



AMVD

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.



CÓDIGO DE ÉTICA

Introducción	3
Glosario de Términos	4
Generalidades	5
Conducta para la Protección a los Consumidores	6
Prácticas Prohibidas Identificación	
Explicación y Demostración	
Forma de Pedido	
Literatura	
Testimonios	
Comparación y Denigración	
Período de Reflexión y Devolución de Productos	
Garantía y Servicio Postventa	
Respeto a la Privacidad	
Justicia	
Ventas por Referencias	
Entrega	
Conducta hacia los Vendedores Independientes	8
Adhesión al Código	
Prospección	
Información Comercial	
Esquemas Piramidales o Cadenas sin fin	
Ganancias y Cuentas	
Declaración de Utilidades	
Relación Comercial	
Cuotas	
Respeto a la Privacidad	
Inventario y Recompra	
Otros Materiales	
Formación y Entrenamiento	
Conducta entre Compañías	11
Interacción	
Inducción	
Denigración	
Aplicación del Código	12
Incumplimiento del Código	13
Protección a los Consumidores y a los Vendedores Independientes	
Procedimiento para presentar una queja	
Protección a las Compañías	
Recomendaciones y Sanciones	15

Todas las compañías afiliadas a la Asociación Mexicana de Ventas Directas A.C. (en lo sucesivo “AMVD”) deberán cumplir con el marco normativo previsto en el presente Código de Ética (en lo sucesivo “el Código”), ya que representan las normas básicas en todos los niveles de acción de la Venta Directa.

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 (en lo sucesivo “vendedores independientes”).
- Las mismas compañías de Venta Directa afiliadas a la AMVD en su calidad de competidoras 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 de los productos de las compañías, establecer estándares de operación ética en la industria de la Venta Directa en un marco de libre empresa y el fortalecimiento de la imagen pública de la Venta Directa.

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 legalmente constituida 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/o consume productos de un vendedor independiente y/o una compañía de Venta Directa.

Vendedor Independiente: Es una persona o entidad dedicada a la actividad de la Venta Directa de manera independiente, comprando y/o vendiendo productos de una compañía de Venta Directa y prospectando a otros vendedores independientes. Predominantemente los vendedores independientes comercializan productos de consumo directamente a los consumidores fuera de un local comercial, generalmente a través de la explicación o demostración de los productos y servicios. Un vendedor independiente puede ser un agente mercantil independiente, un emprendedor o distribuidor independiente que desarrollan un negocio propio obteniendo ganancias o utilidades del mismo.

Forma de Pedido: Documento escrito o impreso que confirma los detalles de una orden del consumidor, los términos y condiciones de la compraventa del producto, características del mismo y recibos de ventas. 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: Bienes y/o servicios de consumo tangibles o intangibles.

Prospectar: Actividad realizada con el fin de invitar a una persona a convertirse en vendedor independiente.

Ventas Directas: La comercialización de productos de consumo general, realizada directamente a los consumidores en sus hogares o en los hogares de otros, en su sitio de trabajo u otros lugares fuera de local comercial, usualmente a través de la explicación o demostración de los productos realizada por un vendedor 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.

Compañías: Las compañías afiliadas a la AMVD se comprometen a cumplir el Código como condición de admisión y permanencia en la misma. También se comprometen a incorporar como mínimo las disposiciones establecidas en este Código en sus códigos de conducta internos, así como, dar a conocer el Código entre sus consumidores y vendedores independientes e informarles sobre cómo y dónde obtener una copia del mismo.

Vendedores Independientes: Por su condición de independencia, las personas dedicadas a la actividad de Venta Directa no están obligadas directamente por el Código, sin embargo, la(s) compañía(s) con la(s) que estén afiliados, les sugerirán adherirse a las reglas de conducta de este Código como condición de integrarse a su sistema de distribución.

