

## RESUMEN DE LA REGLA DE NUEVAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS PROPUESTA POR LA FTC

La FTC recientemente publicó su Notificación de Regla Propuestas/Notice of Proposed Rulemaking (NPR) que se trata de su definición extendida de "oportunidades de negocios". La notificación y los comentarios de la FTC al respecto se pueden leer por completo en <https://www.ftc.gov/opa/2006/03/newnewbizopprule.htm>. La Asociación de Ventas Directas/Direct Selling Association ("DSA") y casi todas las cadenas de mercadotecnia en operación actualmente creen que la nueva regla propuesta será extremadamente perjudicial a la comunidad de ventas directas. El comentario de los escritores de las reglas propuestas expresamente rechaza los comentarios previos de la DSA y emplea palabras despectivas, refiriéndose a las cadenas de oportunidades mercadotécnicas como "esquemas de pirámides/pyramid marketing schemes" así reflejando su claro prejuicio en contra de las compañías legales de cadenas de mercadotecnia. Lo siguiente es un resumen de los puntos claves y requerimientos de divulgar información bajo la regla propuesta que aplican a todas las compañías de ventas directas y a sus representantes de venta independientes. Claramente, la forma y el tiempo en cual las compañías deben divulgar la información son extremadamente exigentes para cualquier compañía existente. Estos son los siguientes:

1. Requerir que se le de una "cláusula de divulgación" a todos los probables solicitantes por lo menos siete días antes que el solicitante firme un contrato o haga algún pago:
2. La cláusula de divulgación escrita tiene que ser entregada a cada participante probable- quiere decir que no podrá ser incluida con otros materiales refiriéndose a los productos de la compañía:
3. La cláusula de divulgación debe incluir: a) los nombres y direcciones de la compañía y del vendedor particular y la fecha en cual se le entrego la cláusula al comprador probable; b) una descripción de procedimientos legales relacionados con alegaciones de practicas deceptivas o otros asuntos de los vendedores o afiliados en los previos 10 años; c) la política de cancelación/reembolso y el numero de cancelaciones y reembolso en los dos previos años<sup>1</sup>; d) divulgación de las 10 "compras" mas recientes mas cercanas al posible comprador o alternativamente todas las compras en los últimos tres años e incluir divulgación publica de los nombres y direcciones de cada "comprador"; y e) si el vendedor anuncia algunas "ganancias", esto se interpreta como cualquier anuncio refiriéndose a ganar dinero, divulgar cuando las ganancias se actualizaron, el número y porcentaje de otros "cobradores" (distribuidores) que llegaron a ese nivel de ganancias y características especiales de los que recibieron las ganancias anunciadas:

<sup>1</sup> Esto incluye todas las peticiones, no importe si el comprador tenía derecho a cancelar, rescindir, o pedir un reembolso.

