

CÓDIGOS EUROPEUS DE CONDUTA PARA VENDA DIRETA

Adotados em 1995
Revistos em 1999, 2000, 2004, 2011 e 2015

PREFÁCIO

As Associações Nacionais de Venda Direta (AVDs) podem utilizar e publicar os Códigos Europeus de Conduta de Venda Direta para consumidores e os Códigos Europeus de Conduta de Venda Direta para Agentes de Venda Direta, entre Agentes de Venda Direta e entre Empresas por separado e com um modo diferente de distribuição se necessário.

As AVDs também podem combinar os dois códigos e utilizá-los e publicá-los como entidade única.

CÓDIGO EUROPEU DE CONDUTA DE VENDA DIRETA PARA CONSUMIDORES

1. GERAL

1.1 Âmbito

O Código Europeu de Conduta de Venda Direta para Consumidores (doravante designado por “Código”) é publicado pela Seldia para as suas AVDs membros. O Código diz respeito às relações entre empresas de venda direta e Agentes de Venda Direta por um lado e consumidores por outro lado. O Código visa alcançar a satisfação e proteção dos consumidores, a promoção da competição justa no quadro da livre iniciativa, e o reforço da imagem pública da venda direta, que passa por vender produtos de qualidade em termos e condições justas para os consumidores.

1.2 Glossário de termos

Para efeitos deste Código:

- (1) ‘venda direta’ significa qualquer método de venda baseado na explicação ou demonstração de produtos a um consumidor por um vendedor, doravante designado por ‘Agente de Venda Direta’, fora das instalações comerciais, tipicamente em casa do consumidor, em casa de outro consumidor ou no local de trabalho do consumidor.
- (2) ‘Consumidor’ significa qualquer pessoa singular que compre produtos com fins que possam ser considerados externos ao seu ofício, negócio ou profissão.
- (3) ‘Associação de Venda Direta (AVD)’ significa qualquer associação nacional de empresas de venda direta que represente o sector da venda direta num país europeu e que seja membro da Seldia.

- (4) ‘Empresa de venda direta’ ou ‘Empresa’ significa qualquer entidade comercial que comercialize produtos associados à sua marca comercial ou marca de serviço ou símbolo identificador através de um sistema de distribuição baseado na venda direta e que seja membro de uma AVD.
- (5) ‘Sistema de distribuição’ significa qualquer organização e método concebidos para comercializar produtos.
- (6) ‘Agente de Venda Direta’ significa qualquer pessoa singular ou coletiva que seja membro do sistema de distribuição de uma empresa de venda direta e que venda, facilite ou apoie a venda de produtos daquela empresa fora das instalações comerciais, tipicamente em casa do consumidor, em casa de outro consumidor ou no local de trabalho do consumidor.
- (7) ‘Produto’ significa quaisquer bens, tangíveis ou intangíveis, ou serviço.
- (8) ‘Venda em reuniões’ significa venda direta a um grupo de consumidores convidados por um anfitrião para esse efeito.
- (9) ‘Nota de encomenda’ significa qualquer documento utilizado para encomendar produtos.
- (10) ‘Recrutamento’ significa qualquer atividade levada a cabo com o objetivo de dar a uma pessoa a oportunidade de se tornar um Agente de Venda Direta.
- (11) ‘Administrador do Código’ significa uma pessoa ou órgão independente nomeada por uma AVD para vigiar o cumprimento pelas empresas-membros do código da AVD e para resolver reclamações ao abrigo do Código.

1.3 Associações

Todas as AVDs prometem adotar um código de conduta que inclua na substância as disposições do Código, como condição para a sua admissão e continuação de associada à Seldia.

1.4 Empresas

Cada empresa membro da AVD promete seguir o Código como condição para a admissão e continuação de associada à AVD. Cada empresa membro da AVD terá a obrigação de promover em público a sua afiliação à AVD e aos códigos nacionais.

1.5 Agentes de Venda Direta

Os Agentes de Venda Direta não são diretamente vinculados pelo Código, mas as suas empresas exigirão que adiram a eles ou às regras de conduta que cumpram as suas normas como condição para serem membros dos sistemas de distribuição das empresas.

