

Código de Ética do Clube FM GROUP (Código)

I. O Código define as regras e os comportamentos éticos a que devem obedecer todos os que se relacionam com o Clube FM GROUP.

II. Princípios gerais

1. As relações entre o Parceiro de Negócio e o FM GROUP baseiam-se na cooperação, confiança, honestidade, respeito, lealdade e cuidado com o bom nome do FM GROUP.
2. O Parceiro de Negócio não deve agir de forma a prejudicar o bom nome do FM GROUP.
3. Ao Parceiro de Negócio é proibido divulgar informações falsas ou incorretas sobre o FM GROUP.
4. O Parceiro de Negócio é obrigado a manter a confidencialidade de todas as informações sobre as relações internas entre ele e o FM GROUP, incluindo as informações disponíveis na Área do Parceiro.
5. É proibido fornecer a terceiros, incluindo a outros Parceiros de Negócio, dados pessoais de Parceiros de Negócio a que tem acesso devido à sua pertença no Clube FM GROUP.
6. O login/utilizador e a palavra-chave da Área do Parceiro são confidenciais.
7. O Parceiro de Negócio deve agir de forma honesta, em conformidade com a lei e com respeito pelos outros membros do Clube FM GROUP.
8. São proibidas as práticas que tenham por objetivo aumentar ficticiamente os Pontos de grupo – (Volume de Pontos Grupais) e deste modo obter Remunerações e Descontos comercial.
9. Ao Parceiro de Negócio está vedado o aumento dos Pontos de grupo – (Volume de Pontos Grupais) ao não levantar os Produtos encomendados.
10. O Parceiro de Negócio deve ser o Patrocinador das pessoas próximas, tais como, os cônjuges, filhos, pais, irmãos, avós, tutor ou pessoa em relação de união de facto devem registar-se no Clube FM GROUP diretamente sob o registo daquele.
11. O Parceiro de Negócio deve apenas utilizar os próprios dados pessoais.
12. É proibido realizar práticas que possam induzir em erro, enganosas ou falsas no processo de recrutamento e patrocínio de novos Parceiros de Negócio.
13. O Parceiro de Negócio não deve agir, de forma direta ou indireta, com o objetivo de induzir um Parceiro de Negócio que pertença a um determinado Grupo a iniciar atividade noutro Grupo ou para interromper a atividade naquele.
14. As informações fornecidas pelo Parceiro de Negócio a potenciais pessoas que deseje angariar para o seu Grupo devem ser verdadeiros, exatas, completas e apresentadas de forma fiável e honesta.
15. A mudança de Patrocinador está sujeita às condições definidas no Regulamento do Clube FM GROUP.

III. Venda direta e publicidade dos Produtos FM GROUP e a Rede

1. Os Parceiros de Negócio vendem os Produtos FM GROUP através de venda direta a qual deve ser entendida por venda a retalho, fora da rede logística, diretamente ao Cliente final, por uma pessoa que apresente tais Produtos. A venda direta exige uma apresentação pessoal do produto e fornecimento de esclarecimentos adequados. A venda direta é conduzida principalmente nos seguintes locais: em casa do Cliente, no seu local de trabalho ou em qualquer local que não seja um local de venda fixo. A venda direta deve ser sempre acompanhada por esclarecimentos do Parceiro de Negócio e uma demonstração dos Produtos. A venda direta não é considerada como a venda em pontos de venda organizados, tais como: lojas, pontos de venda a retalho, pontos de venda de Parceiros, bancas, quiosques.
2. Sempre que um Parceiro de Negócio realize uma apresentação, uma venda direta, preste serviços publicitários ou apresente as regras da cooperação, deve sempre utilizar os materiais publicados ou explicitamente aceites pelo FM GROUP; os materiais que contém a Marca FM GROUP devem ser previamente aceites pela FM GROUP.
3. O Parceiro de Negócio que realize venda direta de Produtos FM GROUP deve vender aos Clientes apenas embalagens originais de Produtos e fornecer informações de acordo com a verdade.
4. As informações fornecidas sobre os Produtos FM GROUP devem ser exatas e completas.
5. As informações devem ser prestadas aos Clientes de forma clara e compreensível.

Código de Ética do Clube FM GROUP (Código)

6. Ao Parceiro de Negócio está vedada toda e qualquer publicidade desleal, enganosa e/ou proibida.

IV. Páginas web, pontos de consulta

1. Durante a prestação de serviços publicitários da Rede e Marca FM GROUP, bem como durante a promoção de Produtos FM GROUP, o Parceiro de Negócio pode servir-se da página web www.ao.fmworld.com.
2. O Parceiro de Negócio que possua uma página web é obrigado a publicar nesta informação visível sobre o facto de se tratar de uma página de "Independente do Parceiro de Negócio FM GROUP".
3. Na sua página web o Parceiro de Negócio pode disponibilizar:
 - a) fotografias disponibilizadas para baixar pelo FM WORLD Angola na página web www.ao.fmworld.com (de acordo com as normas definidas pelo FM WORLD Angola),
 - b) materiais de marketing de acordo com a legislação em cada momento em vigor,
 - c) apresentações e descrições de Produtos FM GROUP,
 - d) catálogos de Produtos FM GROUP,
 - e) informações disponíveis na página web www.ao.fmworld.com antes se fazer o login, à exceção de fotografias
 - f) ligações para as páginas web do FM WORLD Angola, FM GROUP World.
4. O Parceiro de Negócio não pode disponibilizar na página web o seguinte:
 - a) informações disponíveis após efetuar o login na Área do Parceiro,
 - b) os Preços de Parceiro e a quantidade de pontos atribuídos,
 - c) dados das chamadas "Arvorezinhas", nem dados pessoais de terceiros publicados nas páginas web do FM GROUP,
 - d) regulamentos de programas motivacionais e promoções publicados pelo FM WORLD Angola,
 - e) informações falsas e incertas sobre o FM GROUP,
 - f) informações contrárias ao Regulamento, ao Plano de Marketing ou a outras normas de atuação obrigatórias na Rede anteriormente dados aos Parceiros de Negócios.

V. O FM GROUP Portugal compromete-se a publicar e divulgar o Código nos locais próprios. As cópias do Código são distribuídas gratuitamente aos Membros do Clube FM GROUP, estando ainda também disponíveis na página web www.ao.fmworld.com

VI. O presente Código é um documento integrante dos "Regulamento do Clube FM GROUP", do "Plano de Marketing" e do "Regulamento do Clube FM GROUP" e a sua leitura, análise, compreensão e interpretação deve ser feita sempre em conformidade e em conjunto com os termos e condições estabelecidos no documento em causa e demais documentos complementares ao mesmo, ai devidamente identificados.

Lisboa, 01 de novembro de 2016

***FM GROUP** – respectivamente FM WORLD Angola, FM GROUP World, Filial FM GROUP, bem como a Marca FM GROUP e Produtos FM GROUP.