

dōTERRA®



CODIGO DE ETICA

ACEVED

ASOCIACION COSTARRICENSE DE
EMPRESAS DE VENTA DIRECTA

ACEVED





CAPITULO I

GENERALIDADES

ARTICULO PRIMERO

La Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa adopta el presente Código de Ética, como medida de regulación que contiene normas de conducta ética para las Empresas de Venta Directa miembros de dicha Asociación, como miembros Fundadores, y para todas aquellas compañías que con posterioridad sean admitidas como miembros adherentes, quienes se comprometen a acatar sus disposiciones, como condición de admisión a la Asociación y para continuar siendo miembro de esta.

ARTICULO SEGUNDO. OBJETIVOS.

El presente Código de Ética tiene como objetivo principal la adopción de normas generales para reglamentar las relaciones entre las compañías de venta directa, entre sus Distribuidores y hacia los Consumidores, así como para lograr la calidad de los productos, la satisfacción y la protección de dichos consumidores, la promoción y el mejoramiento de la imagen pública de la Industria de Venta Directa, dentro de un ambiente de libertad empresarial, sin competencia desleal y la representación ética de la oportunidad de negocios.

ARTICULO TERCERO. DEFINICIONES.

Para los efectos del presente código, los términos aquí utilizados tendrán el siguiente significado:

WFDSA: Federación Mundial de Asociaciones de Venta Directa
ACEVED: Asociación Costarricense de Empresas De Venta Directa

FUNDADORES: Personas físicas o jurídicas cuyo objetivo principal es la Venta Directa, que constituyeron la Asociación de Empresas de Venta Directa desde su origen y quienes están obligados a adoptar y cumplir las normas del presente Código de Ética.



ADHERENTES: Personas jurídicas cuyo objeto principal es el desarrollo del sistema de venta directa que se unen a la Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa con posterioridad a su constitución para permanecer en ella en forma activa y quienes están obligados a cumplir con las normas del presente Código de Ética.

VENTA DIRECTA: Es la comercialización de bienes de consumo general, directamente a los consumidores, en sus hogares o en los hogares de otros, en su sitio de trabajo, y en otros lugares apartados de los sitios de venta al detalle y del comercio en general, realizada usualmente a través de un Distribuidor Independiente, mediante la explicación o demostración directa de los productos, con el fin de obtener un pedido que será cobrado y entregado a los consumidores.

VENTA DE GRUPO: Se refiere a la venta por parte de un vendedor directo, a través de la explicación y la demostración de productos a un grupo de posibles consumidores, realizada por lo general en el hogar de un anfitrión que invita a otras personas para este fin.

DISTRIBUIDOR INDEPENDIENTE: Toda persona física o jurídica que es miembro o contratista de un sistema de venta de una empresa de Venta Directa, que distribuye u ofrece al público en general, o a una parte de él, a cambio de un precio, uno o más bienes producidos por él mismo o por terceros, destinados a satisfacer una o más necesidades de ese público. Este distribuidor, que desarrolla la actividad de venta directa, puede ser llamado un proveedor, agente mercantil, un comisionista independiente, un representante o tener alguna calidad similar a las anteriores.

EMPRESA DE VENTA DIRECTA: Es una persona jurídica comercial, que utiliza el sistema de Venta Directa para la comercialización y distribución de productos relacionados con su marca comercial o marca de servicio u otro símbolo de identificación comercial.

PRODUCTOR: Toda persona natural o jurídica, que elabore, procese, transforme o utilice uno o más bienes, con el propósito de obtener uno o más productos destinados al consumo público. Los importadores se llaman productores respecto de los bienes que introduzcan al mercado nacional.

PRODUCTOS: Incluye bienes suministrados y servicios prestados por las compañías de venta directa o por sus Distribuidores Independientes, ya sean tangibles o intangibles.



CONSUMIDOR: Toda persona, natural o jurídica, que contrata la adquisición, utilización o disfrute de un bien o producto, para la satisfacción de una o más necesidades.

PPROPAGANDA COMERCIAL: Todo anuncio que se haga al público o una parte de él, para promover o inducir a la adquisición, utilización, o disfrute de un bien o producto, con o sin indicación de divulgación, tales como radio, televisión, prensa, afiches, pancartas, volantes, vallas, folletos, revistas, internet, redes sociales y en general todo sistema de publicidad.