1.6 Autorregulação

O Código é uma medida de autorregulação do sector da venda direta. Não é uma lei, e as suas obrigações podem exigir um nível de comportamento ético que ultrapasse os requisitos legais existentes. O incumprimento não gera qualquer responsabilidade civil jurídica. Ao deixar de ser membro de uma AVD, uma empresa deixa de estar vinculada pelo Código, cujas disposições permanecem aplicáveis aos acontecimentos ou transações que ocorram durante o tempo em que a empresa foi membro da AVD.

1.7 Legislação

É pressuposto que as Empresas e Agentes de Venda Direta cumpram os requisitos da lei e por isso o Código não reitera todas as obrigações legais.

1.8 Critérios

O Código contém critérios de comportamento ético para empresas de venda direta e Agentes de Venda Direta. As AVDs podem fazer variar estes critérios desde que mantenham a substância do Código ou o que for exigido pela lei nacional.

Recomenda-se que o Código seja utilizado como prova dos critérios do sector.

1.9 Efeito extra-territorial

Cada AVD promete que exigirá a cada membro como condição para a admissão e permanência à AVD que obedeça: aos Códigos Nacionais quando a EVD for membro de uma AVD nacional; os Códigos Europeus quando no EEE a EVD não for membro de uma AVD nacional; o Código Mundial quando, fora do EEE, a EVD não for membro de uma AVD nacional.

2. CONDUTA PARA CONSUMIDORES

2.1 Práticas proibidas

Os Agentes de Venda Direta não utilizarão práticas de vendas enganosas, ambíguas ou injustas.

2.2 Identificação e Demonstração

Desde o contacto inicial com um consumidor, os Agentes de Venda Direta identificar-se-ão e à sua empresa e explicarão o propósito da sua abordagem. Na venda em reunião, os Agentes de Venda Direta tornarão o propósito da ocasião claro para o anfitrião e os participantes. Antes da conclusão da venda, os Agentes de Venda Direta darão uma explicação e/ou uma demonstração do produto, bem como a informação exigida por lei.

2.3 Respostas a perguntas

Os Agentes de Venda Direta darão respostas precisas e compreensíveis a todas as perguntas dos consumidores sobre o produto e a oferta.

2.4 Nota de encomenda

Uma nota de encomenda será entregue ao consumidor no momento da venda, o qual identificará a empresa e o Agente de Venda Direta e fornecerá ao consumidor todos os pormenores de contacto da empresa e, se aplicável, o Agente de Venda Direta e todos os termos materiais da venda (correspondente a 2.2).

2.5 Promessas verbais

Os Agentes de Venda Direta apenas farão promessas verbais relativas ao produto que sejam autorizadas pela empresa.

2.6 Direito de desistência e Devolução de produtos

As Empresas e Agentes de Venda Direta assegurar-se-ão de que qualquer nota de encomenda prevê um direito de desistência durante um período que seja pelo menos o exigido por lei, incluindo o direito a obter o reembolso de qualquer pagamento ou bens comercializados; ou informa o consumidor da ausência de direitos de desistência. As Empresas e Agentes de Venda Direta que oferecem um direito incondicional de devolução, devem fazê-lo por escrito.

2.7 Garantia e Serviço pós-venda

Os termos de qualquer garantia ou segurança, pormenores e validade do serviço pós-venda, o nome e a morada do fiador, a duração da garantia e as medidas corretivas à disposição do comprador serão claramente indicadas na nota de encomenda ou em qualquer outra documentação que acompanhe ou seja fornecida com o produto.

2.8 Publicações Informativas

A documentação ou correspondência promocional não conterà quaisquer descrições, afirmações ou ilustrações do produto que sejam enganosas ou ambíguas. Conterà o nome e a morada ou número de telefone da empresa e pode incluir o número de telefone do Agente de Venda Direta. Também obedecerá ao presente Código e às regras de comercialização para crianças e jovens, em particular das da Diretiva das Práticas Comerciais Injustas e da Diretiva dos Serviços de Comunicação Audiovisual.

2.9 Testemunhos

As Empresas e Agentes de Venda Direta não mencionarão qualquer testemunho ou aval que não seja autorizado e verdadeiro, que seja obsoleto ou já não seja aplicável, não esteja relacionada com a oferta ou seja utilizado de forma que provavelmente induza em erro o consumidor.

