

Código de Conduta



CÓDIGO DE CONDUTA DIANTE DOS VENDEDORES DIRETOS E ENTRE EMPRESAS

(Texto em conformidade com as deliberações da Assembléia Geral da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas - ABEVD realizada em 29.04.2005)

1. GERAL

1.1 Objetivo

O Código de Conduta de Venda Direta Diante dos Vendedores Diretos e entre Empresas (doravante referido como Código) é publicado pela Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD), de acordo com o modelo proposto pela World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) para seus membros, as Associações Nacionais de Venda Direta. Diz respeito às relações das empresas de venda direta com os vendedores diretos e das empresas de venda direta entre si. O Código destina-se à proteção dos vendedores diretos, à promoção da concorrência leal, respeitando a livre iniciativa, à disseminação da imagem pública da venda direta e à percepção pela sociedade da atividade de venda direta como oportunidade de trabalho e geração de renda.

1.2 Glossário de termos

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

Venda direta: A comercialização de bens e serviços de consumo diretamente aos consumidores, em suas residências ou nas de outros, em seus locais de trabalho e em outros locais fora de estabelecimentos comerciais, usualmente através de explicações ou demonstrações dos bens e serviços por um vendedor direto.

ABEVD: é a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, que representa os interesses do setor de venda direta no Brasil.

Empresa: é a entidade de negócios que utiliza vendedores diretos para comercialização de produtos associados a sua marca registrada ou a outros símbolos de identificação, e que é afiliada à ABEVD.

Vendedor direto: é uma pessoa que participa do sistema de distribuição de uma empresa de venda direta sem manter com essa empresa relação de emprego. O vendedor direto pode ser revendedor autônomo, agente comercial independente, representante comercial, distribuidor, franqueado, contratado por empreitada ou similar.

Produtos: incluem bens e serviços, tangíveis ou intangíveis.

Recrutamento: qualquer atividade conduzida com o objetivo de estabelecer uma pessoa como vendedor direto.

Administrador do Código: pessoa ou organismo independente nomeado pela ABEVD para orientar as empresas associadas no cumprimento do Código de Conduta, solucionando as reclamações e conflitos relacionados às disposições do Código.

1.3 Associação

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

1.4 Empresas

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

1.5 Vendedores Diretos

Vendedores diretos não estão vinculados ao Código diretamente, mas devem ser incentivados pelas empresas a aderir a ele ou a normas de conduta que estejam de acordo com seus padrões.

1.6 Auto-regulamentação

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

1.7 Legislação

Assume-se que empresas e vendedores diretos cumpram os requisitos legais e, portanto, este Código não reproduz todas as obrigações legais aplicáveis à atividade de venda direta.

1.8 Padrões

O Código estabelece padrões de comportamento ético para as empresas e para os vendedores diretos. Recomenda-se que o Código seja divulgado pelo sistema.

1.9 Extraterritorialidade

As disposições deste Código aplicam-se às atividades de venda direta desenvolvidas pela empresa fora do território brasileiro, salvo na hipótese dessas atividades ocorrerem no território de jurisdição de uma associação nacional de empresas de vendas diretas de um outro país, à qual a empresa também esteja associada e a cujo Código se encontre vinculada.

2. CONDUTA DIANTE DO VENDEDOR DIRETO

2.1 Concordância dos vendedores diretos

As empresas devem recomendar e estimular os vendedores diretos a cumprir este Código e regras de conduta que obedecem a seus padrões.

2.2 Recrutamento

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

2.3 Informações Negociais

As empresas devem dar a seus vendedores diretos, assim como a seus potenciais vendedores diretos, informações negociais completas, claras e precisas. As empresas não devem fazer quaisquer afirmações que não possam ser verificadas ou promessas que não possam ser cumpridas. As empresas não devem apresentar vantagens acerca de oportunidades de venda de maneira falsa ou enganosa. Em cumprimento à legislação, as empresas não determinarão aos vendedores diretos preço de revenda de seus produtos. Os vendedores diretos são livres na determinação das suas próprias práticas negociais.