IDONEIDAD DE UN BIEN: Su aptitud para satisfacer la necesidad o necesidades para las cuales ha sido producido, así como las condiciones bajo las cuales se debe utilizar en orden a la normal y adecuada satisfacción de la necesidad o necesidades para las cuales está destinado.

CALIDAD DE UN BIEN: El conjunto total de las propiedades, ingredientes o componentes que lo constituyen, determinan, distinguen o individualizan.

HOJA DE PEDIDO: Documento recibo donde se hace un pedido. Puede ser un contrato o una forma impresa y escrita.

RECLUTAMIENTO: Cualquier actividad realizada con el fin de inducir a una persona física o jurídica a convertirse en Distribuidor Independiente.

ADMINISTRADOR DEL CODIGO: Es la persona física o cuerpo independiente de personas, designado por la Junta Directiva de la Asociación Costarricense de

Empresas de Venta Directa para vigilar el cumplimiento diario y continuo del Código de Ética, por parte de las compañías de venta directa, y para resolver las quejas presentadas de conformidad con el presente código.

CAPITULO II

CONDUCTAS GENERALES DE LAS EMPRESAS DE VENTA DIRECTA

ARTICULO CUARTO.

Las empresas de venta directa, miembros de ACEVED, deberán asumir, en el ámbito de su actuación, el compromiso de conducirse lícitamente, dentro del marco general de las normas costarricenses y de los Códigos Mundiales de Ética de



la WFDSA, hacia los Distribuidores, entre Vendedores y entre las Compañías de Venta Directa, obrando con justicia, veracidad, responsabilidad, respeto y lealtad hacia las otras empresas asociadas, las diversas autoridades gubernamentales y el consumidor final.

ARTICULO QUINTO.

Las empresas de venta directa desempeñarán sus funciones dentro de los parámetros de la buena fe comercial y se comprometen a no realizar actos constitutivos de competencia desleal, es decir actos o hechos contrarios a dicha buena fe comercial y al honrado y normal desenvolvimiento de las actividades industriales y comerciales.

INCISO PRIMERO.

Para los efectos de este artículo, constituyen competencia desleal los siguientes hechos:

1. Los medios o sistemas encaminados a crear confusión con un competidor del sistema de venta directa, sus establecimientos de comercio y sus productos.
2. Los medios o sistemas tendientes a desacreditar a un competidor del sistema de venta directa, sus establecimientos de comercio y sus productos.
3. Los medios o sistemas dirigidos a desorganizar internamente una empresa competidora en el sistema de venta directa o a obtener sus secretos.
4. Los medios o sistemas encauzados a obtener la desviación de la clientela de cualquiera de las compañías de venta directa, siempre que sean contrarios a las costumbres comerciales.
5. Los medios o sistemas encaminados a crear desorganización general del mercado de la venta directa.
6. Las maquinaciones reiteradas tendientes a privar a un competidor de sus técnicos o empleados de confianza, aunque no produzcan la desorganización de la empresa de venta directa ni se obtengan sus secretos.
7. La utilización directa o indirecta de una denominación de origen falsa o engañosa; la imitación de origen aunque se indique la verdadera procedencia del producto o se emplee en traducción, o vaya acompañada de expresiones tales como "género", "manera", "imitación", o similares.
8. Las indicaciones o ponderaciones cuyo uso puede inducir al consumidor a error sobre la naturaleza, modo de fabricación, características, aptitud en el empleo o cantidad del producto.



9. En general, cualquier otro procedimiento similar a los anteriores, realizado por un competidor en el mercado de venta directa, en detrimento de otros o de la colectividad, siempre que sea contrario a las costumbres mercantiles.

ARTICULO SEXTO.

Las empresas de venta directa actuarán dentro de los parámetros legales establecidos para la libre competencia, quedando prohibida la realización de actos que la limiten y la ejecución de conductas y prácticas o convenios comerciales prohibidos por las leyes costarricenses o que constituyan un abuso de la posibilidad de determinar, directa o indirectamente, las condiciones del mercado de venta directa. No obstante lo anterior, las compañías de venta directa podrán:

1. Cooperar en investigaciones y desarrollos de nuevas tecnologías relacionadas con el negocio de la venta directa.
2. Realizar acuerdos sobre cumplimiento de normas estándares y medidas no adoptadas como obligatorias, cuando las mismas no limiten la entrada de competidores al mercado de la venta directa.
3. Establecer procedimientos, métodos sistemas y formas de utilización de facilidades comunes.

