

# **Código de Ética - Cámara Peruana De Venta Directa**

## **INTRODUCCIÓN**

La Cámara Peruana de Venta Directa (en adelante CAPEVEDI) es una asociación civil sin fines de lucro, que agrupa a las empresas que utilizan el sistema de la venta directa.

CAPEVEDI, reconociendo que las empresas que participan en Venta Directa asumen ciertas responsabilidades hacia sus clientes las cuales emanan de un método de distribución de sus productos y servicios que se basa en un contacto personal entre el empresario independiente y el consumidor final, establece los principios y prácticas de naturaleza básica, equitativa y ética, que las compañías miembros de la Asociación seguirán cumpliendo al efectuar sus negocios.

Asimismo, CAPEVEDI cuenta con un Código de Ética que es aplicable a los Empresarios Independientes, a las empresas asociadas en adelante las Empresas y a los consumidores y a su vez entre todos ellos.

1. Parte General
2. Conducta de las Empresas frente los Empresarios Independientes
3. Conducta entre Empresas
4. Conducta de las Empresas y Empresarios Independientes frente a los Consumidores
5. Observancia del Código

## **1. Parte General**

### **1.1 Ámbito de Acción**

CAPEVEDI adopta el presente Código de Ética como una medida de regulación que contiene normas de conducta ética para las empresas que utilicen el sistema de venta directa, miembros de dicha Cámara y para todas aquellas empresas dedicadas a dicho sistema, que con posterioridad sean admitidas como miembros, quienes se comprometen a acatar sus disposiciones como condición de admisión a la Cámara y para continuar como miembros de esta.

El presente Código de Ética de CAPEVEDI tiene como objetivo principal la adopción de normas generales para reglamentar las relaciones entre las empresas de venta directa; las Empresas de venta directa y los Empresarios Independientes; los Empresarios Independientes y los consumidores, la satisfacción y la protección de estos últimos, así como la promoción y la difusión de la oportunidad de negocio que la venta directa ofrece.

## 1.2 Glosario de terminología

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

- **Administrador del Código de Ética:** Persona o cuerpo independiente designado por CAPEVEDI para observar el cumplimiento del Código de Ética por sus Empresas asociadas y resolver los reclamos derivados del incumplimiento del mismo.
- **Consumidor:** Persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta como destinatario final productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente destinado para los fines de su actividad como proveedor.
- **Empresa:** Persona jurídica legalmente constituida que utiliza el sistema de venta directa para la comercialización de bienes o servicios, asociada a la CAPEVEDI e identificada como uno de sus miembros con el logo identificatorio de esta cuando corresponda.
- **Empresario Independiente:** Persona natural o jurídica que adquiere directamente los productos y/o servicios a una Empresa de venta directa, para revenderlos a terceros y de esta forma, obtener ganancias. No tiene relación laboral alguna con las Empresas de venta directa.
- **Producto:** Cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial, de origen nacional o no.
- **Reclutamiento:** Cualquier actividad conducente a inducir a una persona a convertirse en Empresario Independiente.
- **Venta Directa:** Se considera venta directa a la comercialización de un producto o servicio, a través de un Empresario Independiente quien directamente brinda información sobre el producto o realiza demostraciones sobre este a los consumidores en sus viviendas y/o lugares de trabajo. No es venta directa la efectuada en establecimientos de venta abiertos al público, sea que realicen venta en forma minorista o mayorista, de forma permanente o temporal.
- **WFDSA:** Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa

## 1.3 Auto-regulación

El Código de Ética es una forma de auto regulación de la propia industria de Venta Directa. No es una ley y sus obligaciones pueden requerir un nivel de conducta ética que exceda los requerimientos legales existentes. La no observancia no crea responsabilidad legal alguna de carácter civil, administrativo, penal o de cualquier índole.

Una vez que algún asociado deja de ser parte de la CAPEVEDI, deja de estar obligado a cumplir este Código, sin embargo su obligación persiste en relación con los eventos y transacciones ocurridos durante el tiempo que fue miembro de la Cámara.