2.10 Comparação e Difamação

As Empresas e Agentes de Venda Direta abster-se-ão de utilizar comparações que sejam provavelmente enganosas ou que sejam incompatíveis com os princípios da concorrência leal. As comparações só serão feitas de acordo com as disposições sobre publicidade comparativa disposta na Diretiva 2006/114/CE sobre publicidade enganosa e comparativa. As Empresas e Agentes de Venda Direta não denegrirão qualquer firma ou produto de forma direta ou implícita. As Empresas e Agentes de Venda Direta não aproveitarão de forma injusta o *goodwill* associado à designação comercial e ao símbolo de outra firma ou produto.

2.11 Respeito pela privacidade

Os contactos pessoais, telefónicos ou eletrónicos serão feitos de forma razoável e a horas convenientes para evitar intrusões, e de acordo com a legislação nacional relevante, se aplicável. Um Agente de Venda Direta deve suspender uma demonstração ou apresentação comercial a pedido do consumidor. As Empresas e Agentes de Venda Direta tomarão as medidas adequadas para garantir a proteção de toda a informação privada fornecida pelos consumidores ou potenciais clientes.

As oportunidades de negócio das empresas estão abertas a distribuidores potenciais sem discriminação de género, raça, étnia, religião ou espiritual ou opinião política.

As Empresas proibirão por escrito qualquer tipo de mistura entre o negócio e um ou mais dos supracitados elementos da vida privada.

2.12 Equidade

Os Agentes de Venda Direta não abusarão da confiança dos consumidores, respeitarão a falta de experiência comercial dos consumidores e não explorarão a idade, doença, debilidade mental ou física, credulidade, falta de compreensão ou desconhecimento linguístico do consumidor.

2.13 Venda por indicação

As Empresas e Agentes de Venda Direta não induzirão um consumidor a comprar produtos com base na afirmação de que um consumidor pode reduzir ou recuperar o preço de compra recomendando outros consumidores para compras semelhantes, se essas reduções ou recuperação forem dependentes de um acontecimento futuro incerto.

2.14 Cumprimento

Qualquer encomenda será processada tão depressa quanto possível e, em qualquer caso, num prazo de 30 dias a partir do dia seguinte em que o consumidor assina a encomenda, salvo acordo contrário entre as partes.

Os consumidores serão informados se as empresas ou Agentes de Venda Direta forem incapazes de cumprir a sua parte do contrato por motivo de indisponibilidade dos produtos encomendados.

3. CUMPRIMENTO DO CÓDIGO

3.1 Responsabilidade das Empresas

A responsabilidade primária pelo cumprimento do Código caberá a cada empresa. Em caso de qualquer incumprimento do Código, as empresas farão todos os esforços razoáveis para satisfazer o queixoso.

Cada empresa membro, ou em vias de se tornar membro, terá de nomear um Responsável pelo Código da AVD. O Responsável pelo Código tem a responsabilidade de incentivar o cumprimento do Código pela sua empresa e por responder a perguntas do Administrador de Código da AVD. Ele também servirá de contacto primário na empresa para comunicar os princípios do Código de Ética da AVD aos seus Agentes de Venda Direta, colaboradores, consumidores e público em geral.

3.2 Responsabilidade das AVDs

As AVDs devem nomear uma pessoa responsável pelo tratamento de reclamações. As AVDs farão todos os esforços razoáveis para garantir a resolução das reclamações.

3.3 Administrador de Código Nacional

Cada AVD deve nomear uma pessoa ou entidade independente como Administrador de Código. O Administrador de Código vigiará o cumprimento do Código pelas empresas através de ações adequadas. O Administrador de Código resolverá qualquer reclamação pendente dos consumidores baseada em incumprimentos do Código e elaborará um relatório anual sobre o funcionamento do Código.

3.4 Ações

As ações a serem determinadas pelas empresas, AVDs ou Administradores de Código podem incluir o cancelamento de encomendas, devolução de bens comprados, reembolso de pagamento ou outras ações adequadas, incluindo avisos a Agentes de Venda Direta, cancelamento ou rescisão de contratos de Agentes de Venda Direta ou outras relações com a empresa, avisos a empresas, exclusão de empresas de serem membros da AVD, e a publicação dessas ações e sanções.