INCISO PRIMERO.

Para los efectos de este artículo, se consideran conductas, actos o acuerdos contrarios a la libre competencia, entre otros, los siguientes:

1. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la fijación directa o indirecta de precios.
2. Los que tengan por objeto o tengan como efecto determinar condiciones de venta o comercialización discriminatoria para con terceros.
3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la repartición del mercado de venta directa entre productores o entre distribuidores.
4. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación de cuotas de producción o de suministro.
5. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la asignación, repartición o limitación de fuentes de abastecimiento de insumos productivos.



6. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la limitación a los desarrollos técnicos.

7. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales que por su naturaleza no constituyan objeto del negocio.

8. Los que tengan por objeto o tengan como efecto la colusión de las licitaciones o concursos o los que tengan como efecto la distribución de adjudicaciones de contratos, distribución de concursos, o fijación de términos de las propuestas.

9. La infracción de normas sobre publicidad contenidas en el Estatuto de Protección al Consumidor Costarricense.

10. Influnciar a una empresa para que incremente los precios de los productos o para que desista de su intención de rebajar los precios.

11. Negarse a vender a un consumidor o discriminar en contra del mismo cuando ello pueda entenderse como una retaliación a su política de precios.

INCISO SEGUNDO.

Para los efectos del presente artículo, se considerará que hay abuso de la posición predominante, por parte de las compañías de venta directa, cuando realicen las siguientes conductas:

1. La disminución de precios por debajo de los costos cuando tengan por objeto eliminar uno o varios competidores o prevenir la entrada o expansión de estos.

2. La aplicación de condiciones discriminatorias para operaciones equivalentes, que coloquen a un consumidor o proveedor en situación desventajosa frente a otro consumidor o proveedor de condiciones análogas.

3. Los que tengan por objeto o tengan como efecto subordinar el suministro de un producto a la aceptación de obligaciones adicionales, que por su naturaleza no constituyen el objeto del negocio.

4. La venta a un comprador en condiciones diferentes de las que se ofrecen a otro comprador cuando sea con la intención de disminuir o eliminar la competencia en el mercado de la venta directa.



5. Vender en alguna parte del territorio costarricense a un precio diferente a aquel al que se ofrece en otra parte del territorio costarricense, cuando la intención o el efecto de la práctica sea disminuir o eliminar la competencia en esa parte del país y el precio no corresponda a la estructura de costos de la transacción.

ARTICULO SEPTIMO.

Los perjudicados por actos de competencia desleal, que limiten la libre competencia o se constituyan en abuso de la posición predominante, tendrán derecho a ejercitar contra la compañía que los realice, todas las acciones que consagra la ley costarricense para lograr la indemnización de los perjuicios causados con ocasión de los mismos.

ARTICULO OCTAVO.

Las empresas de venta directa se obligan a asumir las siguientes conductas respecto de los consumidores:

1. A garantizarles la calidad e idoneidad de los bienes.
2. A que la propaganda comercial, literatura y material promocional empleada por las compañías de venta directa, sea clara y precisa, para no inducir a los consumidores al error de pensar que los productos tengan una aplicación distinta a la que realmente tienen o cualidades o ventajas que no posean.
3. A garantizar que los productos que sean ofrecidos a través del sistema de venta directa, sean los que se entreguen efectivamente a los consumidores.
4. A no emplear engaños, ni prácticas desleales en su acercamiento a los consumidores.
5. A cumplir con los estatutos de la Defensoría del Consumidor.

ARTICULO NOVENO.

Las empresas de venta directa se obligan a asumir las siguientes conductas respecto de los Distribuidores Independientes:

1. A no seducir o solicitar a cualquiera de los Distribuidores Independientes, mediante la seducción sistemática, para que pasen a otra compañía competidora de la suya.
2. Denigrar injustamente a sus Distribuidores Independientes, productos, ventas y planes de comercialización y no permitir que los Distribuidores Independientes denigren injustamente los productos las ventas y planes de comercialización de otras compañías competidoras, ni de las características de las mismas



CONDUCTAS GENERALES DE LAS EMPRESAS DE VENTA DIRECTA HACIA LOS DISTRIBUIDORES INDEPENDIENTES

ARTICULO DECIMO.