## **1.4 Ley**

Las Empresas y los Empresarios Independientes se presumen obligados a cumplir con las normas legales vigentes en el país y por consiguiente este Código no exime de cumplir las obligaciones legales existentes.

## **1.5 De los obligados a cumplir el Código:**

### **1.5.1 Empresa**

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

### **1.5.2 Empresarios Independientes**

Las Empresas podrán requerir a los Empresarios Independientes el cumplimiento del Código como condición para ser miembros de su sistema de distribución

## **1.6 Estándares**

El Código contiene comportamientos de ética aplicables por igual a las Empresas y a los Empresarios Independientes. CAPEVEDI puede variar estos estándares siempre y cuando el espíritu del Código sea preservado.

## **1.7 Efecto Extra-territorial**

La CAPEVEDI requerirá a cada miembro como condición de admisión o continuidad en la membresía, a cumplir con el Código Mundial de Conducta de la WFDSA con relación a las actividades de venta fuera de su país de origen, a menos que esas actividades estén bajo la jurisdicción del Código de Conducta de la Asociación de Venta Directa de otro país afiliada a la WFDSA a la cual la misma compañía pertenezca, en la medida que estos requerimientos no excedan lo establecido por el Código de Ética de la CAPEVEDI.

Si una Empresa está sujeta a un reclamo o queja en un país en el cual no es miembro de la Asociación de Venta Directa, la Empresa deberá aceptar la jurisdicción del Administrador del Código en su país de origen y aceptar costos razonables incurridos por el país por el asociado con relación a la resolución de la queja. Además el Administrador del Código del país de origen, podrá coordinar con el Administrador del Código (si existiera) del país donde se originara el reclamo, al evaluar la queja o reclamo y aplicar en orden de prioridad (1) los estándares del Código de Ética en el país donde se produce el reclamo, en la medida que estos no excedan lo establecido por el Código de Ética de la CAPEVEDI (2) los estándares del Código de Ética, en el tema, en su país de origen y (3) como mínimo los estándares fijados con el Código de Ética de la WFDSA.

## **2. Conducta de las Empresas frente a los Empresarios Independientes**

### **2.1 Adhesión de los Empresarios Independientes**

Las Empresas requerirán a sus Empresarios Independientes, como condición para pertenecer a su organización de ventas, adherirse a este Código o a las reglas de ética que cumplan con sus principios.

### **2.2 Reclutamiento**

Las Empresas y los Empresarios Independientes no deberán usar prácticas desleales y/o engañosas de reclutamiento. Las Empresas se asegurarán que no se haga ninguna declaración, promesa o testimonio que pueda engañar al posible Empresario Independiente.

### **2.3 Información comercial**

La información que debe proveer la Empresa a sus Empresarios Independientes y a los potenciales Empresarios Independientes concerniente a la oportunidad de negocio y lo relativo a los derechos y obligaciones deberá ser precisa y completa. La información que den las Empresas a posibles Empresarios Independientes deberá ser verídica y contar con el debido sustento, no harán promesas que no puedan ser cumplidas. Las Empresas no presentarán las ventajas de la oportunidad de venta a los posibles reclutados de una manera falsa o engañosa.

### **2.4 Información sobre ganancias**

Las Empresas deberán proporcionar a los Empresarios Independientes información clara y verdadera sobre los planes de compensación, bonificaciones, descuentos, premios, entregas y / u otros datos relevantes, de conformidad con los acuerdos de la Empresa con los Empresarios Independientes. Así mismo las ganancias o los beneficios deberán ser recibidos por los Empresarios Independientes dentro de periodos comercialmente razonables.

Las ganancias o los beneficios que los Empresarios Independientes podrían recibir se derivarán de la compra de productos y/o de las ventas de productos o servicios a los Consumidores y de los programas comerciales de las Empresas que también pueden basarse en las ventas de las líneas descendentes de distribución de los Empresarios Independientes.

Los Empresarios Independientes no recibirán ganancias basadas únicamente en reclutamiento no relacionado con la venta; aunque las Empresas pueden proporcionarles incentivos mínimos que estén de acuerdo con la ley local.