3.5 Tratamento de Reclamações

As Empresas, AVDs e Administradores de Código estabelecerão procedimentos de tratamento de Reclamações e garantirão que a receção de qualquer reclamação é confirmada num prazo curto e que as decisões são tomadas num prazo razoável. O processo de tratamento de reclamações será gratuita para o consumidor.

3.6 Publicação

As AVDs publicarão o Código e divulgá-lo-ão o mais amplamente possível. Exemplares impressos serão disponibilizados gratuitamente ao público.

3.7 Administrador de Código Europeu

É criado um Administrador de Código Europeu. O Administrador de Código Europeu consiste numa comissão de quatro membros. Três deles são do sector da venda direta e são nomeados pelo Conselho da Seldia. O quarto membro, também designado pelo Conselho da Seldia e com funções de presidente, é independente do sector. O Diretor Executivo da Seldia é, por inerência, secretário do Administrador de Código.

O Administrador de Código Europeu pode levar a cabo uma das ações mencionadas no próximo parágrafo quando o consumidor tiver residência num Estado-membro do EEE ou quando uma empresa ou vendedor direto tiver atividade num dos países do EEE.

O Administrador de Código Europeu pode

- (i) receber e resolver reclamações das partes interessadas (consumidores, Agentes de Venda Direta, empresas de venda direta, Associações de Consumidores, etc.) de um dos países do EEE sem uma AVD membro da Seldia que envolvam uma empresa de venda direta membro da Seldia ou uma AVD membro da Seldia

- (ii) receber e resolver reclamações das partes interessadas relacionadas com transações transfronteiriças e que envolvam uma empresa de venda direta membro da Seldia ou uma AVD membro da Seldia de um dos países do EEE
- (iii) receber e resolver reclamações de AVDs membros da Seldia num dos países do EEE que envolvam uma empresa de venda direta membro da Seldia e
- (iv) receber reclamações de AVDs membros da Seldia de um dos países do EEE que envolvam empresas de venda direta membros da WFDSA, Conselho de CEO da WFDSA ou AVDs que não sejam membros da Seldia com o objetivo de mediar com essas empresas de venda direta, a WFDSA e a AVD em causa.

3.8. Procedimentos (ou em anexo)

1. Recolha de Informação

Quando, na resposta a uma reclamação, for necessário recolher mais informação para determinar os elementos factuais e das regras relativas ao caso, o Administrador de Código informará a empresa afetada sobre a reclamação e a identidade do queixoso.

O Administrador de Código pode pedir à EVD e ao queixoso que forneçam mais informação.

Após analisar os factos e à luz das regras estabelecidas neste Código, o Administrador de Código decidirá, num prazo de três meses após receção da reclamação, se devem ser tomadas mais ações.

2. Procedimentos

Se o Administrador de Código considerar que pode haver uma infração ao Código, dirige um pedido à empresa afetada, solicitando-lhe que apresente os seus comentários no prazo de um mês.

A empresa tem de tomar, no prazo de um mês, uma posição sobre os elementos factuais e do Código em que o Administrador de Código baseou a sua decisão de abrir um procedimento.

À luz da resposta ou ausência de resposta da empresa o Administrador de Código pode decidir emitir uma opinião, indicando clara e definitivamente os motivos por que considera que houve incumprimento do Código da Seldia e exortando a empresa a cumprir o Código num prazo de 3 meses.

O Conselho da Seldia pode decidir tornar a opinião pública, sob proposta do presidente do Administrador de Código após recomendação para esse efeito por parte do Administrador de Código.



A.GERAL

A.a. Introdução

O Código Europeu De Conduta de Venda Direta para Agentes de Venda Direta, entre Agentes de Venda Direta e entre Empresas (doravante designado por “Código”) é publicado pela Seldia para as suas AVDs membros. O Código diz respeito às relações entre empresas de venda direta e Agentes de Venda Direta, entre Agentes de Venda Direta, e entre empresas de venda direta. O Código visa a proteção dos Agentes de Venda Direta, a promoção da competição justa no quadro da livre iniciativa, a representação ética da oportunidade de lucro do setor de venda direta e o reforço da imagem pública da venda direta, que passa por vender produtos de qualidade em termos e condições justas para os consumidores.

