

CÓDIGO ÉTICO

Desde empenYA queremos mantener un Código Ético con nuestros clientes, afiliados y embajadores de marca, por lo que todos los afiliados y embajadores de marca y la propia Compañía se adhieren desde el momento de su registro al presente Código Ético de conducta aprobado y publicado, lo que implica una garantía más de nuestro buen hacer profesional.

1. GENERALIDADES

1.1 ÁMBITO

El presente Código pretende regular los conflictos éticos que puedan surgir del complejo sistema de una red de ventas directas.

El Código está diseñado para contribuir a la satisfacción y protección de los Consumidores y los embajadores de marca y promover la justa competencia dentro del marco de la libre empresa e incrementar la imagen pública de empenYA. Persigue establecer las responsabilidades y derechos de los embajadores de marca frente a la Compañía, garantizar el correcto funcionamiento en el trato comercial y los beneficios derivados de las actividades que conllevan a la afiliación, dentro de los principios de armonía, respeto y legalidad en todos los actos.

1.2 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Para los propósitos del Código los términos tienen el significado siguiente:

COMPAÑÍA: NATURKIN NATURAL, SL

CONSUMIDOR: Cualquier persona que compre y consuma productos recomendados o promocionados por un embajador de marca o afiliado de empenYA.

EMBAJADOR DE MARCA (agente distribuidor independiente): una persona o entidad que tiene derecho a recomendar, comprar y/o vender los productos de empenYA y que puede tener derecho a reclutar otros embajadores de marca. Los embajadores de marca generalmente venden y promocionan los productos directamente a consumidores sin que tengan un local establecido y permanente de ventas al por menor, usualmente la operación se realiza a través de la explicación y demostración de productos y servicios. Un embajador de marca puede ser un agente comercial independiente, un contratista independiente, un negociante independiente o un distribuidor, o representante autoempleado o cualquier otro representante de ventas semejantes de una Compañía.

PEDIDO: Documento escrito o electrónico confirmando detalles de una orden del consumidor que sirve como recibo de venta al consumidor.

PRODUCTO: Tangibles e intangibles bienes de consumo y servicios que comercializa empenYA.

RECLUTAMIENTO: Cualquier actividad que conduzca al fin de favorecer a una persona a hacerse embajador de marca.

1.3 COMPAÑÍA

empenYA se compromete a aplicar el presente Código y a difundir a Consumidores y embajadores de marca este Código.

1.4 embajadores de marca

Los embajadores de marca están sujetos a este Código, siendo condición previa de afiliación a empenYA su adhesión a las reglas de conducta que se ajusten a las normas de este Código.

1.5 AUTORREGULACIÓN

Este Código no es jurídico; pero sus normas y obligaciones requieren de empenYA y de los embajadores de marca un nivel de conducta ética acorde con las exigencias legales aplicables o que aún las excedan. La no observancia de este Código no creará ninguna responsabilidad civil pero pueden conllevar la aplicación de sanciones preventivas o definitivas, según la gravedad de los preceptos infringidos y las consecuencias para la empresa y sus embajadores de marca.

Con la terminación de su membresía en empenYA, los embajadores de marca no estarán ya más sujetos por este Código. Sin embargo, sus disposiciones permanecen aplicables a los eventos o transacciones que ocurrieron durante el tiempo en que eran miembros.

2. CONDUCTA PARA LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES

2.1 PRÁCTICAS PROHIBIDAS

- Los embajadores de marca no usarán prácticas injustas, engañosas ni exageradas.
- Vender los productos a precio por debajo de la página web.

2.2 IDENTIFICACIÓN

Todos los embajadores de marca actúan de forma independiente y bajo su responsabilidad, asumiendo el riesgo y ventura de su labor empresarial; la relación con empenYA es única y exclusivamente comercial.

Al inicio de una presentación de ventas, los embajadores de marca, sin que se lo pidan, se identificarán, veraz y claramente y, además, identificarán la identidad de su compañía, la naturaleza de sus productos y el propósito de su solicitud al probable consumidor.