### **2.5 Presentación de las Ganancias**

1. Las Empresas y los Empresarios Independientes no deben sobre-estimar o tergiversar las ventas o ganancias reales o potenciales.

2. Las representaciones de ganancias y las cifras de ventas, o los descuentos deben ser:

(a) veraces, precisas y presentadas de una manera que no sea falsa o engañosa, y

(b) basadas en hechos documentados y comprobados en el mercado.

3. Los posibles Empresarios Independientes deben:

(a) ser informados de que las ganancias y ventas reales variarán de persona a persona y dependerán de las habilidades del Empresario Independiente, el tiempo y esfuerzo invertido y otros factores principalmente en empresas de venta directa multinivel

(b) ser informados que los descuentos variarán dependiendo del volumen de compra de los productos

(c) recibir la información suficiente para permitir una evaluación razonable de la oportunidad de recibir ingresos o descuentos, según corresponda.

## **2.6 Acuerdo**

Las Empresas celebrarán con sus Empresarios Independientes un acuerdo o una declaración escritos o una declaración electrónica descargable que contenga todos los detalles esenciales de la relación comercial entre ellos. Las Empresas informarán a sus Empresarios Independientes por el medio que consideren más adecuado sobre sus principales obligaciones legales y demás que correspondan, sin que por ello las Empresas se encuentren obligadas a asumir las obligaciones de los Empresarios Independientes.

## **2.7 Información sobre Productos**

Las empresas deberán brindar información precisa y veraz en cuanto a precio, calidad, marca, valor, rendimiento, cantidad, actualidad del modelo y disponibilidad.

## **2.8 Razonabilidad del Pago**

Las Empresas y los Empresarios Independientes no pedirán a otros Empresarios Independientes que paguen más que tarifas razonables de acuerdo a sus políticas comerciales y previamente informadas a los Empresarios Independientes por cualquiera de los siguientes rubros: tarifas de entrada, tarifas de entrenamiento, tarifas de franquicia, tarifas de materiales promocionales u otras tarifas relacionadas, únicamente para tener el derecho a ser o seguir siendo un Empresario Independiente

Ninguna Empresa requerirá compras de productos como parte del proceso de solicitud de admisión, a menos que estén incluidas en el kit de inicio. Cuando no esté prohibido por la ley local, se permite la compra obligatoria de un kit de inicio.

Se prohíbe que los Empresarios Independientes reciban ganancias basadas únicamente en reclutamiento no relacionado con la venta.

## **2.9 Información**

Las Empresas proveerán a los Empresarios Independientes, información relacionada con las ventas, compras, bonificaciones, descuentos, entregas, cancelaciones y todo otro dato relevante, de acuerdo con los términos estipulados entre la Empresa y los Empresarios Independientes. Dicha información será entregada sin demora y de acuerdo con pautas comerciales razonables.

## **2.10 Literatura**

La publicidad y promociones realizadas por cualquier medio no deben contener descripciones de productos, fotos o ilustraciones que son falsas o engañosas. Los catálogos deben contener el nombre y dirección, o el número de teléfono de la Empresa asociada y pueden incluir datos de contacto del Empresario Independiente.

## **2.11 Políticas de Terminación y recompra de inventario**

Al terminar la relación comercial del Empresario Independiente con la Empresa, en caso que el Empresario Independiente haya adquirido un inventario de productos que no hubiera estado en posibilidad de vender, cada Empresa de acuerdo con sus políticas internas podrá adquirirlo (en tanto los productos se encuentren en perfecto estado y en su envase original perfectamente sellado), siempre que sean devueltos dentro del plazo establecido por cada Empresa.

## **2.12 Inventario y recompra**

Las Empresas no deberán exigir ni alentar a los Empresarios Independientes a que compren el inventario del producto en cantidades irrazonablemente grandes. Las Empresas deberán tomar medidas claras y razonables para garantizar en la medida de lo posible y lo razonable que los Empresarios Independientes que reciben ganancias por el volumen de ventas de su línea descendente, revendan los productos que compran para calificar y recibir la correspondiente ganancia.