Es obligación de las compañías de venta directa velar porque sus Distribuidores Independientes se adhieran al presente código y cumplan con sus reglas y normas de conducta, buscando que dicho cumplimiento se de como una condición previa para el desarrollo de sus actividades de venta directa.

ARTICULO DECIMO PRIMERO.

Además de las conductas establecidas en el artículo noveno de este código, las empresas de venta directa no podrán emplear prácticas engañosas o injustas de reclutamiento, o realizar actividades engañosas o injustas, tendientes a inducir a una persona física o jurídica a convertirse en Distribuidor Independiente o que puedan llevar a confusión acerca del negocio de venta directa.

ARTICULO DECIMO SEGUNDO.

Es responsabilidad de las compañías de venta directa proveer, tanto a sus Distribuidores Independientes como a los potenciales, la información comercial exacta y completa relacionada con la oportunidad, las condiciones de venta, sus derechos y obligaciones. En consecuencia, las compañías de venta directa, de manera falsa o engañosa, no podrán realizar ninguna representación táctica que no pueda verificarse o hacer promesas que no puedan ser cumplidas por los Distribuidores Independientes potenciales.

ARTICULO DECIMO TERCERO.

Las compañías de venta directa se comprometen a que no presentarán a sus Distribuidores Independientes información inexacta relacionada con las ventas reales o potenciales y que la misma se basará en hechos reales y totalmente documentados y soportados contablemente.

ARTICULO DECIMO CUARTO.

Las compañías de venta directa se responsabilizarán de entregar a sus Distribuidores Independientes, ya sea un documento escrito que será firmado entre las mismas y estos, o cualquier tipo de declaración escrita que contenga todos los detalles esenciales sobre su relación comercial relacionada con la venta directa. Las compañías adquieren el compromiso de informar a sus Distribuidores Independientes sobre sus obligaciones legales, incluso todas las licencias, registros e impuestos aplicables a su negocio.



ARTICULO DECIMO QUINTO.

Es responsabilidad de las compañías de venta directa no pedir a sus Distribuidores Independientes cuotas excesivamente altas, por concepto de ingreso, capacitación, franquicia, propaganda comercial u otros conceptos relacionados con el derecho de participar en la misma en dicha condición. ARTICULO DECIMO SEXTO. Las compañías de venta directa se responsabilizarán de no exigir a los Distribuidores Independientes que compren inventarios de los productos en cantidades razonablemente grandes. Para ello buscarán determinar la cantidad adecuada de sus inventarios, la relación de los mismos con base en la realidad de las ventas, la naturaleza de la competencia de los productos, el ambiente del mercado, y las políticas de devolución y de reembolso de las empresas.

ARTICULO DECIMO SEPTIMO.

Las compañías de venta directa podrán proporcionar, a solicitud de los Distribuidores Independientes, reportes concernientes a sus ventas, compras, comisiones, descuentos, entregas, cancelaciones, y otros datos relevantes, de conformidad con el contrato y/o los documentos pactados entre las compañías y los Distribuidores Independientes. Todo Descuento será aplicado a estos últimos de conformidad con las normas legales, comerciales y fiscales pertinentes.

ARTICULO DECIMO OCTAVO.

Las compañías de venta directa se comprometen a proporcionar a sus Distribuidores Independientes formación y capacitación que les permita funcionar éticamente. Lo anterior puede lograrse mediante sesiones de capacitación o a través de manuales, guías escritas, o materiales audiovisuales.

CAPITULO IV CONDUCTAS GENERALES DE LAS EMPRESAS DE VENTA DIRECTA HACIA LOS CONSUMIDORES Y PROTECCION A LOS CONSUMIDORES

ARTICULO DECIMO NOVENO. La calidad de los bienes ofrecidos a los consumidores por las compañías de venta directa o por sus Distribuidores Independientes, así como la información que debe suministrarse a dichos consumidores están protegidas por la constitución y la ley costarricense. Serán responsables, de acuerdo a la ley costarricense, quienes en la producción y en la comercialización de bienes



atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores.

