

# Código de Ética

*Las notas aclaratorias de las disposiciones se hallan en cursiva*

## **PREÁMBULO**

Por el presente, Direct Selling Association, reconociendo que las compañías involucradas en ventas directas 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, establece los principios y prácticas de naturaleza básica, equitativa y ética, que las compañías miembros de la Asociación seguirán cumpliendo al efectuar sus negocios.

## **A. CÓDIGO DE CONDUCTA**

### **1. Prácticas engañosas o ilegales para reclutamientos del personal o para engañar al consumidor**

- a. Ninguna compañía miembro de la Asociación o vendedor independiente que trabaja para la misma usará prácticas engañosas, falsas, inmorales o ilegales hacia el consumidor o para el reclutamiento del personal. Las compañías miembros asegurarán que no se ha hecho ninguna declaración, promesa o testimonio que pueda engañar al consumidor o a posibles vendedores independientes.
- b. Compañías miembros y sus vendedores independientes deben cumplir con todos los requisitos de la ley. Aunque este Código no reitera todos los deberes legales, el cumplimiento de todas las leyes pertinentes, por parte de las compañías miembros y sus vendedores independientes, es una condición previa y posterior a su aceptación como miembro de DSA.
- c. Las compañías miembros efectuarán sus actividades hacia los demás miembros cumpliendo con este Código y todas las leyes pertinentes.
- d. La información proporcionada por las compañías miembros y sus vendedores independientes a otros posibles o actuales vendedores independientes sobre la oportunidad ofrecida, y los derechos y obligaciones asociados a la misma, debe ser precisa y completa. Las compañías miembros y sus vendedores independientes no harán ninguna declaración a posibles vendedores independientes que no puede ser verificada, ni harán promesas que no pueden ser

- cumplidas. Las compañías miembros y sus vendedores independientes no deben presentar una oportunidad de venta a un posible vendedor independiente de un modo falso, engañoso o falaz.
- e. Las compañías miembros y sus vendedores independientes no inducirán a que una persona compre sus productos o servicios basándose sobre la declaración de que el consumidor puede recobrar todo o parte del precio de compra con sólo referirles otros consumidores, si tales reducciones o recuperaciones infringen las leyes aplicables sobre la referencia de ventas.
  - f. Las compañías miembros proveerán a sus vendedores independientes, sea un contrato en forma escrita para ser firmado tanto por la compañía miembro como por el vendedor independiente, o sea una declaración por escrito que contiene los detalles esenciales de las relaciones entre el vendedor independiente y la compañía miembro. Las compañías miembros informarán a sus vendedores independientes de cuáles son sus obligaciones legales, incluso qué responsabilidad tienen con respecto a todo tipo de licencia, registro o impuesto de aplicación.
  - g. Las compañías miembros proveerán a sus vendedores independientes cuentas regulares, incluso, según sea de aplicación, ventas, compras, detalles de ganancias, comisiones, bonos, descuentos, envíos, cancelaciones, y todos los demás datos pertinentes, de acuerdo con las disposiciones que las compañías miembros hagan con sus vendedores independientes. Todos los dineros debidos deberán ser pagados y toda retención deberá ser efectuada de un modo razonable desde el punto de vista comercial.
  - h. Los vendedores independientes deben respetar la falta de experiencia comercial de sus clientes. Los vendedores independientes no abusarán de la confianza de clientes individuales, ni tratarán de explotar la edad, enfermedad, discapacidad o falta de entendimiento o conocimiento del idioma de un consumidor.
- 

*1. Esta sección no incluye bajo la jurisdicción del Código disputas tales como se "hace proselitismo" o se "efectúan redadas de vendedores", a menos que tales disputas involucren alegatos de*

*conducta o prácticas de reclutamiento engañosas, inmorales o ilícitas hacia posibles vendedores. En estos últimos casos, esta sección es de aplicación. Según se usa en esta sección la palabra “inmoral” significa que se está en violación del Código de Ética de DSA de los EE.UU.*

*El Administrador del Código de DSA está autorizado para hacer la determinación de cuáles son las prácticas engañosas, ilícitas o inmorales efectuadas durante el reclutamiento y en contra del consumidor, usando como guía los estándares legales prevalecientes. El hecho de haber cumplido con cualquier ley, reglamento o disposición del Código de Ética de DSA no es una defensa contra una determinación, por parte del Administrador, que una práctica es engañosa, ilegal o inmoral. Por ejemplo, en el caso de una venta al consumidor, el haber cumplido con la Regla del Período de Anulación de una Compra (Cooling- Off Period) de la Comisión de Comercio Federal (Federal Trade Commission – FTC) no impide que el Administrador del Código DSA haga la determinación que una práctica de venta en particular es engañosa, ilegal o inmoral y que se debe hacer un reembolso o compensación.*

*1 & 2. Estas secciones abarcan no solo declaraciones hechas acerca de la propia compañía sino también de cualquier otra compañía. Por ejemplo, el distribuidor para la compañía A hace declaraciones engañosas acerca de la compañía B y/o sus productos a consumidores o posibles vendedores.*

---

## **2. Productos, Servicios y Materiales Promocionales**

- a. La oferta de productos o servicios en venta por compañías miembros de la Asociación debe ser precisa y veraz en cuanto a precio, grado, calidad, marca, valor, ejecución, cantidad, actualidad del modelo y disponibilidad. La orden del consumidor para productos y servicios debe ser cumplida de forma oportuna.
- b. Compañías miembros de la asociación no deben hacer comparaciones engañosas acerca de la oportunidad de venta directa de otra compañía. Toda comparación debe estar basada en hechos que pueden ser verificados objetivamente. Compañías miembros de la asociación no denigrarán a otras compañías miembros, sus negocios, productos o servicios, directamente o por implicación, de forma falsa o engañosa y no se aprovecharán deshonestamente de la buena fe que tiene la marca y el símbolo de cualquier compañía, negocio, producto o servicio.
- c. Literatura promocional, publicidades y envíos por correo no deben contener descripciones de productos, reclamos, fotos o ilustraciones que son falsas, engañosas o falaces. (La literatura promocional debe contener el nombre y dirección, o el número de teléfono de la compañía miembro y puede incluir el número de teléfono de un vendedor independiente).
- d. Vendedores independientes deben ofrecer al consumidor datos precisos sobre el precio, términos de crédito, términos de pago, período de anulación de la compra, incluso la política para devoluciones, los términos de las garantías, servicios ofrecidos después de la venta y fechas de entrega. Vendedores independientes harán respuestas comprensibles y precisas a las preguntas de los consumidores. En la medida en que se hacen afirmaciones con respecto a productos, los vendedores independientes harán sólo las afirmaciones de productos autorizados por la compañía miembro de la asociación.