A.b. Glossário de termos

Para efeitos deste Código:

- (1) ‘venda direta’ significa qualquer método de venda baseado na explicação ou demonstração de produtos a um consumidor por um vendedor, doravante designado por ‘Agente de Venda Direta’, fora das instalações comerciais, tipicamente em casa do consumidor, em casa de outro consumidor ou no local de trabalho do consumidor.
- (2) ‘consumidor’ significa qualquer pessoa singular que compre produtos com fins que possam ser considerados externos ao seu ofício, negócio ou profissão.
- (3) ‘Associação de Venda Direta (AVD)’ significa qualquer associação nacional de empresas de venda direta que represente o sector da venda direta num país europeu e que seja membro da Seldia.
- (4) ‘Empresa de venda direta’ ou ‘Empresa’ significa qualquer entidade comercial que comercialize produtos associados à sua marca comercial ou marca de serviço ou símbolo identificador através de um sistema de distribuição baseado na venda direta e que seja membro de uma AVD.
- (5) ‘sistema de distribuição’ significa qualquer organização e métodos concebidos para comercializar produtos.
- (6) ‘Agente de Venda Direta’ significa qualquer pessoa singular ou coletiva que seja membro do sistema de distribuição de uma empresa de venda direta e que venda, facilite ou apoie a venda de produtos daquela empresa fora das instalações comerciais, tipicamente em casa do consumidor, em casa de outro consumidor ou no local de trabalho do consumidor.
- (5) ‘Rendimentos’ significa qualquer rendimento obtido por um Agente de Venda Direta. Os rendimentos podem ter a forma de comissões, margens comerciais, pagamentos fixos, excedentes, recompensas, bónus ou outras formas.
- (6) ‘produto’ significa quaisquer bens, tangíveis ou intangíveis, ou serviço com vista a venda a consumidores.

- (7) 'Material Promocional' significa qualquer bem ou serviço concebido para ajudar os Agentes de Venda Direta a realizar e desenvolver o seu negócio e que
- (i) Se destine a venda a Agentes de Venda Direta ou a ser-lhes fornecido gratuitamente; e
 - (ii) Não se destine a revenda a consumidores.
- (8) 'Taxa' significa
- (i) qualquer pagamento em dinheiro; ou
 - (ii) qualquer pagamento pela compra de material promocional;
- quando este pagamento for exigido a um Agente de Venda Direta ao entrar no sistema de distribuição de uma empresa de venda direta ou, periodicamente, como a condição para a permanência nesse sistema de distribuição.
- (9) 'recrutamento' significa qualquer atividade levada a cabo com o objetivo de dar a uma pessoa a oportunidade de se tornar um Agente de Venda Direta.
- (10) 'administrador de Código' significa uma pessoa ou órgão independente nomeada por uma AVD para vigiar o cumprimento pelas empresas-membros do código da AVD e para resolver reclamações ao abrigo do Código.

A.c Associações

Cada AVD nacional promete adotar um código de conduta que inclua na substância as disposições do Código, como condição para a admissão e manutenção da condição de Associado à Seldia.

A.d Empresas

Cada empresa membro da AVD promete seguir o Código como condição para a admissão e permanência como associado à AVD. Cada empresa membro da AVD terá a obrigação de promover em público a sua afiliação à AVD e aos códigos nacionais.

A.e Agentes de Venda Direta

Os Agentes de Venda Direta não são diretamente vinculados pelo Código, mas as suas empresas exigirão que adiram a eles ou às regras de conduta que cumpram as suas normas como condição para serem membros dos sistemas de distribuição das empresas.

A.f Autorregulação

O Código é uma medida de autorregulação do sector da venda direta. Não é uma lei, e as suas obrigações podem exigir um nível de comportamento ético que ultrapasse os requisitos legais existentes. O incumprimento não gera qualquer responsabilidade civil jurídica. Ao deixar de ser membro de uma AVD, uma empresa deixa de estar vinculada pelo Código, cujas disposições permanecem aplicáveis aos acontecimentos ou transações que ocorram durante o tempo em que a empresa foi membro da AVD.