2.4 Alegações sobre ganhos

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

2.5 Relacionamento com vendedores diretos

Empresas devem firmar com os vendedores diretos um documento de acordo contendo as condições essenciais sobre o seu relacionamento comercial. As empresas informarão os vendedores diretos sobre suas obrigações legais, inclusive licenças, registros e tributos. As empresas poderão adotar práticas de fidelização dos vendedores diretos desde que não impliquem configuração de pessoalidade, subordinação ou exclusividade.

2.6 Obrigações financeiras

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

2.7 Término do relacionamento

Por ocasião do término do relacionamento com o vendedor direto, as empresas aceitarão devolução de mercadorias não vendidas, porém comercializáveis, acompanhadas da devida documentação fiscal. Poderão ser deduzidas pelas empresas exclusivamente as despesas financeiras, de transporte e de incentivos correspondentes.

2.8 Estoque

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

2.9 Lucros e Extratos

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

2.10 Educação e Treinamento

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

3. CONDUTA ENTRE EMPRESAS

3.1 Princípio

A empresa associada à ABEVD é solicitada a se conduzir lealmente com respeito às demais associadas.

3.2 Atração

Empresas e vendedores diretos não devem desenvolver ações abusivas e inadequadas de atração de vendedores diretos relacionados a outras empresas.

3.3 Denegrimento

Empresas não denegrirão nem aprovarão de forma alguma que seus vendedores diretos denigrem produtos, planos comerciais e mercadológicos ou qualquer característica de outra empresa.

4. CUMPRIMENTO DO CÓDIGO

4.1 Responsabilidades da empresa

A responsabilidade primária na observância deste Código é de cada empresa. No caso de infração ao Código, a empresa deve fazer todo o possível para satisfazer o reclamante.

4.2 Responsabilidade da ABEVD

A ABEVD deve providenciar uma pessoa responsável pelo processamento das reclamações. Essa pessoa deve se aplicar ao máximo para assegurar que as reclamações sejam resolvidas.

4.3 Administrador do Código

A ABEVD deve nomear uma pessoa ou organismo independente para ser o Administrador do Código. O Administrador deverá acompanhar as empresas na observância do Código e tomar as medidas apropriadas às suas atribuições. O Administrador do Código deverá resolver quaisquer reclamações pendentes fundadas em infração a este Código.

4.4 Ações

As ações a serem determinadas pelo Administrador do Código em relação a uma empresa, atendendo a reclamações de vendedores diretos contra atos que infrinjam este Código, podem incluir: término do contrato ou da relação do vendedor direto com a empresa, reembolso de pagamentos, divulgação de advertência à empresa ou a vendedores diretos, além de outras medidas comerciais e administrativas apropriadas, e a publicação destas ações.

4.5 Atendimento a reclamações

Empresas, ABEVD e Administrador do Código devem estabelecer procedimentos para receber e gerenciar as reclamações, assegurando que sejam processadas rapidamente e que as decisões sejam tomadas dentro de um prazo razoável.

4.6 Reclamações de empresas

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

4.7 Publicação

A ABEVD e as empresas deverão publicar o Código e torná-lo o mais conhecido possível. Cópias devem ser distribuídas gratuitamente.

CÓDIGO DE CONDUTA DIANTE DOS CONSUMIDORES

(Texto em conformidade com as deliberações da Assembléia Geral da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas - ABEVD realizada em 29.04.2005)

1. GERAL

1.1 Objetivo

O Código de Conduta de Venda Direta Diante dos Consumidores (doravante referido como Código), é publicado pela Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (ABEVD) de acordo com o modelo proposto pela World Federation of Direct Selling Associations (WFDSA) para os seus membros, as Associações Nacionais de Venda Direta. Diz respeito às relações entre empresas de venda direta e vendedores diretos, por um lado, e consumidores, pelo outro. O Código destina-se à satisfação e proteção dos consumidores, à promoção da concorrência leal, respeitando a livre iniciativa, e à disseminação da imagem pública da venda direta.

1.2 Glossário de termos

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

Venda direta: A comercialização de bens e serviços de consumo diretamente aos consumidores, em suas residências ou nas de outros, em seus locais de trabalho e em outros locais fora de estabelecimentos comerciais, usualmente através de explicações ou demonstrações dos bens e serviços por um vendedor direto.

ABEVD: é a Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas, que representa os interesses do setor de venda direta no Brasil.

Empresa: é a entidade de negócios que utiliza vendedores diretos para comercialização de produtos associados a sua marca registrada ou a outros símbolos de identificação, e que é afiliada à ABEVD.