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 asociaciones de Ventas Directas nacionales se comprometen a exigir a cada compañía afiliada a cumplir con el Código de Conducta Mundial de la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas (WFDSA) como condición de admisión y permanencia en la asociación, con respecto a las actividades de venta directa fuera de su país de origen, a menos que esas actividades estén bajo la jurisdicción de los Códigos de Ética de otras asociaciones afiliadas a la WFDSA en donde ellas también sean miembros.

Cuando una compañía esté sujeta a una queja de violación al Código en un país en donde no es miembro de la asociación nacional, la compañía deberá aceptar la jurisdicción del Administrador del Código de su país de origen (o si la compañía no es miembro de la asociación de su país de origen, deberá aceptar la jurisdicción de cualquier país en donde este afiliada) y deberá asumir los costos razonables incurridos por el Administrador del Código de su país de origen (o del país en donde esté afiliada) en relación con la resolución de la queja.

El Administrador del Código de su país de origen se coordinará con el Administrador del Código (si existe) del país en donde se originó la queja para evaluarla y aplicar las normas bajo este orden de prioridad (i) las normas del Código de Ética del país en donde la queja haya sido presentada (ii) las normas del Código de Ética del país de origen de la compañía (iii) como mínimo, las normas establecidas en el Código de Ética de la WFDSA.

1. Conducta para la Protección a los Consumidores

1.1 Prácticas Prohibidas

Los vendedores independientes no deberán utilizar prácticas de venta engañosas o injustas.

1.2 Identificación

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

1.3 Explicación y Demostración

La explicación y demostración del producto ofrecido deberá ser 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 independientes deberán dar 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 deberá contener el nombre completo, el domicilio permanente y el número telefónico de la compañía o del vendedor independiente, así como, 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 la compañía o del vendedor independiente.

1.6 Testimonios

Las compañías y los vendedores independientes no deberán usar testimonios 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 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 se beneficiarán injustamente de la buena voluntad asociada al nombre comercial y al símbolo de otra compañía, negocio o producto.

1.8 Período de Reflexión y Devolución de Productos

Las compañías y los vendedores independientes deberán asegurarse de que cualquier forma de pedido contenga una cláusula de cancelación 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 Postventa

Los términos de la garantía, los detalles y las limitaciones del servicio posterior a la venta, el nombre y el domicilio del

1. Conducta para la Protección a los Consumidores

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. El vendedor independiente suspenderá la demostración o presentación de ventas cuando el consumidor se lo solicite. Los vendedores independientes y las compañías deberán tomar las medidas necesarias para asegurar la protección de datos personales proporcionados por el consumidor o por otro vendedor independiente.

1.11 Justicia

Los vendedores independientes no abusarán de la confianza de los consumidores, respetarán la falta de experiencia comercial de los consumidores y no explotarán la edad, 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 incierto.

1.13 Entrega

Las compañías y los vendedores independientes deberán surtir el pedido del consumidor de manera oportuna según lo comprometido.

2. Conducta hacia los Vendedores Independientes

2.1 Adhesión al Código

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

2.2 Prospección

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

2.3 Información Comercial

La información proporcionada por las compañías a los potenciales o existentes vendedores 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 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 solo hecho de reclutar nuevos vendedores independientes o por la venta de productos que no sean útiles y factibles de comercializar.

2.5 Ganancias y Cuentas

Las compañías proporcionarán a los vendedores independientes reportes periódicos concernientes a sus ventas, compras, detalle de utilidades, descuentos, entregas, cancelaciones y otros datos relevantes, de conformidad con el contrato originalmente celebrado.

Las ganancias de los vendedores independientes deberán provenir de la venta de los productos y/o servicios al consumidor, así mismo, podrán basarse en las ventas y consumo personal de ellos mismos y de su línea descendente.

Los vendedores independientes no recibirán ganancias por el reclutamiento de otros vendedores independientes en el sistema de ventas, aunque algunas compañías pueden proporcionar incentivos mínimos que estén de acuerdo con la Ley.