A.g Legislação

Espera-se que as Empresas e Agentes de Venda Direta cumpram os requisitos da lei e por isso o Código não reitera todas as obrigações legais.

A.h Critérios

O Código contém critérios de comportamento ético para empresas de venda direta e Agentes de Venda Direta. As AVDs podem fazer variar estas normas desde que mantenham a substância do Código ou o que for exigido pela lei nacional.

Recomenda-se que o Código seja utilizado como prova dos critérios do sector.

A.i Efeito extra-territorial

Cada AVD promete que exigirá a cada membro como condição para a admissão e permanência como associado à AVD que obedeça: aos Códigos Nacionais quando a EVD for membro de uma AVD nacional; os Códigos Europeus quando no EEE a EVD não for membro de uma AVD nacional; o Código Mundial quando, fora do EEE, a EVD não for membro de uma AVD nacional.

B. CONDUTA PARA AGENTES DE VENDA DIRETA

B.a Cumprimento pelos Agentes de Venda Direta

As Empresas transmitirão o conteúdo do Código a todos os Agentes de Venda Direta e exigirão aos seus Agentes de Venda Direta, como condição para serem membros dos sistemas de distribuição das empresas, que cumpram o Código ou as regras de conduta que obedecem às suas normas.

B.b Recrutamento

As Empresas e Agentes de Venda Direta não empregarão práticas de recrutamento enganosas, ambíguas ou injustas na sua interação com Agentes de Venda Direta potenciais ou existentes.

B.c Informações comerciais

As Informações fornecidas pela empresa aos seus Agentes de Venda Direta e a potenciais Agentes de Venda Direta sobre a oportunidade e os direitos, obrigações, custos e despesas relacionadas será exata e completa. O plano de Marketing da empresa será transparente, compreensível e verdadeiro. As Empresas não farão qualquer afirmação factual a um potencial recruta que não possa ser verificada nem farão qualquer promessa que não possa ser cumprida. As Empresas não apresentarão as vantagens da oportunidade de venda a qualquer potencial recruta de forma falsa ou enganosa.

B.d Rendimentos

Os Rendimentos de um Agente de Venda Direta para lá dos pagamentos fixos dirão respeito às suas próprias vendas a consumidores e a vendas similares feitas por Agentes de Venda Direta sobre os quais tenha responsabilidades de apoio e motivação. As compras em quantidades razoáveis, para utilização ou consumo pessoal, feitas por um Agente de Venda Direta e os Agentes de Venda Direta sobre os quais tenha tais responsabilidades também podem servir como base para os seus rendimentos.

A redução percentual nessas compras concedida pela empresa ao vendedor não devem permitir-lhe realizar vendas não-declaradas.

As Empresas e Agentes de Venda Direta não reportarão de forma enganosa as vendas ou receitas reais ou potenciais dos seus Agentes de Venda Direta. As indicações dadas a potenciais Agentes de Venda Direta sobre as receitas esperadas serão realistas e exatas. Quaisquer afirmações feitas sobre receitas ou vendas

basear-se-ão em factos documentados e não se referirá apenas a êxitos isolados.

B.e Contratual

A empresa dará ao Agente de Venda Direta, no início das suas atividades, um contrato escrito, assinado pela empresa e pelo Agente de Venda Direta, ou uma declaração escrita. O contrato ou declaração escrita conterá todos os pormenores essenciais da relação entre o Agente de Venda Direta e a empresa. As Empresas informarão os seus Agentes de Venda Direta das suas obrigações legais, incluindo quaisquer licenças, registos e impostos aplicáveis.

As Empresas e Agentes de Venda Direta não farão uso indevido da esfera privada, social, intelectual ou das sensibilidades emocionais do Agente de Venda Direta, resultando em exploração.

B.f Taxas de Admissão

As Empresas e Agentes de Venda Direta não exigirão aos Agentes de Venda Direta ou potenciais Agentes de Venda Direta que suportem taxas de admissão, formação, pagamento de material promocional ou outras taxas irrazoáveis relacionadas apenas com o direito de participar no negócio da empresa. Qualquer taxa terá um valor razoável. Além do *kit* inicial, as empresas e Agentes de Venda Direta não farão exigências de compra de quaisquer produtos para entrar no negócio da empresa. O fornecimento de produtos ou serviços periféricos ou acessórios não será fonte de lucro para a empresa ou Agente de Venda Direta.