Vendedor direto: é uma pessoa que participa do sistema de distribuição de uma empresa de venda direta sem manter com essa empresa relação de emprego. O vendedor direto pode ser revendedor autônomo, agente comercial independente, representante comercial, distribuidor, franqueado, contratado por empreitada ou similar.

Produtos: incluem bens e serviços, tangíveis ou intangíveis.

Venda: inclui contatar potenciais consumidores, realizar apresentação e demonstração de produtos, receber e processar pedidos e efetuar entregas e cobranças.

Reunião com clientes (Party Selling): venda através de explicação e demonstração de produtos a potenciais consumidores por um vendedor direto, usualmente na casa de um anfitrião que convida outras pessoas para esse fim.

Formulários: inclui formulários de pedidos, recibos e contratos, impressos ou escritos.

Recrutamento: qualquer atividade conduzida com o objetivo de estabelecer uma pessoa como vendedor direto.

Administrador do Código: pessoa ou organismo independente nomeado pela ABEVD para orientar as empresas associadas no cumprimento do Código de Conduta, solucionando as reclamações e conflitos relacionados às disposições do Código.

1.3 Associação

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

1.4 Empresas

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

1.5 Vendedores Diretos

Vendedores diretos não estão vinculados ao Código diretamente, mas devem ser incentivados pelas empresas a aderir a ele ou a normas de conduta que estejam de acordo com seus padrões.

1.6 Auto-regulamentação

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

1.7 Legislação

Assume-se que empresas e vendedores diretos cumpram os requisitos legais e, portanto, este Código não reproduz todas as obrigações legais aplicáveis à atividade de venda direta.

1.8 Padrões

O Código estabelece padrões de comportamento ético para as empresas e para os vendedores diretos. Recomenda-se que o Código seja divulgado pelo sistema.

1.9 Extraterritorialidade

As disposições deste Código aplicam-se às atividades de venda direta desenvolvidas pela empresa fora do território brasileiro, salvo na hipótese dessas atividades ocorrerem no território de jurisdição de uma associação nacional de empresas de vendas diretas de um outro país, à qual a empresa também esteja associada e a cujo Código se encontre vinculada.

2. CONDUTA DIANTE DO CONSUMIDOR

2.1 Práticas Proibidas

Os vendedores diretos não devem utilizar práticas enganosas, desleais ou fraudulentas.

2.2 Identificação

A partir do início da apresentação de vendas, os vendedores diretos devem, mesmo sem ser solicitados, identificar-se diante do consumidor em potencial, identificando também os produtos e respectivas empresas e o objetivo de sua abordagem. Em reuniões com clientes, os vendedores diretos devem deixar claro o motivo da sua presença perante o anfitrião e os participantes.

2.3 Explicação e Demonstração

A explicação e demonstração do produto oferecido deve ser precisa e completa, em particular no que se refere a preço, prazo e termos de pagamento, prazo para devolução, termos de garantia e assistência após a venda e a entrega.

2.4 Respostas a perguntas

Vendedores diretos devem dar respostas precisas e claras a todas as perguntas dos consumidores em relação ao produto e às condições de venda.

2.5 Comprovação do pedido

O comprovante de um pedido deve ser redigido e entregue ao cliente na hora da venda e nele devem estar identificados o vendedor direto e a empresa responsável pelo produto comercializado, com o nome completo, endereço permanente e número de telefone da empresa ou do vendedor direto, e registradas as condições comerciais da venda. Todos os termos devem estar legíveis.

2.6 Promessas verbais

Os vendedores diretos só podem apresentar características e finalidades relacionadas ao produto que tenham sido estipuladas pela empresa responsável.

2.7 Prazos de validade para devolução de mercadorias

Empresas e vendedores diretos deverão certificar-se de que os pedidos contenham - seja legalmente necessário ou não - condição que permita ao consumidor desistir do pedido dentro de um certo prazo e de obter o reembolso de qualquer pagamento ou troca dos produtos. Empresas e vendedores diretos que ofereçam direito de devolução incondicional devem fazê-lo por escrito.