La mención: “embajador de marca” debe estar unida directamente después o por debajo del nombre de empenYA. Los embajadores de marca sólo podrán usar tarjeta de presentación, con el formato autorizado por empenYA. Los embajadores de marca podrán solicitar el formato a empenYA. Los embajadores de marca no podrán utilizar la razón social, logotipos o marcas de propiedad de empenYA sin la previa autorización de ésta, en medios impresos, visuales o auditivos.

2.3 EXPLICACIÓN Y DEMOSTRACIÓN

Los embajadores de marca les darán a los Consumidores completas y veraces explicaciones del Producto en lo que atañe al precio y si fuese aplicable, a los términos de crédito; términos de pago; un período de reflexión o cautela, incluyendo la política de devolución; términos de la garantía; servicio posterior a las ventas y fechas de envíos. Los embajadores de marca darán claras y veraces respuestas a todas las preguntas de los consumidores. Sobre la extensión o cobertura de las reclamaciones que pudieran hacerse con respecto a la eficacia del Producto, los embajadores de marca darán verbalmente o por escrito sólo aquéllas que estén autorizadas por empenYA.

Al presentar los productos o el plan de ganancias los embajadores de marca no podrán dar declaraciones falsas o exageradas respecto a los beneficios e incentivos.

2.4 PEDIDOS

Los pedidos se formalizarán a través de la página web de la empresa. Los términos y condiciones de la venta; detalles y limitación del servicio posterior a la venta; y los remedios u opciones que tenga el consumidor para efectuar su reclamación deben ser claramente expuestos por el embajador de marca. Todos los términos serán claros y veraces.

Los embajadores de marca deberán vender los productos al consumidor al precio que indica la empresa en su página web.

2.5 LITERATURA

La literatura promocional, anuncios y correspondencia no contendrán descripciones del producto, reclamaciones, fotos o ilustraciones que sean falsas o engañosas. La literatura promocional contendrá nombre y dirección o número de teléfono de la compañía y puede incluir el número de teléfono del embajador de marca.

2.6 TESTIMONIOS

La Compañía y los embajadores de marca no usarán ningún testimonio o respaldo que no esté autorizado, que sea falso, obsoleto o de cualquier manera inaplicable, no relacionado con la oferta o usado de cualquier forma para engañar al consumidor.

2.7 COMPARACIÓN Y DENIGRACIÓN

La Compañía y los embajadores de marca no usarán comparaciones engañosas ni falsas. Los puntos de comparación serán basados en hechos que puedan ser sustanciados o comprobados. La Compañía y los embajadores de marca no denigrarán injustamente a ninguna compañía, negocio o Producto, directamente o por implicación.

La Compañía y los embajadores de marca no se aprovecharán injustamente de la buena reputación vinculada al nombre comercial de otra compañía, negocio o producto.

2.8 PERÍODO DE CAUTELA O REFLEXIÓN Y DEVOLUCIÓN DE MERCANCÍA

Sea o no un requisito legal, la compañía y los embajadores de marca ofrecerán un período de cautela o reflexión que le permita al consumidor retirar el pedido dentro de un razonable período de tiempo sin explicar motivos. El período de cautela o reflexión

será claramente establecido. La compañía y los embajadores de marca ofrecerán el derecho de devolución, bien sea condicionado a ciertos eventos o bien no lo sea; pero siempre se proveerá por escrito.

2.9 RESPETO A LA PRIVACIDAD

Los embajadores de marca harán contacto personal o telefónico con los consumidores solamente de manera razonable y durante horas también razonables para evitar molestias o intromisiones. Un embajador de marca cesará inmediatamente una demostración o presentación de ventas tan pronto lo solicite el consumidor. Los embajadores de marca y empenYA tomarán los pasos apropiados para asegurar la protección de toda información privada proporcionada por un consumidor, por un consumidor potencial, afiliado o por un embajador de marca.

2.10 HONESTIDAD

Los embajadores de marca respetarán la falta de experiencia comercial de los consumidores. Los embajadores de marca no abusarán de la confianza de los consumidores individuales ni explotarán la edad, enfermedad, incompreensión o falta de familiaridad con el idioma de dichos consumidores.