## **3. Términos de Venta**

- a. Se entregará al consumidor por escrito una orden o recibo en el momento mismo de la venta inicial o con anterioridad al mismo. En el caso de una venta hecha por correo, teléfono, Internet u otro modo que no fuera cara a cara, se debe proporcionar con anterioridad una copia de la orden, o se debe incluir tal copia con la

orden inicial, o proporcionar en forma capaz de ser imprimida o descargada por el Internet. La orden debe indicar clara y legiblemente, sin ambigüedades lo siguiente:

- i. Los términos y condiciones de la venta, incluso el monto total que el consumidor deberá pagar, junto con todo interés, cargo y honorario a pagar por servicios efectuados, además de otros costos y gastos requeridos por las leyes federales y estatales;
  - ii. Identificar a la compañía miembro y al vendedor independiente, e incluir el nombre entero, la dirección permanente y el número de teléfono de la compañía miembro o del vendedor independiente, además de todos los términos significativos de la venta; y
  - iii. Los términos de garantías o promesas, los detalles y limitaciones de los servicios a proporcionar después de la venta, el nombre y la dirección de la entidad garantizante, el plazo de la garantía y las medidas correctivas disponibles al consumidor. En la alternativa, estos datos pueden ser proporcionados con los demás folletos que acompañan al producto o servicio.
- b. Compañías miembros y sus vendedores ofrecerán un período de anulación de la venta (Cooling- Off Period) por escrito, claramente expresado, permitiendo que el consumidor se libre de la venta dentro de un mínimo de tres días a partir de la fecha de la compra y pueda recibir un reembolso completo del precio de la compra.
  - c. Compañías miembros y sus vendedores independientes que ofrecen el derecho de devolver el producto, sea esta devolución condicionada sobre el acontecimiento de ciertas eventualidades, lo harán por escrito.

#### **4. Garantías y Prestaciones**

Los términos de toda prestación o garantía ofrecida por el vendedor en conexión con una venta debe ser proporcionada al comprador en conformidad total con las leyes o reglamentos de garantías o prestaciones federales o estatales. El fabricante, distribuidor y/o vendedor deberá ejecutar las mismas por completo y de modo

oportuno, según los términos de todas las promesas y garantías ofrecidas al consumidor.

## **5. Identificación y Privacidad**

- a. Al comenzar su presentación de venta, el vendedor independiente debe indicar, precisa y claramente, quién es, cuál es su compañía, cuáles son los productos y servicios que ofrece su compañía y por qué hace esta solicitud. Todo contacto con el consumidor se debe hacer de forma respetuosa y durante horas razonables. Se debe poner fin a toda demostración o presentación de venta apenas lo pida el consumidor.
- b. Compañías miembros y sus vendedores independientes deben tomar medidas apropiadas para salvaguardar la protección de todo dato privado proporcionado por un consumidor actual o futuro, u otro vendedor independiente.

## **6. Timos Piramidales**

Para los propósitos de este Código, timos piramidales o timos en cadena sin fin se considerarán transacciones justiciables bajo este Código. El Administrador del Código determinará si tales timos piramidales o timos en cadena sin fin constituyen violaciones de este Código según las leyes o reglamentos federales o estatales de aplicación.

## **7. Compras de Inventario**

- a. Toda compañía miembro con un plan de mercadeo que involucra la venta de productos directa o indirectamente a vendedores independientes, adoptará y comunicará como régimen en su literatura de reclutamiento, manual de venta o contrato con vendedores independientes que la compañía volverá a comprar bajo términos comerciales razonables el inventario actualmente comercializable en posesión de tal vendedor y comprado por el mismo para reventa, antes de la fecha de terminación de sus relaciones comerciales con la compañía. Para propósitos de este Código la frase “terminos comerciales razonables” incluyen volver a comprar el inventario comercializable dentro de doce (12) meses de la fecha de la compra por parte del vendedor, a no menos del 90% del costo neto original incurrido por el vendedor, menos compensaciones y reclamos apropiados, si los hubiere. Para propósitos de este Código, los productos no se considerarán

“actualmente comercializables” si se han devuelto después que el período de caducidad y vida útil del producto haya pasado; tampoco se considerarán “actualmente comercializables” si la compañía declara claramente a sus vendedores antes de la compra que los productos son estacionales, se han descontinuado o son productos de promoción especial, por lo que no están sujetos a la obligación de la compañía de readquirirlos.