2.6 Declaración de Utilidades

Las compañías y los vendedores independientes no falsearán la información sobre ganancias o utilidades reales o potenciales de sus vendedores independientes.

Las ganancias y las cifras de ventas deben ser:

- i. Veraces, precisas y presentadas de una manera que no sean falsas o engañosas y
- ii. Basadas en documentos y sustentados en hechos.

Los potenciales vendedores independientes:

- i. Deben ser informados de que las ganancias actuales y ventas variarán de persona a persona y dependerán de las habilidades de ventas, del tiempo y esfuerzo dedicado, así como, de otros factores y
- ii. Se les debe de proveer de suficiente información para permitirles una evaluación razonable de la oportunidad de ganancias.

2. Conducta hacia los Vendedores Independientes

2.7 Relación Comercial

Las compañías deberán celebrar con cada vendedor independiente 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. Las compañías informarán a las personas dedicadas a esta actividad sobre sus obligaciones legales, licencias, altas, registros e impuestos aplicables, quedando el cumplimiento de dichas obligaciones a cargo de cada vendedor independiente, en virtud de que no existe una relación laboral entre las partes sino una relación netamente comercial y a que cada vendedor independiente opera como microempresario independiente cuyas ganancias dependen del nivel de ventas de sus propios negocios. Los términos y condiciones de “acuerdos, contratos o formas de pedido por escrito” incluyen también aquellos 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 independientes cuotas elevadas para su inicio en el negocio, ni por concepto de entrenamiento, franquicias, materiales promocionales, etc., ni tampoco por el derecho de participar o permanecer en el sistema de distribución de la compañía. Los nuevos vendedores independientes podrán iniciar con una inversión mínima en materiales promocionales que les permita hacer crecer su propio negocio y cuyo monto deberá estar directamente relacionado con el valor de los materiales.

Ninguna compañía requerirá la compra de productos como parte del proceso de ingreso al sistema a no ser que se incluya en el paquete de inicio.

Cualquier cuota que se requiera para iniciar o permanecer como vendedor independiente incluyendo cualquier servicio adicional ofrecido por la compañía (ej. capacitación en línea, e commerce u otras soluciones de internet, costos de envío) serán completamente reembolsables (menos cualquier ganancia del vendedor independiente) cuando el vendedor independiente termine su relación comercial dentro de los 30 días del pago. Las cuotas reembolsables se limitan a las pagadas por el vendedor independiente en los 30 días anteriores a la terminación de la relación comercial.

Está prohibido cualquier pago para iniciar o permanecer como vendedor independiente, que provenga de reclutar otros vendedores independientes para ingresar al sistema de ventas.

2.9 Respeto a la Privacidad

Las compañías y los vendedores independientes contactarán a otros vendedores independientes solo de una manera razonable durante horas hábiles para evitar cualquier intromisión. Tomarán las medidas necesarias para asegurar la protección de datos personales proporcionados por el consumidor o por otro vendedor independiente de acuerdo a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares.

2.10 Inventario y Recompra

Las compañías no exigirán ni fomentarán la compra de inventarios de los productos en grandes cantidades. Las compañías deberán tomar medidas razonables para garantizar que los vendedores 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.

Si le es solicitado al momento de la terminación de la relación comercial de un vendedor 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

2. Conducta hacia los Vendedores Independientes

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 independiente al momento de la compra original de los bienes devueltos. La política de recompra de inventario debe ser claramente comunicada a los vendedores independientes.

Se considerará injusta y engañosa la práctica de reclutamiento de una compañía o vendedor independiente de exigir o alentar a un vendedor independiente para que compre grandes cantidades de inventario o materiales de ayuda de venta. El Administrador del Código podrá emplear medidas correctivas para asegurar que las personas no incurran en pérdidas financieras significativas como resultado de dicho comportamiento.