As Empresas e os seus Agentes de Venda Direta não permitirão práticas pelas quais um Agente de Venda Direta pague uma taxa para participar no sistema de distribuição de uma empresa de venda direta, e receba receitas com base em taxas pagas por Agentes de Venda Direta adicionais que lhe forem apresentados nesse sistema de distribuição.

Quaisquer taxas cobradas para se tornar ou obter formação de Agente de Venda Direta estarão diretamente relacionadas com o valor dos materiais, produtos ou serviços prestados.

B.g Respeito pela privacidade

As Empresas e Agentes de Venda Direta contactarão os Agentes de Venda Direta apenas de forma razoável e a horas convenientes para evitar intrusões, e de acordo com a legislação nacional relevante, se aplicável. Agentes de Venda Direta e empresas tomarão as medidas adequadas para garantir a proteção de toda a informação privada fornecida por um consumidor, um potencial cliente ou um Agente de Venda Direta.

B.h Direito de desistência

O Agente de Venda Direta terá um período de pelo menos 14 dias consecutivos para desistir do contrato de adesão sem penalização e sem indicar um motivo.

O período para exercer esse direito terá início no dia após a assinatura do contrato de adesão. O Agente de Venda Direta pode ter de informar a empresa por escrito da sua decisão de desistir do contrato.

Quando o direito de desistência for exercido pelo Agente de Venda Direta, a empresa recuperará, a pedido do Agente de Venda Direta, todos os produtos e materiais promocionais que o Agente de Venda Direta tenha comprado ao iniciar as suas atividades. A empresa reembolsará sem custos todas as quantias pagas pelo Agente de Venda Direta. A empresa não terá, contudo, a obrigação de recuperar produtos e materiais promocionais que não estejam no seu estado original, novo e não usado.

B.i Retoma

Sem prejuízo do direito de desistência do Agente de Venda Direta (B.g), se um Agente de Venda Direta decidir terminar a sua relação com a empresa por qualquer motivo, a empresa retomar todos os produtos comprados pelo Agente de Venda Direta nos doze meses anteriores. Os termos desta retoma serão: o Agente de Venda Direta receberá no mínimo 90% do preço de compra, menos quaisquer receitas ou benefícios recebidos pelo Agente de Venda Direta com base na compra dos produtos devolvidos. A empresa não terá, contudo, a obrigação de retomar produtos se:

- Não estiverem no seu estado original, novo e não usado; ou
- Já não forem comercialmente utilizáveis porque passaram ou estão perto da sua data de validade.

Esta política de retoma deve ser claramente comunicada aos Agentes de Venda Direta.

B.j Stock de Produtos

As Empresas não exigirão nem encorajarão os Agentes de Venda Direta a adquirir um stock de Produtos em quantidades exageradamente elevadas nem a adquirir produtos regularmente, em que seja improvável a quantidade de produtos ser vendida ou consumida num prazo razoável. Deve-se ter em conta o seguinte ao determinar a quantidade apropriada do stock de Produtos: a relação entre o stock e as possibilidades de vendas reais, a natureza da competitividade dos produtos e o ambiente do mercado e as políticas de devolução de produtos e reembolso da empresa.

B.k Contabilidade

As Empresas prestarão aos Agentes de Venda Direta extratos periódicos sobre, conforme for aplicável, vendas, compras, rendimentos detalhados, comissões, bónus, descontos, entregas, cancelamentos e outros dados relevantes, de acordo com o contrato da empresa com os Agentes de Venda Direta. Todos os montantes devidos serão pagos e quaisquer retenções feitas de forma comercialmente razoável.

B.l Formação e Treino

As Empresas garantirão formação e treino adequadas que capacitem os Agentes de Venda Direta a operar de forma ética, incluindo informação sobre os códigos de ética aplicável e sobre o mercado em causa e o produto. A formação pode ser dada em sessões de formação, manuais escritos, guias ou material audiovisual fornecido gratuitamente ou a preço razoável. As Empresas não utilizarão os programas de formação como fonte de lucro.

