoluta confidencialidad acerca de la misma.
- b) Suspensión temporal o exclusión del Asociado con la pérdida de sus derechos de conformidad con lo establecido en el Artículo Décimo Tercero de los Estatutos AMVD.