Se considerará una práctica de reclutamiento desleal y engañoso para una Empresa o Empresario Independiente exigir o alentar a un Empresario Independiente a comprar cantidades irrazonables de inventarios.

El Administrador del Código de Ética puede emplear cualquier medida apropiada para garantizar que ningún Empresario Independiente incurra en pérdidas financieras significativas como resultado de dicho comportamiento prohibido.

Si Administrador del Código de Ética descubriera que una Empresa asociada ha participado en prácticas de reclutamiento engañosas, podrá emplear cualquier medida correctiva apropiada para garantizar que ningún Empresario Independiente sufra una pérdida financiera significativa como resultado de dicho comportamiento prohibido. El Administrador del Código de Ética podrá a requerir a dicha Empresa recomprar todo el inventario de productos, y /o kits que haya comprado el Empresario Independiente (en tanto los productos se encuentren en perfecto estado y en su envase original perfectamente sellado).

## **2.13 Talleres y/o Charlas informativas**

Las Empresas ofrecerán talleres y/o charlas informativas, para ayudar a los Empresarios Independientes a operar éticamente.

## **2.14 Material de entrenamiento**

Las Empresas deben prohibir a los Empresarios Independientes que vendan a otros Empresarios Independientes cualquier material que no esté aprobado por la Empresa y que sea inconsistente con las políticas y procedimientos de la Empresa.

Los Empresarios Independientes que vendan materiales promocionales o de capacitación legalmente aprobados, ya sea en forma impresa, electrónica o de cualquier otra forma, (i) deberán ofrecer solo materiales que cumplan con los mismos estándares a los que se adhiere la Empresa, (ii) no podrán obligar a los Empresarios Independientes a comprar dichos materiales, y (iii) deberán ofrecer una política de devolución similar a la Empresa en la que está incorporado el Empresario Independiente.

Las Empresas deben tomar medidas diligentes y razonables para garantizar que los materiales similares producidos por los Empresarios Independientes cumplan con las disposiciones de este Código y no sean engañosas ni falaces.

Se prohíbe que los Empresarios Independientes reciban ganancias basadas únicamente en reclutamiento no relacionado con la venta.

## **2.15 Privacidad**

Las Empresas y los Empresarios Independientes deberán cumplir con respetar Ley 29733 Ley de Protección de Datos Personales y sus reglamentos y directivas.

## **3. Conducta entre las Empresas**

### **3.1 Principios**

Las Empresas miembros de CAPEVEDI deberán conducirse ética y lealmente hacia los otros miembros.

### **3.2 Atracción desleal**

Las Empresas no tratarán de atraer deslealmente a un Empresario Independiente de otra Empresa.

### **3.3 Denigración**

Las Empresas no denigrarán ni permitirán que sus Empresarios Independientes denigren los productos de otra Empresa, su plan de ventas y marketing o cualquier otra característica.

### **3.4 Comparaciones**

Las Empresas se regirán por el Decreto Legislativo 1044 - Ley de represión de la competencia desleal

## **4. Conducta de las Empresas y Empresarios Independientes frente a los Consumidores**

### **4.1 Prácticas prohibidas**

Los Empresarios Independientes no deberán usar prácticas desleales y/o engañosas.

### **4.2 Identificación**

Desde el comienzo de la presentación de venta que los Empresarios Independientes realicen, deberán, aunque no les sea solicitado, identificarse fehacientemente ante el potencial consumidor y deberán identificar además a la Empresa, sus productos y el propósito de la visita. En la venta por reuniones, los Empresarios Independientes definirán claramente el propósito de la reunión a la anfitriona y a los participantes de la misma.

### **4.3 Venta por referencia**

Los Empresarios Independientes y Empresas no inducirán al consumidor a comprar productos o servicios basados sobre la promesa que el consumidor puede reducir o recobrar el precio de su compra por el hecho de dar referencias de posibles consumidores para similares compras, si ese descuento o recuperación de dinero están basados sobre un evento futuro incierto.