B.m Outros Materiais

As Empresas proibirão os Agentes de Venda Direta de venderem ou exigirem a compra por outros de quaisquer materiais que sejam inconsistentes com as políticas e procedimentos da Empresa.

Os Agentes de Venda Direta que vendem documentação promocional ou de formação aprovada pela empresa, sejam em cópia impressa ou formato eletrónico (i) utilizarão apenas materiais que cumpram as mesmas normas adotadas pela empresa, (ii) abster-se-ão de fazer dessas compras um requisito na linha descendente de Agentes de Venda Direta, (iii) fornecerão apoio às vendas a preço razoável e justo, equivalente ao material similar disponível de modo geral no mercado, e (iv) proporão uma política de devolução escrita que seja igual à política de devolução da empresa que o Agente de Venda Direta representa.

As Empresas tomarão medidas diligentes e razoáveis para garantir que os materiais promocionais produzidos pelos Agentes de Venda Direta cumprem as disposições deste Código e não são enganosas ou ambíguas.

C. CONDUTA ENTRE EMPRESAS

C.a Princípio

As empresas membros de cada AVD terão de agir de forma justa para com os outros membros.

C.b Pressão de Recrutamento

As Empresas e Agentes de Venda Direta não aliciarão nem recrutarão quaisquer Agentes de Venda Direta através do aliciamento sistemático de Agentes de Venda Direta de outras empresas.

C.c Difamação

As Empresas não denegrirão nem permitirão que os seus Agentes de Venda Direta denigrem injustamente outra empresa, os seus produtos, as suas vendas e plano de Marketing ou qualquer outra característica dessa empresa.

D. CUMPRIMENTO DO CÓDIGO

D.a Responsabilidade das Empresas

A responsabilidade primária pelo cumprimento do Código caberá a cada empresa individual. Em caso de qualquer incumprimento do Código, as empresas farão todos os esforços razoáveis para satisfazer o queixoso.

Cada empresa membro ou em vias de se tornar membro terá de nomear um Responsável pelo Código da AVD. O Responsável pelo Código tem a responsabilidade de incentivar o cumprimento do Código pela sua empresa e por responder a perguntas do Administrador do Código da AVD. Ele também servirá de contacto primário na empresa para comunicar os princípios do Código de Ética da AVD aos seus Agentes de Venda Direta, colaboradores, consumidores e público em geral.

D.b Responsabilidade das AVDs

As AVDs devem nomear uma pessoa responsável pelo tratamento de reclamações. As AVDs farão todos os esforços razoáveis para garantir a resolução das reclamações.

D.c Administrador de Código

Cada AVD deve nomear uma pessoa ou entidade independente como Administrador de Código. O Administrador de Código vigiará o cumprimento do Código pelas empresas através de ações adequadas. O Administrador de Código resolverá qualquer reclamação pendente de Agentes de Venda Direta baseado em incumprimentos do Código e elaborará um relatório anual sobre o funcionamento do Código.

D.d Iniciativas

As recomendações a serem emitidas pelo Administrador de Código contra uma empresa relativamente a reclamações de um Agente de Venda Direta a respeito de incumprimentos do Código podem incluir rescisão do contrato do Agente de Venda Direta ou da sua relação com a empresa, reembolso de pagamentos, emissão de aviso à empresa ou aos seus Agentes de Venda Direta, ou outras ações adequadas e a publicação de tais ações ou sanções.

D.e Tratamento de Reclamações

As Empresas, AVDs e Administradores de Código estabelecerão procedimentos de tratamento de reclamações e garantirão que a receção de qualquer reclamação é confirmada num prazo curto e que as decisões são tomadas num prazo razoável.

D.f Reclamações das Empresas

As Reclamações de uma empresa sobre outra empresa ou AVD serão resolvidas quer pelo Administrador de Código quer por um árbitro independente. As AVDs individuais definirão os detalhes dos seus próprios procedimentos.

D.g Publicação

As AVDs publicarão o Código e divulgá-lo-ão amplamente. Exemplares impressos serão disponibilizados gratuitamente ao público.

°°°Fim°°°