

Código de Ética

Esta compañía está fundamentada sobre la base de los principios de honestidad, integridad y franca comunicación.

Nos proponemos que tanto nosotros, Mundo 1 Telecom y Globonet, como los representantes, así como todos los clientes estemos satisfechos con los beneficios recibidos al participar en las actividades que realizamos.

Nuestro objetivo principal es mantener una buena comunicación con visión hacia el futuro, orientado hacia la actualización, al tiempo que construimos una empresa grande para todos.

Este código ha sido elaborado para proteger los derechos de la Compañía y los de los representantes y clientes, para mantener un sistema dentro del cual podamos trabajar juntos en forma ética y efectiva.

Este código es parte del convenio entre el representante y la compañía.

Derecho de Patrocinio

***“Prefiero tener el 1% del esfuerzo de 100 personas, a tener el 100% del esfuerzo de una sola persona”
(J.Paul Getty).***

Todos los representantes de la Compañía son iguales a los ojos de la Oficina Central. Ninguna organización, red, rama o representante en orden descendente puede dar a entender que tiene una “relación especial” o que puede ofrecerle a un posible representante un tratamiento preferencial en virtud de su “relación especial” con la Compañía.

Todos los representantes tienen el derecho a ser auspiciadores. En ocasiones una o más personas pueden sostener conversaciones con el mismo posible representante y se puede plantear la cuestión de quién tiene derecho de patrocinio sobre ese posible representante.

¿Qué significa esto?

Cuando un representante invita a alguien para una reunión del negocio y no asiste, el representante no tiene derecho sobre esa persona, por lo que esa persona queda libre como prospecto para ser invitada por cualquier otro representante sin ningún compromiso con la persona que lo invitó anteriormente.

Si una persona es invitada por un representante a una reunión y asiste, pero no toma la decisión de hacer el negocio, esa persona queda libre nuevamente para ser invitada por él mismo o por otros representantes.

Cuando una persona ha sido invitada por varios representantes, sólo pasa a ser de alguien cuando toma la decisión de hacer el negocio y en ese caso pasa a ser de la última persona que lo invitó, pero si uno de los que la invitó es un familiar cercano y está haciendo el negocio activo, el que se va a inscribir tiene la alternativa de hacerlo con el familiar, sin que la persona interesada se sienta agraviada.

Cuando un representante le habla del sistema a alguien y no le da el plan ni lo invita a una reunión, esa persona es libre para entrar en el sistema con otra persona.

Cuando le da el plan y no le da seguimiento, esa persona puede inscribirse con cualquier otra persona que le vuelva a hablar del negocio.

Cuando una persona está decidida a entrar en el sistema por justicia y derecho le corresponde a la persona que está trabajando con ella.

No es justo ni es juego limpio convencer a alguien de que se inscriba con usted cuando ya tiene la decisión tomada, siendo otra persona quien la convenció. La compañía no apoya éste proceder y pone en duda el liderazgo de una persona que cometa ésta acción.

Un cliente puede convertirse en representante con otro representante que no sea quien le vendió el servicio. Si el vendedor no le habló de la oportunidad.

Si un vendedor o representante le habla del negocio a un cliente de otro representante, el cliente puede decidir con quien se inscribe como representante, si con quien le vendió el servicio o con quien le habló del negocio.

Si un cliente decide ser representante sigue siendo cliente de la persona que le vendió el servicio originalmente, aunque esté inscrito como representante por debajo de otra persona.

Su auspiciador funcionará naturalmente como mentor a condición de que usted tenga cuidado de no saturarlo con innecesarias exigencias de tiempo y atención. Si por cualquier motivo su auspiciador no puede ser su mentor, continúe buscando uno en su línea ascendente de auspicio hasta encontrarlo, pero nunca su mentor debe estar en su línea descendente de auspicio ni en una línea paralela a la suya.

Publicidad y Promociones

1. Uso de los Materiales Promocionales Autorizados

Sólo los materiales que la Compañía haya puesto directamente a disposición de los representantes pueden usarse con fines promocionales. La Compañía producirá y ofrecerá a la venta a un precio favorable los materiales necesarios para la formación y desarrollo de su negocio. No se permite la reproducción, personalización o modificación de estos materiales de la Compañía en forma alguna. Los representantes no pueden desarrollar, publicar, vender o distribuir los materiales promocionales creados por ellos. Toda violación de esta regla puede ocasionar la terminación de la relación como representante de la Compañía.

2. Anuncios Anónimos (Sin el Nombre de la Compañía)

Como representante del sistema usted tiene libertad para promocionar su negocio en cualquier forma legal y puede hacer publicidad sin la aprobación de la compañía a condición de que no usen el nombre comercial, las marcas registradas, los logotipos o los materiales con derechos reservados de la misma ni emitan informaciones no autorizadas ni hagan referencia de cualquier tipo al nombre de ningún ejecutivo, directivo o empleado. No se permiten anuncios de cualquier tipo o formato por radio o televisión. Todos los anuncios impresos deben incluir el nombre del representante y sus informaciones personales de contacto. Por ejemplo: Un anuncio impreso podría terminar con las siguientes palabras: “Para obtener información más detallada, favor llamar a Juan Pérez al teléfono (809) 555-5555”, pero nunca puede decir las siguientes palabras: “Para obtener información más detallada, favor llamar a Juan Pérez, representante de “La Compañía Tal” al (809) 555-5555”. Se prohíbe mencionar el nombre de la compañía de esa manera porque al utilizarlo hace que el anuncio no sea personal.

3. Afirmaciones sobre los Productos

Los representantes no emitirán afirmaciones respecto a cualquier producto o servicio si esa afirmación no aparece expresamente en los materiales promocionales oficiales de la Compañía. La Compañía es responsable únicamente de los materiales impresos o de la información contenida en los materiales promocionales suministrados por la Compañía.

4. Afirmaciones referentes a ingresos

Los representantes no emitirán afirmaciones falsas o engañosas acerca de sus ingresos como representantes no exclusivos de la Compañía o acerca de los ingresos de cualquier otro representante. En las reuniones de oportunidades no pueden usarse ejemplos hipotéticos o aleatorios. Sí se permite a los representantes decir públicamente cuáles son sus propios ingresos reales. Las exageraciones respecto a los ingresos propios o a los ingresos de otro representante serán motivo para la terminación de la relación con el representante. Ningún representante de la Compañía puede garantizar el éxito de cualquier posible representante. Los representantes deberán evitar cualquier sugerencia de que sea fácil alcanzar altos niveles de ingresos y deben explicar siempre que el éxito de cada persona depende únicamente del grado de esfuerzos dedicados y del compromiso personal con el programa de la Compañía.

Recuerda:

“Nada que no se fundamente sobre la base de la verdad y la justicia, resiste la prueba del tiempo”