### **4.4 Explicación y Demostración**

La explicación y demostración del producto ofrecido debe ser precisa y completa, en particular con referencia al precio y si corresponde, al costo del crédito, términos de pago, período de arrepentimiento y derecho de devolución, términos de garantía y servicio después de la venta, y entrega.

### **4.5 Respuestas a preguntas**

Los Empresarios Independientes deben dar respuestas precisas y claras a todas las preguntas de los consumidores concernientes al producto y a la oferta.

### **4.6 Promesas Verbales**

Los Empresarios Independientes sólo harán las promesas verbales que sean autorizadas por las Empresas, respecto de los productos que comercializan o servicios que promocionan.

### **4.7 Formulario de Orden de Venta**

Un formulario deberá ser entregado al Empresario Independiente que identificará a este y a la Empresa, el que contendrá el nombre completo, dirección, teléfono de la Empresa y del Empresario Independiente y las condiciones de la venta. Toda la terminología debe ser claramente legible.

#### **4.8 Período de reflexión y devolución de productos**

Las Empresas y Empresarios Independientes deberán ofrecer un período de reflexión que permita desistirse de una orden, dentro de un período de tiempo especificado siempre y cuando los productos se encuentren dentro de los estándares de aceptación de devoluciones de las Empresas.

El período de reflexión debe estar claramente establecido y se aplicará por igual a las ventas directas y a las ventas a distancia (es decir, por teléfono, correo u órdenes en línea).

#### **4.9 Garantía y Servicio post-venta**

Las condiciones de la garantía, detalles y limitaciones del servicio post-venta, el nombre y la dirección del fabricante, así como la duración de la garantía deben ser claramente explicados en la literatura que lo acompañe, o provisto con el producto, de acuerdo a las políticas comerciales de cada Empresa.

#### **4.10 Literatura**

La literatura promocional, publicidad o envíos por correo no contendrán descripción de producto alguno, afirmaciones o ilustraciones que sean confusas o inciertas y contendrán el nombre completo, número de teléfono y/o dirección de la Empresa.

#### **4.11 Testimonios**

Las Empresas y Empresarios Independientes no se referirán a testimonio alguno que no sea verdadero, esté obsoleto o de alguna manera sea inaplicable, no relacionado a su oferta o utilizado de modo que pueda confundir al consumidor.

#### **4.12 Comparación y difamación**

Los Empresarios Independientes se abstendrán de usar comparaciones que puedan confundir y/o 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. Las Empresas y Empresarios Independientes no deben difamar a Empresa alguna, a un producto directamente o en forma implícita. Los Empresarios Independientes no deben utilizar de manera desleal la marca o el símbolo de otra Empresa o producto.

#### **4.13 Respeto a la privacidad**

Los contactos personales o telefónicos serán hechos durante horas razonables para evitar intromisiones a la privacidad. Un Empresario Independiente debe suspender inmediatamente una demostración si así lo requiere el consumidor. Los Empresarios Independientes y las Empresas deben tomar las medidas adecuadas para garantizar la protección de toda la información privada provista por un consumidor, un consumidor potencial o un Empresario Independiente.

#### **4.14 Lealtad - Honestidad**

Los Empresarios Independientes no abusarán de la confianza de los consumidores, respetarán la falta de experiencia comercial de los mismos y no explotarán la avanzada edad de estos, su enfermedad, falta de entendimiento o desconocimiento del idioma.

#### **4.15 Entrega**

Las Empresas se asegurarán de que los productos solicitados en la orden de compra de los Empresarios Independientes se entreguen debidamente y en el tiempo pactado.

### **5. Observancia del Código**

#### **5.1 Responsabilidad de las Empresas**

La primera responsabilidad para la observancia de este Código recaerá sobre cada Empresa. En caso de cualquier violación al Código, las Empresas harán todo el esfuerzo posible para satisfacer el reclamo. Las Empresas establecerán, anunciarán e implementarán procedimientos para asegurar la resolución pronta de todos los reclamos.