---

*6. La definición de “ardid piramidal ilegal” se basa en los estándares actuales de la ley según se encuentran reflejados en In the matter of Amway, 93 FTC 618 (1979) y los estatutos en contra de las pirámides de varios estados. Según estas leyes, compañías miembros deben remunerar a sus vendedores directos principalmente en base a las ventas de productos, incluso servicios, comprados por cualquier persona para uso o consumo actual. Tales remuneraciones pueden incluir compensación basada en las ventas a vendedores independientes para su propio uso o consumo, a veces referidos como “consumo interno”. Véase la Sección 9 para más clarificación.*

*7.a. El propósito de la recompra es de eliminar el posible daño causado al obligar que alguien “cargue inventario excesivo”; eso es, la práctica de cargar a los vendedores con inventario que no pueden o que es muy probable no podrán vender o usar dentro de un período razonable de tiempo. Históricamente, la carga de inventario excesivo se ha logrado, dando a los vendedores incentivos financieros para ventas, sin tomar en cuenta que, por último, el inventario debe ser vendido a o usado por consumidores actuales. Las disposiciones de recompra del Código tienen por motivo impedir que se cargue un inventario excesivo y proteger a los distribuidores para que no incurran los daños financieros que puedan surgir a partir de la práctica de cargar excesivamente el inventario.*

*Se considera que la palabra “inventario” incluye tanto productos tangibles como intangibles, eso es, tanto bienes como servicios. “La comerciabilidad actual” del inventario se determina con base en la condición específica del producto. Los factores que el Administrador del Código tendrá en mente al determinar “la comerciabilidad*

*actual” son la condición de los bienes y si los productos han sido usados o abiertos.*

*Cambios en la demanda del mercado, o en la formulación o etiqueteo del producto no son argumentos suficientes para que la compañía haga un reclamo de que el producto ya no es “comercializable”. La naturaleza ingestible de ciertos productos tampoco limita en sí la comerciabilidad actual de esos productos. Reglamentos gubernamentales que pueden discutiblemente restringir o limitar la recompra de un producto no limitan su “comerciabilidad actual” para propósitos del Código.*

*Los estatutos estatales ordenan que se debe incluir en el contrato del vendedor directo la descripción de ciertas disposiciones de recompra requeridas por la ley. Aún reconociendo que el contrato probablemente es el lugar más eficaz para incluir tales datos, el Código de DSA permite que tales disposiciones sean incluidas o en la literatura de reclutamiento o en el contrato. El propósito del Código de DSA es de enfatizar que la divulgación debe hacerse por escrito y que la declaración al respecto debe quedar bien clara. Dondequiera que se divulgue, el requerimiento de recompra se considerará una obligación contractual incurrida por la compañía.*

*Una compañía no pondrá impedimentos poco razonables (por ejemplo, de naturaleza procesal) como obstáculo para impedir que los vendedores revendan los productos a la compañía.*

*El proceso de recompra debe ser lo más eficaz posible y debe ser diseñado para facilitar la recompra de productos. Las disposiciones de recompra se aplican a todos los distribuidores que finalizan sus relaciones comerciales con la compañía y que de otro modo califican para tal recompra, inclusive distribuidores que no trabajan por primera vez para la compañía o que han dejado de trabajar para esa compañía para ir a vender en otra.*

*La política de recompra se debe publicar en muchos distintos lugares y formatos y comunicar de tal forma que es fácilmente entendida por un vendedor independiente típico. El objetivo de cada miembro es de asegurarse que el vendedor independiente típico está al tanto de la política de recompra de la compañía. Por lo tanto, cada miembro debe empeñar sus mejores esfuerzos para asegurar*



*que la política de recompra ha sido eficazmente comunicada a sus vendedores.*

*7.b. Las enmiendas efectuadas en 1998 han clarificado que los soportes y equipos de venta y los materiales de promoción, no se consideran inventario, estrictamente hablando, o necesariamente previstos para la venta, están sujetos al requisito de recompra, si la compañía requiere su compra o si existe un incentivo financiero asociado con su venta. Se ha reconocido que el hecho de obligar a que alguien lleve un “inventario excesivo” de estos artículos puede causar el mismo daño a los participantes del plan como llevar un “inventario excesivo” de productos y servicios.*

*Con respecto al párrafo final de la Sección 7b, divulgación de la elegibilidad o ineligibilidad de algún artículo para recompra es clave. Siempre que la recompra no haya sido requerida por esta disposición del Código, para aquellos artículos que la compañía decide no volver a comprar, la compañía debe haber divulgado claramente y de forma conspicua al comprador que estos artículos no están sujetos al requerimiento de recompra. Habiendo hecho tal divulgación, el hecho de negarse a recibir la devolución de un artículo, no constituye una violación, siempre que la compañía miembro esté actuando de buena fe y no esté tratando de evadir el requerimiento de recompra.*

*Esta disposición del Código no se debe considerar como aprobación de planes de mercadeo que proporcionan beneficios financieros a vendedores independientes para la venta de materiales de promoción, soportes o equipos de venta (“herramientas”) producidos por la compañía. Aunque estos materiales pueden ser importantes para ciertos vendedores individuales, el Código requiere que las compañías miembros compensen a sus vendedores directos principalmente en base a la venta de productos, incluso servicios, comprados por cualquier persona, para uso o consumo actual (Vease la Sección 6 del Código y la disposición aclaratoria que la acompaña) y no para la venta de herramientas. En circunstancias donde un beneficio financiero se provee a vendedores directos individuales como resultado de la venta de materiales de promoción, soportes o equipos (herramientas) de venta, producidos por la compañía, y no existe violación del Código*

*de ningún otro modo, esta Sección requiere que estas herramientas sean recompradas bajo términos comerciales razonables.*

---

## **8. Representación de Ingresos**

Ninguna compañía miembro hará declaraciones engañosas a sus vendedores independientes acerca de ventas o ingresos actuales o posibles. Todas las representaciones hechas sobre ventas o ingresos por compañías miembros deben basarse en hechos documentados.

---

*8. Existen muchos precedentes legales en la forma de decisiones de la Comisión Federal de Comercio (Federal Trade Commission – FTC) que proporcionan una guía sobre el tema de la representación de ingresos. Aunque no constituyen un factor determinante, estos precedentes deben ser usados por el Administrador del Código al hacer éste sus determinaciones sobre la verificación de los reclamos de la compañía en cuanto a ingresos.*

*En parte, el objetivo de la simple prohibición del Código sobre declaraciones falsas fue de evitar que nuevas empresas con muy poca historia concreta de ingresos derivados de su plan de compensación o empresas establecidas que ensayan o lanzan nuevos planes de compensación, queden indebidamente agobiadas. El enfoque de la prohibición tiene como objetivo requerir que compañías en estas circunstancias deben sólo asegurarse de que su literatura promocional y sus declaraciones públicas indiquen claramente que el plan de compensación es nuevo y que cualquier gráfico, ilustración y ejemplo de ingreso bajo el plan es sólo de naturaleza posible y no se basa en el desempeño real de ningún individuo.*

---

## **9. Cantidades Excesivas de Inventario**

Una compañía miembro no requerirá ni alentará a que un vendedor independiente compre inventario en cantidades excesivas que sobrepasan irrazonablemente lo que puede volver a vender y/o

consumir un vendedor independiente dentro de un plazo razonable de tiempo.