ARTICULO VIGESIMO. Todo productor deberá informar al público de manera suficiente, respecto de la calidad e idoneidad de los bienes que se ofrecen a los consumidores potenciales, mediante la mención del número y la fecha del registro, la entidad ante la cual se haya efectuado, y, si es del caso, la licencia o normas técnicas oficializadas, en el caso de aquellos bienes que así lo requieran.

ARTICULO VIGESIMO PRIMERO.

Quedan terminantemente prohibidas las explicaciones, demostraciones, marcas, leyendas y propaganda comercial que no correspondan a la realidad así como las que induzcan o puedan inducir a error respecto de la naturaleza, el origen, el modo de fabricación, los componentes, los usos, el volumen, peso o medida, los precios, la forma de empleo, las características, las propiedades, la calidad, la idoneidad, o la cantidad de los bienes ofrecidos. La propaganda comercial de los bienes que se haga utilizando imágenes del producto o del conjunto, (como cuando en su envase o en su empaque, o en cualquier otro medio de publicidad empleado, aparezcan películas, fotografías, o dibujos del bien o conjunto de bienes, cantidad de uno u otro, contenida dentro del envase o empaque) deberá ser, como mínimo, la que aparezca en las imágenes empleadas en la propaganda. En caso contrario, el productor responderá por la inducción a error al consumidor. Las empresas de venta directa se comprometen a que los documentos relacionados con promociones, anuncios, o envíos por correo, no tendrán ninguna descripción del producto, aseveraciones o ilustraciones engañosas, y contendrán el nombre, domicilio y número telefónico de la compañía.

ARTICULO

VIGESIMO SEGUNDO.

Los consumidores tienen el derecho a que toda información que se les de acerca de los componentes y propiedades de los productos ofrecidos por el Distribuidor Independiente, sea exacta, completa, veraz y suficiente, en particular respecto del precio y, si es aplicable, respecto del precio a crédito, los plazos de pago, el período de retracto en la venta y los



procedimientos de devolución de los productos, garantía de satisfacción, y sobre las condiciones de idoneidad y calidad de los mismos, según sea la naturaleza y clase de los productos, el servicio posterior a la venta, así como la entrega y plazos para la misma.

ARTICULO VIGESIMO TERCERO.

Las empresas de venta directa se comprometen a que sus Distribuidores Independientes no utilicen prácticas engañosas o injustas en la venta de los productos hacia los consumidores potenciales. Para ello, desde el inicio de la venta, se buscará que los vendedores directos se identifiquen en forma veraz ante dichos clientes potenciales e identifiquen a la compañía de venta directa, sus productos y el objetivo de su utilización. En las ventas de grupo, se propenderá a que los Distribuidores Independientes dejen claro el objetivo de la reunión, tanto a la anfitriona de la misma como a los participantes.

ARTICULO VIGESIMO CUARTO.

Las empresas de venta directa se comprometen a que los Distribuidores Independientes proporcionen respuestas precisas y comprensibles a todas las preguntas de los consumidores relacionadas con el producto y las condiciones de ofrecimiento efectuadas sobre el mismo.

ARTICULO VIGESIMO QUINTO.

Las empresas de venta directa no podrán autorizar a sus Distribuidores Independientes a realizar promesas verbales con respecto al producto, a menos que expresamente hayan sido autorizadas por aquellas para el efecto. ARTICULO VIGESIMO SEXTO. Las empresas de venta directa buscarán mecanismos que conlleven a que sus Distribuidores Independientes no manipulen las ofertas o venta de productos en una manera tal que las mismas tiendan a engañar al consumidor. Para ello, se abstendrán de hacer comparaciones que puedan engañar y que sean incompatibles con los principios de la competencia leal. Los puntos de comparación no se seleccionarán injustamente y se basarán en hechos que puedan justificarse y demostrarse por cualquier medio probatorio. Así mismo, las compañías de venta directa propenderán a que los Distribuidores Independientes no denigren injustamente de cualquier empresa o producto que sea su competencia en el mismo ramo de negocios, ni aprovechen injustamente la buena fe adjunta al nombre comercial y al símbolo de la empresa de venta directa o de sus productos.



ARTICULO VIGESIMO SEPTIMO.

Las empresas de venta directa orientarán a sus vendedores directos para que los contactos personales o telefónicos se realicen de una manera razonable y durante horas razonables, con el fin de evitar cualquier imposición en la venta hacia un consumidor potencial. Así mismo, buscarán que los Distribuidores Independientes descontinúen una demostración o presentación de ventas, cuando se lo solicite el consumidor.