En el caso de que algún consumidor presente un reclamo señalando que el Empresario Independiente, que le ofreció los productos o servicios de una Empresa, se ha conducido inapropiadamente durante el curso de la presentación del producto o servicios, la Empresa investigará enseguida el reclamo y tomará las medidas que considere apropiadas y necesarias bajo las circunstancias para rectificar los errores que según los hallazgos de su investigación se han cometido.

#### **5.2 Responsabilidad de CAPEVEDI**

CAPEVEDI designará una persona responsable para atender los reclamos y absolverlos, la cual deberá hacer un esfuerzo razonable para solucionar el reclamo planteado.

#### **5.3 Responsabilidad del Administrador del Código de Ética**

El Administrador del Código de Ética deberá velar por el cumplimiento del Código por las Empresas asociadas y resolver los reclamos derivados del incumplimiento del mismo. El Administrador tiene el poder para aplicar las soluciones que considere apropiadas y las compañías miembros de la CAPEVEDI están obligadas a cumplir las decisiones del Administrador

#### **5.4 Acciones**

Las acciones que deberán ser aplicadas por las Empresas, CAPEVEDI o por el Administrador del Código de Ética pueden incluir cancelaciones de órdenes, devolución de productos, devolución de pagos u otras acciones apropiadas, incluyendo avisos de advertencia a los Empresarios Independientes, terminación de la relación comercial de los Empresarios Independientes con la Empresa, aviso de advertencia a las Empresas, exclusión de las Empresas como miembros de CAPEVEDI y la publicación de las acciones que se realicen y las sanciones que se decida aplicar.

## 5.5 Atención de reclamos

Las Empresas, CAPEVEDI y el Administrador del Código de Ética establecerán procedimientos para la adecuada atención de reclamos y para que estos sean atendidos en breve plazo y las decisiones con relación a la solución de los mismos sean tomadas dentro de un tiempo razonable. La atención de los reclamos será gratuita.

## 5.6 Publicación

CAPEVEDI, las Empresas y los Empresarios Independientes publicarán este Código y lo harán conocer de la manera más amplia posible. Las publicaciones serán distribuidas gratuitamente.

Como mínimo, las Empresas deben tomar una de las siguientes medidas:

- i. Incluir en el sitio web de la Empresa el Código de Ética de la CAPEVEDI, explicando paso a paso cómo se debe presentar un reclamo
- ii. Incluir un enlace entre el sitio web de la Empresa y la página web del Código de Ética de la CAPEVEDI.
- iii. Incluir el Código de Ética de la Empresa en su sitio web y su procedimiento para ingresar un reclamo así como la explicación de cómo presentar una apelación al Administrador del Código, en caso que el reclamante no esté satisfecho con la solución obtenida bajo el código de la Empresa.

Una copia completa del Código de Ética de la CAPEVEDI se puede solicitar a esta Cámara vía correo electrónico al mail [contacto@capevedi.com](mailto:contacto@capevedi.com)

## PROCEDIMIENTO PARA PRESENTAR UN RECLAMO:

Si Ud. tiene algún reclamo hacia una Empresa de venta directa, que es asociada a la CAPEVEDI, por cualquier práctica comercial que Ud. considera como una posible violación al Código de Ética de la CAPEVEDI, recomendamos las siguientes acciones:

- Contacte al Empresario Independiente inmediatamente y explíquese su preocupación.
- Si el Empresario Independiente no puede o no soluciona el problema a su satisfacción, llame o escriba a la empresa y explique la situación.
- Si la empresa no puede o no soluciona su reclamo comuníquese con la CAPEVEDI

Si quiere presentar un reclamo por escrito, debe incluir la siguiente información:

- La fecha y detalle del incidente.
- Las partes involucradas.
- Si fuera posible, precise qué parte del Código considera se ha violado.
- Los esfuerzos que ha hecho para resolver el tema.
- El estado actual del reclamo.
- Cómo desearía que el reclamo sea resuelto o solucionado.

Este procedimiento es aplicable a las Empresas de venta directa y los Empresarios Independientes en lo que corresponda.

Envíe su reclamo a: [contacto@capevedi.com](mailto:contacto@capevedi.com) & [aalcantara@osterlingfirm.com](mailto:aalcantara@osterlingfirm.com)