Compañías miembros tomarán medidas claras y razonables para asegurar que los vendedores independientes están consumiendo, usando o revendiendo los productos y servicios que han comprado.

---

9. *Véase la Sección aclaratoria 7.a. sobre la carga de inventario.*

*Esta disposición debe ser interpretada en vista a la admonición reguladora que se deben generar comisiones en base de ventas que no son simplemente incidentales a la compra del derecho de participar en el programa (Véase la Opinión Consultiva en forma de Carta de la FTC a la DSA de 2004). Compañías de venta directa que implementan procedimientos que demuestran que vendedores están comprando el producto para reventa, para su propio uso o consumo (eso es, autoconsumo, consumo personal o consumo interno) o por otros propósitos legítimos, estarán en mejores condiciones para cumplir con los requisitos de la Sección 9 del Código. El Código reconoce lo anterior, como una práctica bien aceptada y de larga data en los círculos de venta directa y no prohíbe la comeepsación basada en la compra hecha por vendedores para uso personal.*

*Además, el Código no establece estándares o requisitos específicos que un nivel mínimo de ventas se debe hacer fuera y aparte del grupo de vendedores.*

---

## 10. Pago de Honorarios

Ni las compañías miembros ni sus vendedores independientes pedirán que individuos paguen altos honorarios de entrada, de entrenamiento, de franquicia, por materiales promocionales u otros honorarios asociados solamente al derecho de participar en el negocio de venta directa. Cualquier honorario pagado para ser un vendedor independiente debe estar directamente relacionado al valor de los materiales, productos o servicios provistos como intercambio.

---

10. *Altos honorarios de entrada pueden ser un elemento de timos piramidales, en los que se alienta a que individuos paguen altos costos iniciales, sin recibir un producto de valor equivalente. Estos honorarios se tornan en el mecanismo que da ímpetu a la pirámide y pone a los participantes en riesgo de sufrir daños financieros. Algunas leyes estatales tienen requisitos que los honorarios deben ser devueltos, requisitos parecidos a las disposiciones de recompra en la Sección 7.a. del Código. El Código elimina el daño hecho por grandes honorarios irrazonables prohibiéndolos.*

*El Administrador del Código está autorizado para determinar cuando un honorario es “irrazonable por ser demasiado alto.” Por ejemplo, si se ofrece un reembolso por sólo una porción de un honorario de entrada, para cubrir lo que se describe como el inventario, y no se da o recibe nada por el saldo del honorario de entrada, tal como un programa de entrenamiento, el Administrador del Código puede considerar que aquella parte del honorario de entrada es “irrazonable por ser demasiado alta.” Esta sección del Código confirma la disposición de la Parte B del Código de Responsabilidades y Deberes, que requiere que las compañías presten atención a las violaciones del Código en cuanto se refiere a sus vendedores y contratistas independientes.*

---

## **11. Entrenamiento y Materiales**

- a. Compañías miembros deben proporcionar entrenamiento adecuado para facilitar que sus vendedores independientes operen de forma ética.
- b. Compañías miembros prohibirán que sus vendedores independientes comercialicen o requieran la compra por parte de otros de cualquier material incompatible con las políticas y procedimientos de la compañía miembro.
- c. Vendedores independientes que venden materiales promocionales o de entrenamiento aprobados por la compañía miembro, deben:
  - i. Usar solamente materiales que cumplen con los mismos estándares usados por la compañía miembro;
  - ii. No hacer de la compra de tales materiales un requisito para que otros vendedores independientes participen en el programa;
  - iii. Proveer tales materiales a un precio en que materiales parecidos están generalmente disponibles en el mercado, y
  - iv. Ofrecer una política de devolución por escrito que es la misma que la ofrecida por la compañía miembro que el vendedor independiente representa.
- d. Compañías miembros tomarán medidas diligentes y razonables para asegurar que los materiales promocionales o de entrenamiento producidos por sus vendedores independientes cumplen con las disposiciones de este Código y no son falsas, engañosas o falaces.

## **B. RESPONSABILIDADES Y DEBERES**

### **1. Investigación oportuna y Se prohíbe usar el argumento de “contratista independiente” como defensa**

- a. Compañías miembros establecerán, anunciarán e implementarán procedimientos para asegurar la resolución pronta de todas las quejas.
- b. En el caso de que algún consumidor se queje que el vendedor o representante que le ofreció a venta los productos o servicios de una compañía miembro se ha conducido inapropiadamente durante el curso de la presentación del producto o servicios, la compañía miembro investigará en seguida la queja 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.