2.11 VENTAS DE REFERENCIA

La Compañía y los embajadores de marca no inducirán a una persona a que compre mercancías o servicios basados en el supuesto de que el Consumidor pueda reducir o recuperar el precio de la compra al referir o recomendar potenciales clientes a los embajadores de marca por compras semejantes, si tales reducciones o recuperaciones son contingentes a la ocurrencia de un futuro evento.

2.12 ENTREGA

emprenYA y los embajadores de marca cumplirán las órdenes de pedidos oportuna y eficientemente.

3. CONDUCTA HACIA LOS EMBAJADORES DE MARCA Y AFILIADOS

3.1 CUMPLIMIENTO DE LOS EMBAJADORES DE MARCA Y AFILIADOS

Los embajadores de marca y afiliados, como una condición de afiliación en el sistema de distribución de emprenYA, deberán cumplir con las normas de este Código.

3.2 RECLUTAMIENTO

emprenYA no usará prácticas engañosas, falsas ni injustas en sus interacciones con potenciales o existentes embajadores de marca.

Los embajadores de marca de emprenYA tienen derecho a patrocinar a otros para que sean embajadores de marca de emprenYA en un número ilimitado. Antes de patrocinar a otra persona para que sea embajador de marca deberán explicar veraz y honestamente el plan de ganancias así como las políticas y condiciones generales de contratación con la empresa. Todos los embajadores de marca deberán mantener un contacto permanente con sus afiliados, de modo que puedan apoyarlos en organizar, ejecutar y evaluar las actividades para el crecimiento de su red.

3.3 INFORMACIÓN DE NEGOCIO

La información facilitada por emprenYA a sus potenciales o existentes embajadores de marca concerniente a la oportunidad y relacionados derechos y obligaciones, será veraz y completa. EmprenYA no hará ningún ofrecimiento u oferta a un potencial embajador de marca que no pueda verificarse ni hacer cualquier promesa que no pueda cumplirse. EmprenYA no presentará las ventajas de la oportunidad de venta a ningún reclutado potencial de una manera falsa o engañosa.

3.4 REMUNERACIÓN Y CUENTAS

EmprenYA facilitará a los embajadores de marca estados de cuenta periódicos concernientes, cuando sean aplicables, a ventas, compras, detalles de ganancias, comisiones, bonos, descuentos, repartos, cancelaciones y otros datos relevantes, en concordancia con los arreglos existentes entre la Compañía y sus embajadores de marca. Toda remuneración debida será pagada y cualesquiera descuentos o deducciones serán hechos de manera razonable y conforme a las prácticas comerciales.

3.5 DECLARACIÓN DE GANANCIAS

emprenYA y los embajadores de marca no desnaturalizarán ni exagerarán las ventas de sus actuales o potenciales embajadores de marca. Cualesquiera declaraciones de ganancias o ventas serán basadas en hechos documentados.

3.6 RELACIONES ENTRE LA COMPAÑÍA Y SUS EMBAJADORES DE MARCA Y AFILIADOS

emprenYA formalizará con sus embajadores de marca un acuerdo escrito firmado por la Compañía y el embajador de marca, con una declaración escrita que contenga todos los datos esenciales de la relación entre ellos.

3.7 CUOTAS

La Compañía y embajadores de marca no requerirán de los embajadores de marca o probables embajadores de marca cuotas de entrada, cuotas de entrenamiento, cuotas de franquicias, cuotas para materiales promocionales u otras cuotas relacionadas solamente con el derecho a participar en el sistema de distribución de emprenYA. Cualesquiera cuotas cargadas para ser embajador de marca se relacionarán directamente al valor de materiales, productos o servicios proveídos.

3.8 TERMINACIÓN DEL CONTRATO

Si se solicita a la terminación de la relación del embajador de marca con emprenYA, se comprará cualquier Producto no vendido, producto vendible de inventario, material promocional y útiles de aprendizaje que fueron comprados durante los últimos doce meses y reembolsarán el importe original al embajador de marca, descontando un cargo administrativo al embajador de marca del 10% del precio neto de la compra. El embajador de marca se hará cargo de los gastos de envío. emprenYA también puede deducir el costo de cualquier beneficio recibido por el embajador de marca basado en la compra original de las mercancías devueltas.