ARTICULO VIGESIMO OCTAVO.

Las empresas de venta directa propenderán a que los vendedores directos no abusen de la confianza de los consumidores individuales, no se aprovechen de su falta de experiencia comercial y no exploten la edad, enfermedad, falta de comprensión y falta de conocimiento del lenguaje o cualquier otra limitación física o mental de los consumidores.

ARTICULO VIGESIMO NOVENO.

Las empresas de venta directa sugerirán a sus Distribuidores Independientes que no induzcan a sus consumidores a comprar los productos con base en la promesa que realicen a estos de poder reducir o recuperar el precio de compra recomendando a otros consumidores potenciales sobre ventas similares, si dichas reducciones o recuperaciones están condicionadas o dependen de algún acontecimiento futuro, incierto y poco seguro.

ARTICULO TRIGESIMO.

Las empresas de venta directa velarán porque cualquier pedido hecho por un consumidor potencial sea llenado por este en el momento de la venta. Se buscará igualmente, que en dicho pedido se identifique a la empresa de venta directa, su domicilio y número telefónico; al Distribuidor Independiente con su nombre o razón social, domicilio permanente y número telefónico y, por último, los términos materiales de la venta en forma claramente legibles.

ARTICULO TRIGESIMO PRIMERO.

Las empresas de venta directa se comprometen a que sus Distribuidores Independientes se asegurarán que cualquier forma de pedido contenga un plazo de garantía de satisfacción y calidad de acuerdo con las políticas definidas por estas. Las compañías de venta directa que ofrezcan un derecho incondicional de



devolución, deberán indicarlo expresamente por escrito al consumidor potencial.

ARTICULO TRIGESIMO SEGUNDO.

Las empresas de venta directa velarán porque sus Distribuidores Independientes den cumplimiento y efectúen la entrega de los pedidos realizados por sus consumidores, de manera oportuna y de acuerdo con los plazos a que se comprometieron.

ARTICULO TRIGESIMO TERCERO.

Los detalles y las limitaciones del servicio posterior a la venta, los términos y vigencia de las garantías de satisfacción y de calidad sobre los productos, el nombre y domicilio del garante y la forma de reclamar dichas garantías por el consumidor, serán explicados claramente en la forma de pedido o en otros documentos que éste acompañe o se proporcionarán junto con el producto.

ARTICULO TRIGESIMO CUARTO.

Los términos de una garantía de calidad, sobre las condiciones de calidad e idoneidad de los bienes que vendan las compañías de venta directa o sus Distribuidores Independientes y el término de la misma, serán de responsabilidad de las primeras, sin perjuicio de que estos puedan exigir el cumplimiento de dichas garantías a otros distribuidores o comercializadores, sean o no productores.

ARTICULO TRIGESIMO QUINTO.

Los consumidores tendrán derecho a reclamar la efectividad de las garantías de calidad sobre los productos vendidos, antes del vencimiento de su plazo. En este evento, las empresas de venta directa y sus vendedores directos, no podrán cobrar suma alguna del consumidor, por los gastos y costos que implique la reparación, reposición o devolución de los productos, por fallas en la calidad o idoneidad de los mismos, ni por el transporte o acarreo hacia el consumidor, todos los cuales correrán en todo caso por cuenta de quién efectúo la venta. En caso de repetirse la falla del bien se procederá a su cambio por otro de la misma especie, si lo solicita el consumidor, salvo convención expresa en contrario y a condición de que la solicitud se haga estando aún vigente el plazo de la citada garantía.

ARTICULO TRIGESIMO SEXTO.

Las conductas de las empresas de venta directa y de los Distribuidores Independientes hacia los consumidores y los derechos de los consumidores, se regirán de una manera general por las normas contempladas en el Código de Comercio de Costa Rica.



CAPITULO V

RESPONSABILIDAD,

ADMINISTRACION, VIGILANCIA, APLICACIÓN Y VIGENCIA DEL CODIGO DE ÉTICA DE LA ASOCIACIÓN COSTARRICENSE DE EMPRESAS DE VENTA DIRECTA

ARTICULO

TRIGESIMO SEPTIMO.