- c. Los abogados y representantes de las compañías miembros las considerarán responsables de las violaciones del Código, cuando el Administrador descubre, que ha habido una violación del Código, después de considerar todos los hechos. Para propósitos de este Código, y con el fin de fomentar la protección del consumidor, las compañías voluntariamente no recurrirán a la defensa, contra alegatos de que se ha violado el Código, que el vendedor es un contratista independiente, y que es él quien distribuye los productos o servicios bajo la marca registrada o nombre comercial de las mismas. Sin embargo, no se debe interpretar que al tomar tal acción, las compañías renuncian al derecho de recurrir a esa defensa bajo cualquier otra circunstancia.
- d. Los miembros suscritos que adhieren a este Código reconocen que para que el mismo tenga éxito se debe ser diligente para generar en sus empleados y/o vendedores independientes al por mayor o al por menor - - quienes venden sus productos o servicios - - conciencia de las obligaciones de las compañías miembros bajo el Código. Ningún miembro suscrito tratará de persuadir, inducir o forzar que un colega viole este Código, y los miembros suscritos por ente están de acuerdo de que el hecho que alguien trate de hacer que otro viole este Código de por sí se considera una violación del mismo.
- e. Vendedores individuales no están sujetos directamente a este Código, pero como condición de su participación en el sistema de distribución de una compañía miembro, se les requiere adherir a las reglas de conducta que cumplen con los estándares de este Código, en virtud de sus vínculos con la compañía miembro con la cual se han afiliado.
- f. Este Código no es una ley, pero sus obligaciones requieren que las compañías miembro y sus vendedores independientes exhiban un nivel de conducta ética consistente con las disposiciones de los requisitos jurídicos existentes. El incumplimiento con respecto a este Código no crea responsabilidades u obligaciones civiles. Cuando la compañía deja de ser miembro de DSA, ésta no tiene la obligación de cumplir con este Código. Sin embargo, las disposiciones de este Código siguen siendo aplicables a acontecimientos o transacciones que ocurrieron durante el plazo en que la compañía fue miembro de DSA.

## **2. Requisito de Dar Publicidad al Código**

- a. Todas las compañías miembros deben dar publicidad al Código de Ética informando a sus vendedores y consumidores. Como mínimo, las compañías miembros deben tomar una de las siguientes medidas:
    - i. Incluir en el sitio web de la compañía el Código de Ética de DSA, explicando paso por paso cómo se debe presentar una queja;
    - ii. Incluir un enlace entre el sitio web de la compañía y la página web del Código de Ética de DSA;
    - iii. Incluir el Código de Ética de la compañía, en su sitio web; o en su proceder para querellantes; o con una explicación de cómo un querellante puede presentar una apelación al Administrador del Código DSA, en caso que el querellante no esté satisfecho con la solución obtenida bajo el código de la compañía; o en su proceder para querellantes, refiriéndose al sitio web del Código de Ética de DSA.
  - b. Todas las compañías miembros, después de someter su programa, al pagar su cuota, deben declarar anualmente que el programa sigue siendo efectivo o indicar si ha habido algún cambio.
- 

*2. a. El enlace debe ser claro y conspicuo. El enlace en el sitio web de la compañía se debe ubicar prominentemente para que sea visible y accesible a vendedores y consumidores; las compañías deben colocar el enlace en la página web que vendedores y consumidores suelen acceder más comunmente. También es ideal incluir una declaración, tal como, “Con orgullo anunciamos que somos miembros de la Asociación de Venta Directa (Direct Selling Association—DSA). Para ver el Código de Ética que obedecemos hagan clic aquí.”*

---

## **3. Oficial Responsable del Código**

Se requiere que cada compañía miembro, tanto actual como pendiente, nombre un Oficial Responsable del Código DSA. El mismo es responsable de facilitar el cumplimiento del Código por parte de su compañía y de responder a las investigaciones del Administrador del Código DSA. Tal oficial servirá como el contacto principal de la

compañía miembro encargado de comunicar los principios del Código de Ética a sus vendedores independientes, empleados, clientes y el público en general.

#### **4. Efecto Extraterritorial**

Cada compañía miembro debe cumplir con el Código de Conducta de la Federación Mundial de la Asociación de Venta Directa (World Federation of Direct Selling Associations- - WFDSA) con respecto a actividades de venta directa efectuadas en el exterior, en la medida en que el Código WFDSA no sea incompatible con las leyes de los EE.UU., a menos que tales actividades se encuentren bajo la jurisdicción del código de conducta de la DSA de otro país al cual la compañía miembro también pertenece.

### **C. ADMINISTRACIÓN**

#### **1. Interpretación y Ejecución**

La Junta de Directores de la Asociación de Venta Directa (DSA) nombrará un Administrador del Código que servirá durante un plazo fijo establecido por la Junta antes de su nombramiento. La Junta tendrá la facultad de despedir al Administrador sólo con motivo suficiente. La Junta dará al administrador suficiente autoridad para permitir que el mismo enfrente debidamente las responsabilidades que le han sido confiadas bajo este Código. El Administrador será responsable directamente y solamente a la Junta. La Junta de Directores establecerá todos los reglamentos necesarios para administrar las disposiciones de este Código.

#### **2. Administrador del Código**

- a. El Administrador debe ser una persona de integridad reconocida, que conoce bien a la industria, y cuya importancia inspira respeto en la industria y en el público. El mismo nombrará un personal adecuado y competente para que le ayude a encarar sus obligaciones. Durante su gerencia ni el Administrador ni cualquier miembro de su personal puede ser oficial, director, empleado o inversor de cualquier ente miembro o afiliado de la DSA. El Administrador divulgará todas las acciones que tiene en una compañía miembro antes de ser nombrado y también divulgará toda compra subsiguiente de tales acciones a la Junta de Directores. El Administrador también tendrá los mismos derechos de indemnificación como los que gozan los Directores y Oficiales bajo los estatutos de DSA.



- b. El Administrador establecerá, anunciará e implementará procedimientos transparentes para el manejo de quejas para asegurar que todas ellas se resuelvan oportunamente.
- c. El Administrador, de acuerdo a los reglamentos establecidos por la Junta de Directores , según aquí previstos, oír y determinará todas las denuncias contra los miembros suscritos al mismo, dando a los miembros o personas la oportunidad que se los oiga por completo. El Administrador tendrá el poder the originar procesos, y tendrá en todo momento la cooperación completa de todos los miembros.