3.9 PROHIBICIÓN DE REALIZAR COMPRAS DE INVENTARIO EN EXCESO

Los distribuidores no están obligados a tener determinado nivel de inventario de productos ni de materiales de venta. Los distribuidores que así lo hagan podrían encontrar las ventas minoristas y la creación de la Organización de Ventas más fáciles en tanto en cuanto se satisfacen los pedidos o las necesidades de los nuevos distribuidores de forma más rápida. Cada distribuidor debe tomar su propia decisión con relación a este asunto.

Los distribuidores no pueden comprar más inventario del que puedan razonablemente vender o consumir ni pueden alentar a otros a hacerlo.”

3.10 OTROS MATERIALES

emprenYA prohíbe a los embajadores de marca que comercien o requieran la compra, por parte de otros, de cualquier material que sea inconsistente o contradictorio a las políticas o procedimientos de emprenYA. Los embajadores de marca que vendan aprobada literatura promocional o de entrenamiento:

- 1.- Utilizarán solamente materiales que cumplan con las mismas normas de emprenYA.
- 2.- Se abstendrán de exigir a sus vendedores la compra de útiles de aprendizaje como un requisito de incorporación al sistema.
3. Proveerán estos útiles de aprendizaje a precio justo y razonable, equivalente al material semejante que esté disponible en el mercado; y
- 4.- Ofrecerán una política escrita de devolución que sea la misma política de devolución de emprenYA que los embajadores de marca representan. emprenYA deberá aprobar los útiles de aprendizaje producidos por los embajadores de marca, para que cumplan con las provisiones de este Código y que no sean falsos ni engañosos.

3.11 ENTRENAMIENTO DEL embajador de marca

emprenYA facilitará adecuado entrenamiento que permita al embajador de marca trabajar éticamente.

4. PRÁCTICA DE LOS VALORES

4.1 LEALTAD

Los embajadores de marca serán leales a emprenYA, para responder a los principios y a las personas con las que existe un compromiso pactado. Los embajadores de marca no deberán comentar o realizar actos en contra de emprenYA.

Los embajadores de marca deberán comportarse con sobriedad en su labor así como en las actividades programadas por la empresa.

Los embajadores de marca deberán considerar que todo trabajo es digno y merece profundo respeto.

4.2 SOLIDARIDAD

Los embajadores de marca deberán trabajar en forma coordinada y solidaria con los demás embajadores de marca, sin realizar actos o emitir comentarios que vayan en contra de la reputación de emprenYA o del resto de embajadores de marca.

Los embajadores de marca no abusarán de la confianza de los otros embajadores de marca, respetarán la falta de experiencia comercial de los mismos, falta de comprensión y falta de conocimiento del lenguaje por parte de ellos.

Los embajadores de marca no deberán difamar, denigrar o lesionar el trabajo, práctica comercial o reputación de otro embajador de marca.

Los embajadores de marca deberán actuar con comprensión y paciencia, delante de los invitados y otros embajadores de marca.

emprenYA y todos los embajadores de marca deben tener en cuenta la opinión de los miembros de su red y desarrollar actividades para hacerlos crecer comercialmente, con un alto sentido de la ética y respeto.

4.3 INTEGRIDAD

Los embajadores de marca no pueden utilizar ningún medio para alterar o cambiar el precio, especificación, calidad, características, grado, composición, tipo y origen de los productos. Ni tampoco puede alterar o cambiar la condición de suministros de los productos u otras situaciones similares.

Los embajadores de marca no pueden falsificar productos o servicios que no sean de emprenYA, y mucho menos promover productos o servicios que no hayan sido autorizados para venderse por medio de emprenYA, con la finalidad de ofrecerles como si fueran productos y servicios de emprenYA.

Los embajadores de marca no pueden utilizar ningún medio para aparentar ser empleado o compañero de negocios en emprenYA.

Los embajadores de marca serán un ejemplo constante de profesionalismo e integridad para toda su línea.

4.4 CONFIDENCIALIDAD

Los embajadores de marca deben fidelidad a la empresa, así como guardar discreción y reserva sobre los temas tratados en la empresa cuando estos sean de carácter confidencial.

4.5 IMAGEN DE LA EMPRESA

Todo embajador de marca debe realizar constantemente esfuerzos para elevar el prestigio y conocimiento de la empresa, producto y ventajas del negocio. Debe rechazar la improvisación que va contra la buena imagen y prestigio tanto de empenYA como del producto.

