



**POSIÇÃO DA AMWAY RELATIVAMENTE
À ESTRUTURAÇÃO DO NEGÓCIO
(PROFUNDIDADE)**

Posição da Amway Relativamente à Estruturação do Negócio (Profundidade)

A Amway acredita que é essencial um equilíbrio entre profundidade e largura para o sucesso a longo prazo e a rentabilidade de cada negócio Amway. A política seguinte foi criada para orientar os EAs de modo a alcançarem esse objectivo e construir profundidade de uma forma aceitável.

INTRODUÇÃO

Desde Setembro de 2007, todas as Filiais europeias utilizam os indicadores abaixo enunciados para determinar se uma organização está a divulgar ou a praticar uma Estruturação do negócio (ou “profundidade”) inaceitável. Se se verificar que um EA ou grupo de EAs está envolvido numa Estruturação de Negócio inapropriada, tomar-se-ão medidas correctivas. Mensalmente e durante a aplicação do programa Higher Award Tracking (Controlo de Prémios mais Elevados), a Amway vai analisar os negócios, prestando atenção à estrutura e rentabilidade do negócio.

RESUMO

A “Profundidade” é uma prática de construção do negócio inaceitável. Define-se como uma estruturação estratégica e artificial de uma organização por um EA upline que coloca novos EAs em profundidade, independentemente de existirem relações entre os que são patrocinados e os que são patrocinadores. É uma maneira de fazer negócio que gera um desequilíbrio em Profundidade e inibe a Rentabilidade.

CARACTERÍSTICAS DE UMA CONSTRUÇÃO EM PROFUNDIDADE ACEITÁVEL:

A Amway acredita que para um negócio equilibrado e bem sucedido é importante a sua construção em profundidade aceitável e o desenvolvimento de largura e da venda dos produtos. A construção em profundidade aceitável articula-se em torno dos seguintes princípios:

1. Qualquer estratégia de construção do negócio, como o método de equipa, é opcional e deve ser apresentada como tal.
2. Construir um equilíbrio de largura e profundidade é vital e deve ser ensinado no grupo como base da rentabilidade.
3. A linha de patrocínio não pode ser reestruturada através da aplicação de regras de transferência para realinhamento estratégico da Profundidade.

4. O treino em matéria de produtos é vital e constitui um requisito para o sucesso de negócio, que se baseia na construção de um equilíbrio entre as vendas de produtos e o patrocínio.
5. É importante que cada EA tenha uma relação anterior com o seu patrocinador que, por sua vez, participa, de forma significativa, na actividade de patrocínio e aceita cumprir as obrigações de patrocinador.
6. Cabe a cada EA a responsabilidade de comunicar e ensinar claramente a todas as pessoas que entram no negócio que a rentabilidade advém da venda de produtos e do desenvolvimento de largura a longo prazo.
7. É necessário ensinar que a construção de uma linha em Profundidade não gera rentabilidade.
8. Um método de equipa não significa que não seja necessário um trabalho dedicado e cabe a cada EA individualmente a responsabilidade de construir o seu negócio.
9. Os EAs devem ser alertados para o facto de que o acto de referenciar potenciais EAs para outros EAs pode ter um impacto significativo no potencial de qualificação e um impacto potencialmente negativo na rentabilidade desse negócio.

PRÁTICAS INACEITÁVEIS ASSOCIADAS À PROFUNDIDADE:

1. O candidato recebe instruções para deixar espaços em branco na candidatura. Estes espaços serão subsequentemente preenchidos pelo upline.
2. O Novo Candidato não conhece o seu patrocinador.
3. Os candidatos são inseridos na linha de patrocínio independentemente de o patrocinador já ter exercido a actividade de patrocínio e conhecer e cumprir as responsabilidades de um patrocinador.
4. Garantias ou garantias implícitas de resultados rápidos na linha descendente (downline).

5. Confusão acerca do papel da Empresa e da organização de apoio.
 6. Pedidos de transferência ou a aplicação das regras de inactividade durante 6 meses para realinhar EAs existentes em grupos em profundidade para proporcionarem mais volume.
 7. Certos EAs que utilizam metodologias de “Profundidade” alegam a existência de um acordo especial ou regras especiais da Empresa.
 8. O facto de a venda de produtos fazer parte do Plano de Vendas e Marketing ou de a rentabilidade resultar do equilíbrio entre vendas e patrocínio tem sido omitido ou menosprezado.
 9. O upline retém as candidaturas até ao final do mês, a fim de controlar artificialmente o volume para efeitos de qualificação ou de rendimento.
 10. As linhas têm 25, 50 ou mesmo 100 EAs em profundidade com pouco ou nenhum volume ou largura.
7. Se um EA apresentar candidaturas a granel no final do mês, essas candidaturas podem ser processadas no mês seguinte porque a Amway vai analisá-las de acordo com a presente Política.

NÃO CUMPRIMENTO: :

POLÍTICA – A partir de 1 de Setembro de 2007, sempre que a Amway tomar conhecimento de uma situação em que esteja presente um ou mais dos indicadores de estruturação do negócio inapropriada, contactará imediatamente o grupo Platina e iniciará uma análise interna da situação, que pode incluir, mas de forma não restritiva, todas as medidas acima indicadas para verificar se existe ou não uma situação de profundidade. Se a análise interna revelar casos de profundidade, a Amway tomará as seguintes medidas:

Primeira Ocorrência: A Amway congela toda a actividade de patrocínio nesse grupo Platina até todos os EAs do grupo receberem uma comunicação de formação da Amway sobre práticas de patrocínio aceitáveis.

Segunda Ocorrência: A Amway suspende o negócio Platina durante um mínimo de 30 dias, incluindo a caducidade dos bónus.

Terceira Ocorrência: Novas medidas até à denúncia do contrato entre a Amway e o Platina inclusivé.

** Tal como sucede com todas as acções de aplicação das regras, o EA pode recorrer contra a acção da empresa através dos procedimentos de resolução de conflitos descritos nas Regras de Conduta. **

RESPOSTA DA AMWAY A ESTE ESTILO INACEITÁVEL DE CONSTRUÇÃO DO NEGÓCIO:

1. A Amway vai rever os Materiais de Formação e Educação (MFE) para se certificar de que este descreve o negócio de uma forma equilibrada.
2. O pessoal da Amway vai responder às reclamações das pessoas que descrevem um método inapropriado de construção do negócio.
3. Se um EA apresentar as candidaturas a granel e as trazer no fim do mês com ou sem a compra de kits de negócio, a Amway indaga junto dos patrocinados se têm uma relação patrocinador/patrocinado com os seus patrocinadores e se estes estão cientes das suas responsabilidades ao abrigo das regras.
4. Se uma linha tiver uma profundidade superior a 10, o pessoal da Amway contactará as pessoas para se certificar da existência de uma relação normal patrocinador/patrocinado.
5. Abaixo do nível de 21%, uma pessoa que se qualifique para qualquer nível de bónus de desempenho só será reconhecida se conseguir demonstrar que obteve um Bónus de Desempenho da Amway.
6. A Amway não aceitará candidaturas que tenham sido claramente preenchidas por mais do que uma pessoa.