### **3. Procedimiento**

- a. El Administrador determinará si ha ocurrido una violación del Código, de acuerdo con los reglamentos promulgados en el presente documento. El Administrador responderá lo antes posible a todas las indagaciones hechas por los miembros relacionadas al Código y su aplicación, y, cuando sea apropiado, puede sugerir, para la consideración de la Junta de Directores, nuevos reglamentos, definiciones u otras implementaciones para que el Código sea más efectivo.
- b. Si, a juicio del Administrador del Código, alguna queja esté fuera de la experiencia o recursos del mismo, éste puede renunciar al ejercicio de su jurisdicción y puede, según propia discreción, recomendar que el querellante se dirija a otro foro al cual puede dirigir su queja.
- c. El Administrador, a través de su oficina, puede mantener y mejorar todas las relaciones con Better Business Bureaus (Oficinas de Mejores Prácticas Comerciales) y otras organizaciones, tanto privadas como públicas, con vista a mejorar las relaciones de la industria con el público y recibir datos a partir de tales organizaciones con respecto a las actividades de venta de la industria.

## **D. REGLAMENTOS PARA EL CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE ÉTICA DE DSA**

### **1. Cuando se recibe una queja**

Cuando se recibe una queja de parte de un consumidor de buena fe o cuando el Administrador tiene motivo de creer que un miembro ha violado el Código de Ética, el Administrador enviará una copia de la queja, si la hubiere, al miembro acusado junto con una carta propia notificando al miembro que se ha entablado una investigación preliminar de una posible violación específica, según la Sección 3,

solicitando la cooperación del miembro para que le suministre los datos, documentación y aclaración necesarios. Si la investigación del Administrador no se basa en una queja escrita, entonces el mismo proveerá una notificación por escrito, explicando en qué se basa su motivo de creer que ha ocurrido una violación. Además, el Administrador del Código honorará todo pedido hecho por la parte querellante que su identidad sea tratada con confidencialidad.

## **2. Cooperación con el Administrador del Código**

Si un miembro se niega a cooperar con el Administrador y a suministrarle los datos, documentación y aclaración necesarios, el Administrador enviará al miembro por correo registrado una notificación otorgando a este último la oportunidad de aparecer ante el Panel de Revisión de Apelaciones, a una fecha dada, para indicar porqué no se debe terminar su participación como miembro de la Asociación de Venta Directa. Si el miembro se niega a cooperar con el Administrador o a solicitar que el Panel de Revisión de Apelaciones revise sus conclusiones, es posible que la Junta de Directores de DSA, o parte nombrada de la misma, vote para terminar su participación como miembro de la asociación.

## **3. Investigación Informal y Procedimiento de Disposición**

- a. El Administrador efectuará una investigación preliminar, haciendo los contactos investigativos necesarios para llegar a una decisión bien informada sobre el alegato de violación del Código. Si el Administrador determina, después de una investigación informal que no es necesario tomar otras medidas o que el alegato de violación no tiene mérito, se pondrá fin a toda subsiguiente investigación y acción administrativa sobre el tema y la parte querellante recibirá una notificación al respecto.
- b. El Administrador puede remediar, a su criterio, el alegato de violación del Código mediante una comunicación informal, oral y escrita con la compañía miembro delatada.
- c. Si el Administrador determina que el alegato tiene suficiente mérito, ya que las violaciones aparentes son de naturaleza, alcance o frecuencia que requieren medidas correctivas según la Parte E y que se exigen tales medidas correctivas, con miras al mejor interés de los consumidores, la asociación y la industria de venta directa, entonces notificará al miembro cuál es su decisión, y qué razonamiento y hechos dieron lugar a la misma, además de la naturaleza de la corrección que debe ser efectuada. La notificación

del Administrador ofrecerá al miembro la oportunidad de aceptar voluntariamente las medidas correctivas sugeridas sin tener que aparecer a una audiencia según la Sección 4. Si el miembro desea resolver el asunto de este modo informal, deberá avisar al Administrador por escrito dentro de 20 días, que está dispuesto a dar su consentimiento. La carta que la compañía miembro envía al Administrador puede indicar que el hecho que está dispuesta a consentir no constituye una admisión o creencia de su parte que hubo una violación del Código.

#### **4. Panel de Revisión de Apelaciones**

Un Panel de Revisión de Apelaciones, consistiendo de cinco representantes de compañías que son miembros activos de la asociación, será seleccionado por el Comité Ejecutivo de la Junta de Directores de DSA. Cada miembro debe servir por un plazo de tres años. Los cinco miembros deben ser seleccionados para formar una sección representativa de la industria. Cuando una compañía miembro presenta una apelación, el Presidente de la Junta de Directores de DSA elegirá tres de los cinco miembros del Grupo Especial de Examen de Apelaciones para que forme un panel de tres personas para examinarla, y nombrará a uno de ellos Presidente del panel. Siempre que sea posible, ninguno de los tres miembros del panel debe vender un producto que compite específicamente con el de la parte Recurrente y se harán esfuerzos por evitar conflictos de interés al seleccionar el panel. Si por cualquier razón, algún miembro del panel no puede cumplir con sus obligaciones o completar su plazo, el Presidente de la Junta de DSA, con la participación del Comité Ejecutivo, puede reemplazar a tal persona haciendo un nuevo nombramiento para el resto del plazo por cumplir.

#### **5. Procedimiento para la Revisión de Apelaciones**

- a. Si una compañía miembro rechaza la imposición de medidas correctivas por parte del Administrador, tendrá el derecho de solicitar un examen de la decisión del Administrador por parte del Panel de Revisión de Apelaciones. La compañía miembro debe hacer su pedido por escrito y someterlo al Administrador dentro de 14 días de haber sido notificada de las medidas correctivas por el Administrador. Dentro de 10 días de haber recibido tal pedido, el Administrador notificará al Presidente de la Junta de DSA, quien, en aquel momento seleccionará el panel de tres personas según la