2.8 Garantia e serviço após a venda

Termos de garantia, detalhes e limitações de serviço após a venda, nome e endereço da entidade que oferece garantia, duração da garantia e das ações corretivas à escolha do comprador, devem ser claramente especificados por ocasião do pedido ou nos impressos relacionados ao produto.

2.9 Impressos

Literatura promocional, anúncios ou peças de mala direta não devem conter quaisquer descrições de produtos, assertivas, características ou ilustrações que sejam enganosas ou de interpretação dúbia, e devem conter o nome completo e endereço da empresa ou do vendedor direto.

2.10 Testemunhos

Empresas e vendedores diretos não podem divulgar testemunhos ou endossos que não tenham sido autorizados, falsos, obsoletos ou de outro modo não mais aplicáveis, não relacionados com o que está sendo oferecido ou, de qualquer forma, passíveis de dar uma idéia errônea ao consumidor.

2.11 Comparação e denegrimento

Empresas e vendedores diretos devem evitar o uso de comparações que possam vir a dar impressão diferente da realidade ou que sejam incompatíveis com as regras da concorrência leal. Pontos de comparação não devem ser selecionados de maneira desleal e devem ser baseados em fatos que possam vir a ser comprovados. Empresas e vendedores diretos não devem denegrir outras empresas ou produtos diretamente ou por alusão. Empresas e vendedores diretos não devem buscar vantagens sobre o prestígio de marcas associado ao nome ou símbolos de outras empresas e produtos.

2.12 Respeito à privacidade

Contatos pessoais ou telefônicos devem ser feitos de forma razoável e em horários adequados, de modo a evitar intrusão na vida particular das pessoas. Um vendedor direto deve interromper imediatamente uma demonstração ou apresentação de vendas no momento em que essa interrupção seja solicitada pelo consumidor.

2.13 Decência e respeito

Vendedores diretos não devem abusar da confiança de consumidores individuais. Devem respeitar eventual falta de experiência comercial dos consumidores e não explorar a falta de argumentação, pouco

conhecimento de linguagem ou qualquer outra fragilidade dos consumidores.

2.14 Indicações

Empresas e vendedores diretos não devem induzir o consumidor a adquirir bens ou serviços com base na perspectiva de obtenção, pelo consumidor, de descontos no preço de aquisição ou outros benefícios vinculados à indicação de outros clientes, caso tais descontos ou benefícios estejam associados a eventos futuros e incertos.

2.15 Entrega

Empresas e vendedores diretos devem assegurar que o pedido do cliente seja atendido de forma correta, integralmente e no prazo previsto.

3. CUMPRIMENTO DO CÓDIGO

3.1 Responsabilidades da empresa

A responsabilidade primária na observância deste Código é de cada empresa. No caso de infração ao Código, a empresa deve fazer todo o possível para satisfazer o reclamante.

3.2 Responsabilidade da ABEVD

A ABEVD deve providenciar uma pessoa responsável pelo processamento das reclamações. Essa pessoa deve se aplicar ao máximo para assegurar que as reclamações sejam resolvidas.

3.3 Administrador do Código

A ABEVD deve nomear uma pessoa ou organismo independente para ser o Administrador do Código. O Administrador deverá acompanhar as empresas na observância do Código e tomar as medidas apropriadas às suas atribuições. O Administrador do Código deverá resolver quaisquer reclamações pendentes fundadas em infração a este Código.

3.4 Ações

As empresas, a ABEVD ou o Administrador do Código podem estabelecer ações que incluam: cancelamento de pedidos, devolução de mercadorias, reembolso de pagamentos ou outras ações pertinentes, incluindo advertência, cancelamento ou fim do contrato do vendedor direto e de qualquer relação sua com a empresa, advertência às empresas, exclusão de empresas como membros da ABEVD e a publicação destas ações.

3.5 Atendimento a reclamações

Empresas, ABEVD e Administrador do Código devem estabelecer procedimentos para receber e gerenciar as reclamações, assegurando que sejam processadas rapidamente, sem nenhum custo ao consumidor, e que as decisões sejam tomadas dentro de um prazo razoável.

3.6 Publicação

A ABEVD e as empresas deverão publicar o Código e torná-lo o mais conhecido possível. Cópias devem ser distribuídas gratuitamente.

(São Paulo, 29.04.2005)



Associação Brasileira de
Empresas de Vendas Diretas

www.abevd.org.br