Los embajadores de marca podrán solicitar difundir la imagen de la empresa mediante banner debidamente autorizados por la empresa.

4.6 RESPONSABILIDAD

La Compañía y los embajadores de marca deben animar a los embajadores de marca de su línea descendiente y, bajo su patrocinio, para que participen en reuniones y otras actividades realizadas por empenYA. Sin embargo no deben forzar, engañar o hacer otro uso de medios contrarios a la ética. Asimismo deben animar a los embajadores de marca y sus descendientes a que investiguen más sobre los productos comercializados por empenYA.

5. CONDUCTA ENTRE COMPAÑÍAS

5.1 INTERACCIÓN

empenYA conducirá sus actividades con el espíritu de competencia justa hacia otras empresas.

5.2 SOLICITACIÓN

La Compañía y los embajadores de marca no tratarán sistemáticamente de solicitar, seducir o reclutar los distribuidores de otras Compañías.

5.3 DENIGRACIÓN

La Compañía no denigrará injustamente ni permitirán que sus embajadores de marca denigren injustamente los productos de otra compañía, sus ventas y plan de compensación o cualquier otro aspecto de otra compañía.

6. CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO

6.1 RESPONSABILIDADES DE LA COMPAÑÍA

La responsabilidad primaria para el cumplimiento de este Código por empenYA y sus embajadores de marca le corresponderá a la propia Compañía. En caso de cualquier infracción de este Código, empenYA realizará todos los esfuerzos razonables para satisfacer al reclamante.

6.2 PROCESO DE QUEJAS

empenYA nombrará una persona u organismo como Árbitro para la resolución de cualquier queja en relación al incumplimiento del presente código.

El Árbitro puede requerir la cancelación de pedidos, devolución de Productos comprados, reembolso de pagos u otras acciones apropiadas, incluyendo advertencias

a los embajadores de marca o a emprenYA, cancelación o terminación de contratos de embajadores de marca u otras relaciones con emprenYA.

emprenYA también establecerá, publicará y ejecutará los procedimientos para tramitar quejas a fin de asegurar una pronta resolución de toda queja o reclamación.

6.3 SUGERENCIAS

Los embajadores de marca tienen el derecho a presentar las sugerencias, quejas y reclamos

que estimen conveniente, siendo éstas desde un punto de vista constructivo que sean dirigidas a solucionar los problemas que puedan surgir, a mejorar las deficiencias e innovar proactivamente los sistemas, métodos y otros temas que estime necesario. Estas se harán de acuerdo a los canales correspondientes que emita la empresa y que emprenYA sabrá valorarlos.

7. SANCIONES

El incumplimiento del Código de Ética, obliga a emprenYA a aplicar sanciones según la gravedad del caso, las mismas que se detallan a continuación.

7.1 LLAMADA DE ATENCIÓN

En los siguientes casos:

- Falta de respeto a afiliados, consumidores o al personal de la empresa.
- Atribuir beneficios falsos, engañosos o exagerados a los productos que comercializa emprenYA.
- Crear o distribuir publicidad no autorizada por emprenYA.

- No brindar toda la información a sus nuevos afiliados.
- Vender por debajo de los precios establecidos por la empresa.

7.2 PÉRDIDA DE PREMIOS Y RETRIBUCIONES

En los siguientes casos:

- Difamar al personal o embajadores de marca de emprenYA.
- Condicionar la venta de productos a futuros clientes o embajadores de marca.
- Realizar cobros a los afiliados, por capacitaciones sobre la empresa, producto o plan de compensación.

7.3 TERMINACIÓN DEL CONTRATO CON emprenYA

En los siguientes casos:

- Inducir a un posible nuevo embajador de marca a cambiarse de patrocinador.
- Vender los productos a otros clientes o embajadores de marca por debajo del precio web.
- Engañar u omitir información a los clientes o embajadores de marca sobre el Plan de Compensación, Código Ético, etc.
- Utilizar oficinas o Centros de Distribución de emprenYA para promover, difundir, publicar o invitar a trabajar con otra empresa de venta directa.