- Sección 4 más arriba. Esa selección tomará lugar dentro de 30 días de la solicitud de revisión.
- b. Apenas seleccionado el panel, el Administrador informará al Recurrente cuáles son los nombres de los participantes del mismo, incluso el nombre del que lo preside. Dentro de 14 días de tal notificación, el Administrador enviará una copia de la Queja, todos los documentos pertinentes, junto con una explicación de los motivos en qué se basa su decisión de imponer medidas correctivas, a todos los participantes en el panel con copia al Recurrente. Una vez que haya recibido tal información, el Recurrente tendrá 14 días para presentar al panel las razones por las cuales las medidas correctivas no se deben imponer, junto con cualquier documento adicional pertinente. Copias de tal información también deben ser enviadas al Administrador.
  - c. Una vez que los datos del Administrador y de la compañía miembro hayan sido recibidos por los participantes del panel, éste debe completar su examen dentro de 30 días o tan pronto como sea posible. El panel debe decidir si la decisión del Administrador de imponer medidas correctivas fue razonable en vista de todos los hechos y circunstancias involucrados y debe, o confirmar la decisión del Administrador, o revocarla, o imponer una sanción menor según la parte E. El panel podrá ponerse en contacto con el Administrador y el Recurrente y cualquier otra persona que sea testigo pertinente a la Queja, formal o informalmente, según lo considere apropiado. La decisión del panel es definitiva, y debe ser comunicada oportunamente, tanto al Administrador como al Recurrente. Los costos de la apelación, tal como los costos de fotocopias, teléfonos, facsímiles y correo corren por cuenta del Recurrente.

## **6. Código de Ética de las Compañías Miembros**

### **a. Aprobación del Administrador**

- i. Si una queja se hace contra una compañía miembro, cuyo código de ética está registrado con el Administrador del Código de Ética de DSA, y el Administrador ha emitido la opinión de que el código de la compañía es compatible con el Código de Ética de DSA, entonces el Querellante debe primero agotar todos los recursos bajo el código de ética de la compañía antes de presentar una queja ante el Administrador del Código de DSA. Si el Querellante ha agotado todos esos recursos y opina que la disposición de la queja hecha por la compañía no es satisfactoria, entonces el querellante puede presentar una apelación de la decisión de la

compañía al Administrador del Código de DSA. El Querellante debe primero notificar a la compañía de su intención de recurrir a la DSA. El Querellante debe también enviar toda la documentación pertinente usada en el procedimiento bajo el código de la compañía al Administrador de DSA.

- ii. Después de recibir la apelación, el Administrador consultará con la compañía para obtener toda información adicional sobre el asunto además de una explicación de la decisión de la compañía. El Administrador decidirá si la resolución de la queja hecha por la compañía fue razonable en vista de todos los hechos y circunstancias involucrados. Si el Administrador decide en la negativa, él mismo trabajará con la compañía en un empeño por resolver el asunto satisfaciendo a todas las partes involucradas. Si el Administrador descubre que la compañía miembro no coopera en tal empeño, él mismo puede imponer medidas correctivas según el Código de Ética de DSA. El Querellante pagará todos los costos de una apelación de la decisión bajo el código de la compañía, incluso los costos de fotocopias, llamadas telefónicas, facsímiles y envíos por correo.
- b. **Proceso de Cumplimiento en la Alternativa:** En algunas circunstancias, la compañía miembro quizás proporcione un proceso para la resolución de quejas igualmente aceptable. En tales circunstancias – siempre que tal proceso haya sido formalmente revisado y aprobado por el Administrador del Código de DSA – el proceso de la compañía miembro puede actuar como sustituto, eximiendo a la compañía miembro de su adhesión a las disposiciones de la Sección D: Reglamentos para el Cumplimiento del Código de Ética de DSA. Para que el proceso de cumplimiento de la compañía miembro pueda ser aprobado como alternativa a la Sección D, el mismo debe tener todos los siguientes elementos:
- i. La compañía ha adoptado un proceso de investigación y revisión que refleja en gran medida el de la Sección D y consiste de más de un nivel de revisión formal de quejas con respecto a sus vendedores o representantes.
  - ii. La compañía ha adoptado un proceso de apelación que incorpora los pasos delineados en el Párrafo 1 más arriba, e incluye revisión por entes terceros neutrales y competentes, tal como lo aprobó el Administrador del Código de Ética de DSA.

- iii. La compañía ofrece garantías de satisfacción o su equivalente para productos en venta a consumidores que no son vendedores o representantes de la compañía miembro; y
  - iv. La compañía advierte a sus vendedores y representantes que tiene un proceso para la resolución de quejas suficientemente transparente, incluyendo notificaciones en su sitio web y en la literatura publicitaria apropiada.
- c. Si una compañía miembro cumple con todos los requisitos anteriores enumerados en el párrafo b., DSA indicará en su sitio web que el Código de Ética de la compañía miembro es una alternativa aprobada, con prioridad sobre el Código de Ética de DSA, Sección D, Reglamentos para el Cumplimiento del Código de Ética de DSA.
  - d. Se exime a las compañías que se hallan en la lista de Company Code Alternative (compañías que pueden usar su propio código de ética como alternativa al Código de Ética de DSA) del requisito de publicar las disposiciones de la sección B.2 del Código. Además, no tendrán que indicar en sus sitios web, ni por separado en su literatura publicitaria, que quejas contra la compañía se deben presentar al Administrador del Código de Ética de DSA. Sin embargo, el sitio web del Código de Ética de DSA indicará que todas las compañías miembros quedan sujetas a todas las demás disposiciones del Código de Ética de DSA. Además, si el Administrador del Código de Ética de DSA descubre que alguna compañía en la lista de Compañías con Código en la Alternativa no ha cumplido con los requisitos para ser incluida en esa lista, el Administrador puede terminar la participación de esa compañía en la lista.