La responsabilidad original para el cumplimiento de este Código de Ética, descansa primordialmente en ACEVED y específicamente en sus miembros fundadores y adherentes, quienes, para su operatividad, delegan la administración, vigilancia y cumplimiento de las normas en él contempladas, en la Junta Directiva de dicha Asociación.

ARTICULO TRIGESIMO OCTAVO.

Para un cabal cumplimiento de las normas contenidas en el presente código de ética, la Junta Directiva, en su calidad de administrador y vigilante principal del mismo, podrá delegar las funciones de vigilancia y de cumplimiento diario y continuo del código de ética, por parte de las empresas de venta directa y de sus Distribuidores Independientes, en personas físicas o en un grupo de personas que se denominará Administrador del Código, quien se obliga, a mantener informada a la Junta Directiva sobre sus acciones, a través de informes escritos o verbales, que serán presentados en las reuniones de dicho órgano directivo.

ARTICULO

TRIGESIMO NOVENO.

La Junta Directiva será la encargada de definir las pautas de acción que tenga el Administrador del Código, así como los procedimientos para solucionar todo tipo de quejas que presenten los miembros de la Asociación, los Distribuidores Independientes de las empresas de venta directa y los consumidores. La delegación que realice la Junta Directiva en el Administrador del Código, implica que éste está facultado para solucionar en un período reducido de tiempo dichas quejas y para determinar las acciones sobre las mismas, sin poder imponer sanciones, ni establecer procedimientos de solución diferentes a los fijados por la Junta Directiva.

ARTICULO CUADRAGESIMO.

En el evento de comprobarse casos de difícil solución o situaciones que impliquen la violación de las disposiciones del presente Código de Ética, el Administrador del Código deberá presentar la solicitud correspondiente ante la Junta directiva, debidamente sustentada en hechos ciertos y comprobados, sugiriendo las acciones a seguir y/o sanciones a imponer, para que este órgano directivo, defina según el orden de cada solicitud, los casos de cancelación de pedidos, devolución de bienes comprados por consumidores, el reembolso de pagos u otras acciones adecuadas, incluso advertencias a los vendedores directos, la cancelación y terminación de contratos celebrados entre las empresas de Venta Directa y los Distribuidores Independientes, otras relaciones entre las empresas de Venta Directa, advertencia a las mismas, su inclusión y exclusión como miembros de la Cámara y la forma como se darán a conocer públicamente sus decisiones

ARTICULO CUADRAGESIMO PRIMERO.

El presente código de ética tendrá aplicación en todo el territorio de la república de Costa Rica y obliga desde la fecha de su expedición a todos los miembros fundadores y adherentes de la Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa, quienes se comprometen a mantener un nivel de conducta ética que será superior a cualquier norma o requisito legal existente sobre la materia. Es condición esencial, para la aplicación de este Código de Ética, ser miembro activo de la Asociación Costarricense de Empresas Venta Directa y asistir a las reuniones que convoque dicha Asociación en forma permanente. Cuando una empresa de venta directa sea excluida de la Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa o deje de ser miembro, no estará obligada por este código, cuyas disposiciones continuarán siendo aplicables a acontecimientos o transacciones que ocurran durante el tiempo en el cual la compañía era miembro de la Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa. No obstante lo previsto en el presente Código de Ética, las empresas de venta directa y sus Distribuidores Independientes se obligan a cumplir con los requisitos legales y oficiales previstos en las normas costarricenses que regulan las materias respectivas.



ARTICULO CUADRAGESIMO SEGUNDO.

En el evento en que haya modificación a las normas legales que reglamentan las materias comerciales y jurídicas de este código, la Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa debe variar sus disposiciones, bajo la condición de que se conserve su filosofía y fundamentos éticos primordiales o según lo requieran la constitución política y las leyes costarricenses.

ARTICULO CUADRAGESIMO TERCERO

. El presente código rige a partir de la fecha de su firma y expedición. Para su divulgación en la forma más amplia que sea posible, la Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa publicará el presente código en su página web para el conocimiento de sus asociados, Distribuidores Independientes y público en general. Para constancia de su aprobación, los miembros fundadores de la Asociación Costarricense de Empresas de Venta Directa firman el presente Código de Ética en la ciudad de San José de Costa Rica, a los veintitrés días del mes de noviembre del año dos mil doce.