Si el Administrador del Código encuentra que una compañía ha utilizado prácticas de reclutamiento falsas o engañosas podrá emplear medidas correctivas para asegurar que el denunciante no incurra en pérdidas financieras significativas como resultado de dicho comportamiento, incluyendo el requerir a dicha compañía la recompra del inventario, materiales promocionales, ayudas de ventas que el denunciante haya comprado.

2.11 Otros Materiales

Las compañías evitarán que los vendedores independientes vendan a otros vendedores independientes cualquier material que no esté aprobado por la compañía y que no se apegue a las políticas y procedimientos de la compañía.

Además, los vendedores independientes que venden material promocional o de formación y entrenamiento legalmente permitido y aprobado por la compañía ya sea en papel o en formato electrónico o en cualquier otra forma deberán (i) ofrecer solo materiales que cumplan con los mismos estándares que los aprobados por la compañía (ii) abstenerse de hacer que la compra de estos materiales sea un requisito para otros vendedores independientes (iii) proporcionar ayudas de ventas a un costo razonable y justo sin un beneficio significativo, equivalente a un material similar disponible en el mercado en general y (iv) ofrecer una política de devolución por escrito similar a la política de devolución de la compañía que representan.

Las compañías deberán tomar medidas razonables a fin de asegurar que las ayudas de ventas y materiales similares producidas por los vendedores independientes cumplan con las disposiciones de este Código y no induzcan a error o engaño.

Están prohibidas las ganancias obtenidas por los vendedores independientes por la venta de material promocional o de formación y entrenamiento para iniciar o permanecer como vendedor independiente cuando estas ganancias son en realidad una remuneración por reclutar vendedores independientes.

2.12 Formación y Entrenamiento

Las compañías deberán proporcionar formación y entrenamiento para apoyar a los vendedores independientes en el desarrollo de sus negocios y comportamiento ético.

El entrenamiento 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 entrenamiento 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 deberán 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 independientes que mantengan relaciones comerciales con otra compañía.

Responsabilidad de las Compañías: Cada compañía es responsable del cumplimiento del Código. En caso de cualquier incumplimiento, la compañía en cuestión realizará 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 el cumplimiento del Código 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 si una práctica es considerada fraudulenta, ilegal o no ética hacia los consumidores, hacia los vendedores independientes y entre las compañías de conformidad con 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 como acciones resolutorias la cancelación de pedidos, la devolución de los productos comprados, el reembolso de pagos u otras, incluyendo advertencias a los vendedores 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 procedimiento de manejo de quejas interno con base a sus políticas individuales para asegurar la pronta resolución de todas las quejas.

Publicación: Todas las compañías deberán dar a conocer el Código a los vendedores independientes y a los consumidores.

Protección a los Consumidores y a los Vendedores Independientes

Si algún consumidor o algún vendedor 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

1º. 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.

2º. 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.

3º. Si la queja no es resuelta satisfactoriamente después de completar los pasos 1º y 2º 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 en el caso de México.

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 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.

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.

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.

El presente Código de Ética está basado en el Código de Ética Mundial de Ventas Directas, aprobado por la Federación Mundial de Asociaciones de Ventas Directas (WFDSA) el 30 de septiembre de 2017 y fue sancionado por la Asamblea de la Asociación Mexicana de Ventas Directas el 21 de septiembre de 2018.



AMVD

ASOCIACIÓN MEXICANA
DE VENTAS DIRECTAS, A.C.

@asociacionmexicanadeventasdirectas



@amvdmx



Asociación Mexicana de Ventas Directas AC



@amvdmexico



Tlacoquemecat1 21 Desp. 201
Col. Del Valle C.P. 03100, México, CDMX.



55 5575 8233 / 55 5575 8237



amvdac@prodigy.net.mx



www.amvd.org.mx

Administrador del Código de Ética

Lic. Alejandro Durán Gómez
durancorredor@gmail.com