## **E. PODERES DEL ADMINISTRADOR**

### **1. Remedios**

El Administrador que determine, conforme a la audiencia provista en la Parte D, Sección 3, que el miembro delatado ha cometido una o varias violaciones del Código de Ética, tiene el poder de imponer al miembro acusado, los siguientes remedios, sea individual o simultáneamente:

- a. Requerir la restitución completa al querellante de las sumas que éste pagó por los productos del miembro acusado, que fueron asunto de la queja bajo el Código;
- b. Requerir el reemplazo o reparación del producto del miembro acusado, la venta del cual dio raíz a la queja bajo el Código;
- c. Requerir el pago de una contribución voluntaria a un fondo especial de contribuciones que será usado para propósitos publicitarios para

- diseminar el Código y datos pertinentes. La gama de tales contribuciones puede elevarse a \$1,000 por violación del Código.
- d. Requerir que el miembro acusado someta al Administrador un cometido por escrito de cumplir con el Código de Ética en futuras transacciones y de ejercer la debida diligencia para asegurar que no habrán repeticiones de las prácticas que dieron raíz a la queja bajo el Código.
  - e. Requerir que se cancelen las órdenes, devuelvan los productos comprados, cancelen o terminen las relaciones contractuales con el vendedor independiente u otros remedios.

## **2. Cierre del Caso**

Una vez que haya determinado que se han cumplido todos los remedios impuestos en un caso en particular, el Administrador debe cerrar el caso.

## **3. Cumplimiento Denegado**

Si un miembro se niega a cumplir voluntariamente con cualquier remedio que impone el Administrador, y no solicita revisión por parte del Panel de Revisión de Apelaciones, la Junta de Directores de DSA, o parte nombrada de la misma, puede decidir que se debe suspender al miembro o terminar su posición como miembro de la Asociación. En tal caso, el Administrador notificará al miembro de esa decisión por correo registrado y le recordará que tiene el derecho de pedir que el Panel de Revisión de Apelaciones revise la decisión original del Administrador, según la Parte D Sección 5 (Proceso de Revisión de Apelaciones) de este Código.

## **4. Solicitud de Readmisión después de una Suspensión o Terminación**

Si la suspensión o terminación no se apela o si el Panel de Revisión de Apelaciones la ha confirmado, un miembro suspendido, después de al menos noventa días, y un miembro terminado, después de al menos un año, puede solicitar la oportunidad de que el Panel de Revisión de Apelaciones, revise su suspensión o terminación, teniendo el panel, a su juicio, la facultad de reestablecer al miembro.

## **5. Referencia a una Agencia Estatal o Federal**

Si un miembro ha sido suspendido o terminado y sigue negándose a cumplir con los remedios que el Administrador le impuso, dentro de 30 días de la terminación o suspensión, el Administrador puede consultar

con un abogado independiente para determinar si los hechos descubiertos significan que hubo una violación de las leyes estatales o federales. Si se determina que tal violación pudo haber ocurrido, el Administrador notificará al miembro acusado por correo certificado o registrado, con acuso de recibo, y si el miembro acusado no ha tomado una acción apropiada y no se ha puesto en comunicación con el Administrador 15 días después de recibir esa notificación, el Administrador puede someter los datos pertinentes acerca de la queja a la agencia federal o local apropiada.

## **F. RESTRICCIONES**

### **1. Consulta con Terceros**

En ningún momento durante la investigación y audiencia de cargos contra un miembro, debe el Administrador, o miembro del Panel de Revisión de Apelaciones, consultar a ninguna persona sobre algún alegato de violación del Código, con excepción de lo que se dispone en este documento y según sea necesario para conducir la investigación y celebrar la audiencia. Toda información descubierta durante una investigación o audiencia tendrá carácter confidencial, exceptuando la determinación que el miembro acusado ha violado estatutos federales, estatales o locales. En ningún momento durante la investigación o audiencia de cargos, debe el Administrador o miembro del Panel de Revisión de Apelaciones consultar a un competidor del miembro que se alega ha violado el Código, a menos que sea necesario llamar a un competidor para aclarar los hechos, en cuyo caso la consulta con el competidor se hará con el único propósito de discutir los hechos. En ningún momento podrá un competidor participar en la disposición de una queja por parte del Administrador o Panel de Revisión de Apelaciones.

### **2. Documentos**

Todos los documentos directamente relacionados al alegato de una violación serán entregados al Administrador, mediante solicitud del mismo a cualquier miembro. Los datos que el Administrador obtiene de tal modo se mantendrán confidencialmente, según los términos del Código y de estos reglamentos. Toda vez que el Administrador termina una acción iniciada bajo el Código, sea, por propia determinación o conforme a una decisión del Panel de Revisión de Apelaciones, el informe acerca del miembro acusado será borrado y todos los documentos, memorandos o demás material escrito serán o destruidos o devueltos, según el Administrador considere apropiado, exceptuando



lo necesario para que el Administrador o Panel de Revisión de Apelaciones defiendan cualquier reto legal a su gestión del asunto, o para someter datos pertinentes sobre la queja a una agencia local, estatal o federal. En ningún momento durante los procesos bajo este reglamento del Código o del Código en general, debe el Administrador o miembro del Panel de Revisión de Apelaciones, publicar un comunicado de prensa sobre los alegatos o hallazgos sobre la violación del Código, a menos que el Comité Ejecutivo de la Junta de Directores de DSA específicamente les autorice que lo hagan.

### **3. Miembros Pendientes de DSA**

Nada en la Parte F impide que el Administrador notifique, a su juicio, a miembros del personal de DSA acerca de todo alegato de violación bajo el Código, al que esté prestando atención, y que pueda ser relevante con respecto a las calificaciones para la activación de posibles miembros cuya adhesión a la DSA esté aún pendiente.

### **G. RENUNCIA**

Renuncia a la posición de miembro por parte de una compañía acusada antes de completar los procedimientos establecidos bajo este Código no justifica terminación de los mismos, y una determinación de si existe una violación del Código será tomada por el Administrador a su juicio, sin tomar en cuenta si la compañía acusada sigue siendo miembro de la Asociación o participa en procesos por resolver la queja.

### **H. ENMIENDAS**

Este Código puede ser enmendado mediante el voto de dos tercios de los miembros de la Junta de Directores.

Según fue adoptado  
El 15 de junio de 1970

Según fue enmendado  
El 1 de junio de 2014